

Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development

Summer 2025, Vol.6, No.2, Serial Number 22, pp 147-168

 <https://doi.org/10.22077/vssd.2025.9259.1310>



Analyzing the Development Process of Local Food Tourism in Gilan Province: Pathways to Rural Sustainability and Overcoming Obstacles

Farhad Javan^{1*}, Shahram Amirentekhabi²

1. Assistant professor, Department of Tourism Management, Faculty of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Geography, Payame Noor University, Tehran, Iran.

*Corresponding author, Email: fjavan@umz.ac.ir

Keywords:

Tourism Development,
Sustainability, Local
Foods, Rural
Communities, Gilan.

1. Introduction

Food tourism, which emphasizes the consumption of local cuisine, offers a powerful avenue for fostering community sustainability by allowing tourists to deeply engage with local culture and agriculture, thereby shaping positive perceptions and behavioral responses such as revisits and recommendations. This form of cultural tourism is particularly crucial for Iran, given its focus on cultural expansion, and especially for Gilan Province, a UNESCO "Creative City of Gastronomy" renowned for its over 170 traditional dishes. Despite this immense potential and the global trend toward food tourism, this aspect remains significantly underdeveloped and under-researched in Iran, particularly within Gilan's rural areas. The limited academic attention to the consumptive value of local foods and its role in sustainable rural development in Iran presents a notable research gap. Existing literature on this subject is sparse, leaving key components of food tourism largely unexplored or superficially discussed. Given the complex interplay of macro and micro factors influencing tourism, a deeper understanding of these dynamics is essential for rural development stakeholders and planners. Therefore, this study aims to identify the key factors influencing the development of food tourism rooted in a sustainable rural community approach in Gilan Province, and to explore the associated strategies, barriers, and outcomes.

2. Methodology

This study aims to analyze the local food tourism development process in Gilan Province, with a specific focus on enhancing sustainable rural communities. Accordingly, the research is applied in nature and exploratory in its approach. Methodologically, it falls within the category of qualitative research, utilizing Grounded Theory and the DEMATEL model for data analysis.

3. Findings

The findings revealed several key categories:

- **Causal Factors:** Identified elements include robust government and private sector support, a strong emphasis on food authenticity, and effective initiatives for education, knowledge acquisition, and information dissemination.
- **Contextual Factors:** These encompass strategic marketing initiatives, the adoption of a decentralized tourism development approach, careful attention to cultural, local, and national identity, and the effective leveraging of experiences gained from other rural areas across Iran.

Received:

31/Dec/2024

Revised:

08/Mar/2025

Accepted:

26/Mar/2025

- **Intervening Factors:** Critical elements in this category are strong support for creativity in tourism, integrated management practices among various organizations, streamlined planning and administration, proactive resolution of legal and regulatory barriers, and comprehensive infrastructure development.
- **Strategic Approaches:** Key strategies involve establishing effective platforms for discourse in tourism development, developing comprehensive foresight scenarios for managerial decisions, unequivocally recognizing the importance of expanding food tourism, and fostering active community participation.
- **Outcomes:** The desired outcomes include enhanced rural settlement sustainability, the equitable distribution of tourism benefits among all stakeholders, and substantial capacity-building for local skills development.
- **Challenges:** Significant challenges identified are inefficiencies within organizational structures, fragmented and sectoral perspectives on tourism projects, persistent political barriers, and a notable lack of appropriate focus on strategic planning for food tourism.

These factors collectively illustrate the complexities inherent in, and the potential solutions for, achieving sustainable food tourism development within Gilan's rural communities.

4. Discussion and Conclusion

A significant portion of the stagnation and underdevelopment observed in food tourism within the rural areas of Gilan Province stems from highly centralized governance, a characteristic that extends to both general tourism and broader rural management. This approach signifies a concentration of decision-making power within the dominant political structure, which inherently resists any form of power distribution or decentralization beyond the national level—whether in policy formulation or implementation across different regional and local entities. The consequences of such centralization and bureaucratic governance in tourism-related organizations have resulted in a loss of local autonomy and a highly complex participation process. In reality, the successful implementation of tourism projects, particularly those embracing a decentralization approach, necessitates robust coordination among various organizations, such as the Housing Foundation, Cultural Heritage and Tourism Organization, and other relevant agencies. To achieve effective collaboration, a stable and structured communication network must be established and consistently maintained among these organizations, ensuring that responsibilities are distributed in a manner that optimally utilizes the capabilities present at different governmental levels. Furthermore, rural governance in Gilan tends to be overtly centralized, with local administrators often assuming a paternalistic guardianship over rural communities. They frequently implement tourism policies and programs without genuinely consulting or involving local youth, women, men, or even children. Thus, achieving sustainable food tourism development in Gilan's villages fundamentally requires that tourism reformists and policymakers wholeheartedly embrace decentralization and sustainable development strategies. They must transcend rigid professionalism, cultural conservatism, and narrowly defined, value-oriented expertise, and instead actively engage in dialogue with rural residents and even tourists, learning directly from their lived experiences.

How to cite this article:

Javan, F., & Amirentekhabi, Sh.(2025). Analyzing the Development Process of Local Food Tourism in Gilan Province: Pathways to Rural Sustainability and Overcoming Obstacles. *Village and Space Sustainable Development*, 6(2), 147-168. <https://doi.org/10.22077/vssd.2025.9259.1310>



Copyright: © 2025 by the authors. Licensee Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا

دوره ششم، شماره دوم، پیاپی بیست و دوم، تابستان ۱۴۰۴، صفحات ۱۴۷-۱۶۸

<https://doi.org/10.22077/vssd.2025.9259.1310>

تحلیل فرایند توسعه گردشگری غذاهای محلی استان گیلان؛ مسیر تحقق پایداری روستایی و موانع پیش رو

فرهاد جوان^{۱*}، شهرام امیرانتخابی^۲

۱. استادیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۲. استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

* نویسنده مسئول، ایمیل: f.javan@umz.ac.ir

چکیده

گردشگری غذا، از پویاترین فعالیت‌های اقتصادی عصر حاضر است که نقش مهمی در توسعه جوامع محلی ایفا می‌کند. این صنعت از طریق ترکیب و بکارگیری همزمان منابع داخلی و خارجی، منافع اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی زیادی را به همراه دارد. از این رو، پژوهش حاضر با هدف تحلیل فرایند توسعه گردشگری غذاهای محلی استان گیلان با رویکرد پایدارسازی جوامع روستایی انجام شده است، از این رو، از نظر هدف؛ کاربردی و دارای ماهیت اکتشافی و از لحاظ روش در گروه پژوهش کیفی قرار دارد، و به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش تئوری زمینه‌ای و مدل DEMATEL استفاده شد. نتایج نشان داد، مقولات: حمایت دولت و بخش خصوصی، در نظر گرفتن اصالت غذایی، آموزش و کسب دانش و اطلاع‌رسانی؛ از عوامل علی؛ اقدامات بازاریابی، رویکرد نامتمرکز توسعه گردشگری، توجه به هویت فرهنگی، محلی و ملی روستاها و بهره‌گیری از تجربیات سایر روستاهای ایران به‌عنوان عوامل زمینه‌ای، و مقولات: حمایت از خلاقیت در گردشگری، مدیریت یکپارچه در بین سازمان‌ها، برنامه‌ریزی و مدیریت، رفع موانع حقوقی و قانونی و توسعه زیرساخت‌ها، از عوامل مداخله‌گر مؤثر در توسعه گردشگری محسوب شدند. همچنین، مقولات: فراهم نمودن بستر گفت‌وگو در راستای توسعه گردشگری، سناریوهای آینده‌نگاری جامع در تصمیمات مدیران، شناسایی اهمیت و ضرورت توسعه گردشگری خوراک و توسعه مشارکت در دسته راهبردهای توسعه گردشگری شناخته شدند، و سپس مقولات: پایداری سکونتگاه‌های روستایی، توزیع منافع گردشگری در بین همه ذینفعان و بسترسازی در توسعه مهارت‌ها از پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری، و در نهایت مقولات: عدم چابکی در ساختار سازمان‌های ذی‌ربط، نگاه بخشی، جزیره‌ای به طرح‌های گردشگری، موانع سیاسی و فقدان نگاه مناسب به طرح‌های گردشگری غذا، از موانع مهم بر سر راه توسعه گردشگری روستاهای گیلان هستند.

واژگان کلیدی:

توسعه گردشگری، پایدارسازی، غذاهای محلی، جوامع روستایی، گیلان.

تاریخ ارسال:

۱۴۰۳/۱۲/۱۱

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۰۲/۱۹

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۳/۰۷

۱- مقدمه

امروزه مواد غذایی به بخش جدایی ناپذیر تجربه‌های گردشگری و مؤلفه‌های مهم در بازاریابی گردشگری تبدیل شده است و عنصری مهم در تعیین سطح رضایت گردشگر به شمار می‌آید (گرباچ و میلهنوویچ^۱، ۲۰۰۸). در این راستا، بسیاری از کشورها به طور فعال به ترویج گردشگری مواد غذایی به منظور افزایش رقابت مقصد گردشگری خود می‌پردازند (لان و همکاران^۲، ۲۰۱۲). اما آنچه در بحث گردشگری غذایی در بسیاری از کشورها اهمیت فراوان دارد، ارزش مصرفی غذاهای محلی است. در این بین، ارزش مصرف در بین گردشگران متفاوت است، از این رو، چو و کیم^۳ (۲۰۱۹)، بیان می‌کند، که ارزش مصرف غذای محلی گردشگران شامل ارزش کاربردی، احساسی، اجتماعی و معرفتی است. ارزش کاربردی عامل اصلی تأثیرگذار بر انتخاب مصرف‌کنندگان در نظر گرفته می‌شود، که کیفیت، قیمت و سلامت (مفید بودن) را شامل می‌شود. در واقع، توسعه گردشگری غذایی با تأکید بر ارزش مصرفی غذاهای محلی در مناطق روستایی می‌تواند به منافع اقتصادی فراوانی منجر شود، و بسیاری آن را ابزاری برای توسعه روستایی قلمداد می‌کنند (آزمان^۴، ۲۰۱۲)، چرا که رونق گردشگری باعث توسعه اجتماعی، اقتصادی، کالبدی و زیست‌محیطی روستا، اشتغال و مانع خروج نیروی کار آن می‌شود (جوان و همکاران، ۱۴۰۳).

توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرفی غذاهای محلی برای گردشگران این امکان را فراهم می‌کند که در ارتباط نزدیک با مردم و نواحی کشاورزی در منطقه باشند و با فعالیتهای کشاورزی، محصولات محلی و غذاهای سنتی آشنا شوند (یورتسون و کاراکاس^۴، ۲۰۱۳). و همچنین با تغییر نگرش نسبت به غذاهای محلی (نگرش بر باورها، افکار و ویژگی‌هایی که ما به هر موضوع نسبت می‌دهیم مربوط است، و این می‌تواند مثبت و یا منفی باشد، و تصویر مقصد گردشگری غذا (تصویر ذهنی از مقصد و مجموع باورها، ایده‌ها و برداشتها که گردشگران نسبت به محل مقصد دارند)، و همچنین پاسخ‌های رفتاری (قصد بازدید مجدد و قصد توصیه به دیگران)، در پایداریسازی جوامع محلی کمک شایانی نماید. در این راستا از آنجا که گردشگری غذاهای محلی با تأکید بر ارزش مصرفی آن، نوعی گردشگری فرهنگی به شمار می‌آید و با عنایت بر اینکه در کشور ایران توجه به توسعه و گسترش فرهنگی بیشتر مورد نظر است. 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 پایداریسازی 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 (سلطانی و همکاران، ۲۰۲۰). به طور کلی گردشگری اثرات مختلفی در فضای جغرافیایی به جای می‌گذارد (جوان، ۱۴۰۰). هر منطقه، مکان یا مقصد خصوصیات خود را دارد و باید استراتژی‌های مختلف براساس نقاط این مکان‌های توسعه یابد (نعیم‌آبادی و جوان، ۱۳۹۹). در این راستا استان گیلان از تنوع غذایی بسیار بالا و وسیعی برخوردار است که شامل ترکیبات بی نظیری از بادمجان، صیفی‌جات و سبزی‌جات تازه، سیر فراوان، پیاز، گوشت و مرغ و البته برنج می‌شوند. به دلیل این تنوع بالا، رشت به‌عنوان نماینده‌ای از سوی تمام نواحی گیلان به‌عنوان شهر خلاق غذا در یونسکو معرفی شد. استان گیلان با داشتن بیش از ۱۷۰ نوع غذا ثبت جهانی در یونسکو شده است.

¹ . Grbac and Milhanovic

² . Lan and et al

³ . Azman

⁴ . Yurtseven and Karakas



در این راستا، به رغم توجه جدی به توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرفی آن در کشورهای دنیا، در کشور ما تاکنون توجه جدی به این مقوله نشده، البته تا جایی که نگارنده بررسی کرده است، تحقیقات انجام شده در کشور به ویژه از سوی پژوهشگران داخلی بسیار اندک است. حال آنکه روستاهای استان گیلان در این زمینه قابلیت‌های منحصر به فرد فراوانی دارد و می‌توانند با بسیاری از کشورهای مطرح در این صنعت رقابت کند و در خصوص برخی از مواد غذایی در سطح جهان صاحب برند شود، متأسفانه حتی نوشتارهای راجع به این موضوع بسیار فقیرند و در منابع و کتاب‌هایی که در مورد گردشگری به طور اعم و گردشگری روستایی به طور اخص منتشر شده، به مؤلفه توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرفی غذاهای محلی با رویکرد پایدارسازی جوامع محلی پرداخته نشده و یا به صورت گذرا مطرح شده است. بنابراین ضرورت دارد پژوهشی در این زمینه صورت گیرد تا مفاهیم و موضوعات مربوط به این مقوله بررسی شوند تا مختصری از مباحث این بخش از صنعت گردشگری مطرح شوند و در اختیار دست اندرکاران و برنامه‌ریزان توسعه روستایی کشور قرار گیرد. از سوی دیگر، بر اساس نظر دیدریخ و گارسیا باودس (۲۰۰۹)، پدیده گردشگری و تأثیرپذیری از عوامل کلان و خرد گوناگون مانع از ارائه یک مدل جامع برای تشریح و تبیین فرایند توسعه روستایی و تکامل گردشگری می‌شود. از این رو اتفاق نظر بین همه پژوهشگران وجود دارد که توسعه و تکامل گردشگری علی‌رغم وجود تفاوت در فرایند توسعه، در چارچوب چرخه‌ها و عواملی صورت می‌گیرد. شناسایی این عوامل و تعیین و تبیین آنها نقش مهمی در ادراک مناسب از گردشگری غذا خواهد داشت. بر این اساس، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ دو سوال است: نخست، مجموعه عوامل مؤثر در توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرفی غذاهای محلی با رویکرد پایدارسازی جوامع محلی روستایی استان گیلان کدامند؟ و دیگر اینکه راهبردها، موانع و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی با رویکرد پایدارسازی جوامع محلی مناطق روستایی استان گیلان، کدامند؟

۲- بنیان نظریه‌ای

گردشگری خوراک اولین بار در سال ۱۹۸۸ (ناروتتاردول و گبسومبات^۱، ۲۰۲۰)، (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 (کیولا و کروتس^۲، ۲۰۰۶). این نوع گردشگری، 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 (الیس و همکاران^۳، ۲۰۱۸). 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 (اوکوموس و همکاران^۴، ۲۰۱۸).

در این بین، آنچه در گردشگری خوراک اهمیت دارد، ارزش مصرف غذاهای محلی است. ارزش مصرف توضیح می‌دهد که مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند یک محصول خاص را بخردند یا نخرند و چرا مصرف‌کنندگان یک نوع محصول را بر نوع دیگر ترجیح می‌دهند. اوونی و دو (۲۰۱۶)، بیان می‌کنند که این نظریه بر سه گزاره اساسی استوار است:

- انتخاب مصرف‌کننده تابعی از ارزش‌های مصرف‌چندگانه است؛
- ارزش‌های مصرف مستقل هستند؛

¹. Naruethardhol & Gebsumbut

². Kivela & Crotts

³. Ellis et al

⁴. Okumus et al



▪ ارزش‌های مصرف می‌توانند دستاوردهای متفاوتی در زمینه‌های مختلف به همراه داشته باشند. طبق گفته چو و کیم (۲۰۱۹)، بررسی ارزش مصرف با محصولات مختلف متفاوت است. می‌توان گفت این تفاوت ناشی از ارزش‌های مصرف ادراک شده توسط گردشگران و اولویت هر کدام از ابعاد ارزش مصرف با توجه به محصول گردشگری برای آن‌هاست. مسلماً برای گردشگران، ارزش‌های مصرف زمانیکه محصول غذا باشد یا آثار باستانی و... متفاوت خواهد بود. به عبارت دیگر، از آنجا که غذاهای محلی که گردشگران به هنگام سفر مصرف می‌کنند با محصولات تولیدی و یا جاذبه‌ها در انواع دیگر گردشگری متفاوت است، پس می‌توان گفت ارزش مصرف آنان نیز متفاوت است، که نیاز به توسعه مقیاس جدید وجود دارد. از این رو، چو و کیم (۲۰۱۹)، بیان می‌کنند که ارزش مصرف غذای محلی گردشگران شامل ارزش کاربردی، احساسی، اجتماعی و معرفتی است. ارزش کاربردی عوامل اصلی تأثیرگذار بر انتخاب مصرف کنندگان در نظر گرفته می‌شود، که کیفیت، قیمت و سلامت (مفید بودن) را شامل می‌شود (پریا و همکاران^۱، ۲۰۱۵). از سوی دیگر، فعالیت‌های گردشگری مانند خوردن غذا یا سفر تفریحی با ارزش‌های احساسی مانند لذت و سرگرمی همراهاند (سانچز و همکاران^۲، ۲۰۰۷).

در این راستا، توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی، در پایدارسازی جوامع محلی می‌تواند مؤثر باشد، چرا که 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 (بوئیاتی^۳، ۲۰۱۱). 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 (لانگ^۴، ۲۰۱۳).

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 (یورتسون^۵، ۲۰۱۱).

گردشگری غذا، از پویاترین فعالیت‌های اقتصادی عصر حاضر است که نقش مهمی در توسعه جوامع محلی ایفا می‌کند. این صنعت از طریق ترکیب و به کارگیری همزمان منابع داخلی و خارجی، منافع اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی زیادی را به همراه دارد. تا جایی که یکی از راهبردهای توسعه اجتماعی و اقتصادی جوامع محلی به شمار می‌رود. با توجه به محدودیت منابع معیشتی کشاورزی جوامع محلی و رشد فزاینده جمعیت این مناطق می‌توان از توانمندی‌های گردشگری جهت افزایش اشتغال، تکمیل درآمد و ارتقای رفاه عمومی این مناطق بهره جست. ضمن اینکه غذاهای استان گیلان مورد توجه بسیاری از گردشگران قرار گیرد. توان بالقوه گردشگری غذا برای اشتغال‌زایی یکی از ویژگی‌های مهم این صنعت است که تاکنون خدمات زیادی در بخش گردشگری به وجود آمده است و ظرفیت بالایی برای ایجاد خدمات جدید دیگر نیز وجود دارد و از این گذشته، گردشگری غذا توان جذب نیروهای مازاد سایر بخش‌های اقتصادی را نیز دارد. این نوع از گردشگری علاوه بر داشتن آثار مثبت فراوان می‌تواند در صورت عدم برنامه‌ریزی و مدیریت اثرات منفی زیان‌آور برای جوامع محلی میزبان به همراه داشته باشد. در این راستا، سیاست گردشگری پایدار در دنیای امروزی، رهیافت جامعی

¹. Perrea et al

². Sanchez et al

³. Buiatti

⁴. Long

⁵Yurtseven.



است که خواهان رشد بلند مدت صنعت گردشگری و گسترش آن بدون اثرات مخرب بر زیست بومهای طبیعی است و بر این نکته تأکید دارد که در قلب توسعه گردشگری، بشر قادر خواهد بود جوانب خاصی از محیط را در جهت مثبت یا منفی تعدیل یا دستکاری کند. این موضوع در واقع یک الگوی جهانی برای برجسته کردن ارزشهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی صنعت گردشگری به شمار می‌رود.

در راستای عوامل مؤثر در توسعه گردشگری غذا، جوان و جمعه‌پور (۱۴۰۴) در استان گیلان به این نتایج رسیدند که توسعه گردشگری تأثیر معناداری بر پایداریسازی جوامع محلی دارد. از سوی دیگر، نتایج آزمون تی-تک نمونه‌ای نشان داد، که میزان پایداری اقتصادی و اجتماعی روستاهای گیلان مطلوب ارزیابی شد، 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 مولفه‌های 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 مولفه‌های مطرح شده؛ توانمندسازی با مقدار وزن ۷۲/۵۰، بیشترین تأثیرپذیری را از توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی به خود اختصاص داده‌اند. و همچنین جعفری‌مهرآبادی و همکاران (۱۳۹۶)، در شهر رشت، به این نتایج دست یافتند که دو عامل تهیه غذای سالم و رعایت اصول بهداشتی در مراحل مختلف تهیه آن و نیز داشتن اصالت غذایی، به عنوان مهم‌ترین عامل و اهمیت و پژوهش در زمینه مواد غذایی محلی و دایر کردن رشته دانشگاهی کمترین اهمیت را در توسعه گردشگری غذا به خود اختصاص داده است. از سوی دیگر، عوامل فرهنگ پذیرایی خاص محلی، شخصیت گردشگر و عوامل انگیزشی و سلامت از دیگر عوامل مؤثر بر گردشگری غذاهای محلی در استان گیلان شناسایی شدند (نیک‌رفتار و همکاران، ۱۳۹۷). در مطالعه دیگر توسط حیدری و همکاران (۱۳۹۸)، مؤلفه‌های نهادی و اقتصادی از عوامل اصلی در شکل‌گیری و بازآفرینی اقتصادی گردشگری مبتنی بر گاسترونومی شهر زنجان بوده و در این میان، مؤلفه‌های اقتصادی در قالب جریان‌های اعتباری، منابع مالی و بازار، بیشترین نقش را در بازآفرینی مکان با رویکرد گردشگری دارند. همچنین در شهر تبریز نیز، عوامل مؤثر بر تقاضای غذای محلی در جذب گردشگران غذا، عوامل انگیزشی، جمعیت‌شناختی، روان‌شناختی به ترتیب و تقاضای غذای محلی در تمامی فرضه‌ها مثبت و نشانگر اثر مستقیم در متغیرهای وابسته پنهان است (قنبری و همکاران، ۱۴۰۰).

در مطالعات خارجی نیز، پورنومو^۱ (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 تولیدکنندگان مواد غذایی در مقیاس خرد صورت گیرد. همچنین دین‌وانی و همکاران^۲ (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^۳ (۲۰۲۳) خطرهای فیزیکی، ارتباطی و خطرهای مرتبط با غذا را به عنوان مهم‌ترین عوامل نگرانی برای گردشگران شناسایی نمودند.

^۱ Purnomo

^۲ Din Wani and et al

^۳ An and et al



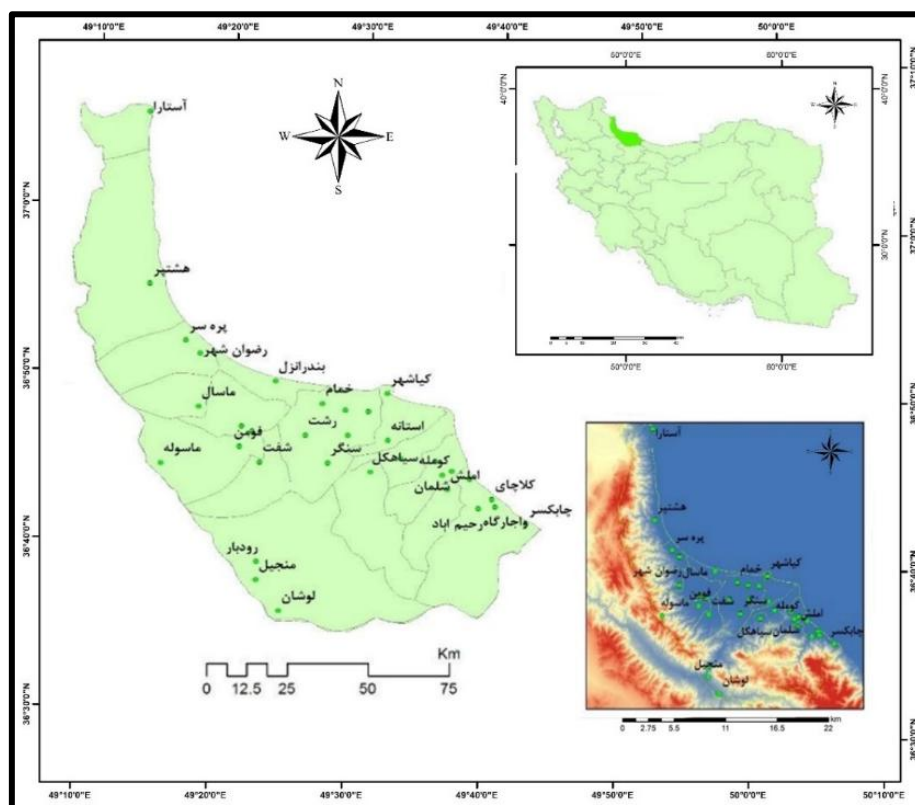
۳- روش، تکنیک‌ها و قلمرو

مطالعه حاضر از نوع کاربردی و به لحاظ رویکرد کیفی و از نظر روش اکتشافی است. جامعه آماری پژوهش شامل شامل افراد متخصص (اساتید متخصص، کارشناسان (روستا و گردشگری)، و (افراد مطلع و آگاه در روستا)، هستند که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۳۰ نفر به‌عنوان جامعه نمونه تعیین شدند. در رابطه با هدف: شناسایی مجموعه عوامل زمینه‌ای، مداخله‌گر، علی، راهبردها و پیامدهای مؤثر در توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرفی غذاهای محلی با رویکرد پایدارسازی جوامع محلی در مناطق روستایی استان گیلان می‌باشد. حجم نمونه در این بخش، بر اساس نمونه‌گیری هدفمند (تا زمان به اشباع رسیدن اطلاعات)، صورت گرفت.

به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات، از روش تئوری زمینه‌ای استفاده شد. در این راستا، در بخش کیفی برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه‌های انفرادی عمیق نیمه ساختار یافته و متنی (یادداشت برداری) استفاده شد. مصاحبه‌ها با سؤالات کلی و ساده شروع و به سمت سؤالات تخصصی و جزئی‌تر پیش رفت. تمامی مصاحبه‌ها دست نویس و تعدادی نیز ضبط و به تایید مشارکت‌کنندگان نیز رسید. در نهایت تحلیل داده‌های مذکور در قالب کدگذاری متداول (باز، محوری و انتخابی) تئوری بنیانی انجام شد. بدین ترتیب، داده‌های به دست آمده از هر مصاحبه جهت کدگذاری به صورت نوشتاری درآمد. تحلیل داده‌ها با فرایندی منظم و در عین حال مداوم از مقایسه داده‌ها صورت خواهد گرفت. بعد از هر مصاحبه، متون از صداهای ضبط شده و کلیه مصاحبه‌ها خط به خط خوانده شد و به دفعات، مورد بازنگری مجدد قرار خواهند گرفت و با استفاده از کلمات یا عبارات کلیدی موجود در متن یا استنباط شده توسط پژوهشگران کدگذاری انجام شد. فن اصلی تجزیه و تحلیل داده‌ها در این روش کدگذاری است که در طی فرایندی سه مرحله‌ای صورت گرفت که عبارت است: (کدگذاری باز، محوری و انتخابی)، در این فرایند سه مرحله‌ای و غیرخطی، به مضامین اولیه داده‌ها عنوان‌هایی داده شد و سپس از دل آنها مفاهیم و مقولات استخراج گردیدند و از این رهگذر خوشه‌های مفهومی تشکیل شدند که هر یک به مقولاتی تعلق دارند و سرانجام از ارتباط این مقولات شالوده‌ای سامان می‌یابد و مدل پارادایمیک مورد نظر برای توضیح مجموعه شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، شرایط علی، راهبردها و پیامدهای مؤثر در توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرفی غذاهای محلی با رویکرد پایدارسازی جوامع محلی در مناطق روستایی استان گیلان خلق شد.

استان گیلان، یکی از استان‌های شمالی کشور بالغ بر ۲۰۸۰۱ کیلومتر مربع مساحت دارد این استان در ۳۲ درجه و ۳۳ دقیقه تا ۳۰ درجه و ۱۷ دقیقه عرض شمالی و ۰۰ درجه و ۳۱ دقیقه تا ۵۸ درجه و ۳۲ دقیقه طول شرقی از نصف النهار مبدأ قرار گرفته است. این استان در جنوب دریای خزر میان رشته کوه‌های البرز و تالش جای گرفته است و با استان‌های اردبیل در غرب، مازندران در شرق، زنجان در جنوب و کشور استقلال یافته آذربایجان و دریای خزر در شمال هم مرز و همسایه است. رود سفید تمشک که بین چابکسر و رامسر جاری است، آن را از استان مازندران جدا می‌کند. استان گیلان از تنوع غذایی بسیار بالا و وسیعی برخوردار است که شامل ترکیبات بی نظیری از بادمجان، صیفی‌جات و سبزی‌جات تازه، سیر فراوان، پیاز، گوشت و مرغ و البته برنج می‌شوند. به دلیل این تنوع بالا، رشت به‌عنوان نماینده‌ای از سوی تمام نواحی گیلان به‌عنوان شهر خلاق غذا در یونسکو معرفی شد. استان گیلان با داشتن بیش از ۱۷۰ نوع غذا ثبت جهانی در یونسکو شده است.





شکل ۱- نقشه موقعیت جغرافیایی استان گیلان به تفکیک شهرستان

۴- یافته‌ها و تحلیل داده

با توجه به مطالعات میدانی و تکمیل پرسشنامه مشخص شد، از تعداد ۳۰ نفر که به سؤالات نگارنده پاسخ داده‌اند، ۲۶ نفر (۸۷/۰۰) درصد مرد و ۴ نفر (۱۳/۰۰) درصد زن بوده‌اند. همچنین از مجموع ۳۰ پاسخگو، مشخص شد که بیشترین تعداد در گروه سنی ۳۰-۴۰ سال قرار دارند که (۵۴/۰۰) درصد می‌باشد. از سوی دیگر، تعداد ۹ نفر از متخصصان معادل (۳۰/۰۰) درصد استاد دانشگاه، تعداد ۱۲ نفر (۴۰/۰۰) درصد در سازمان‌های ذی‌ربط (میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، بنیاد مسکن و...) مشغول به فعالیت می‌باشند، و تعداد ۳ نفر (۱۰/۰۰) دانش‌آموختگان رشته‌های گردشگری و برنامه‌ریزی روستایی و در نهایت تعداد ۶ نفر ۲۰/۰۰ افراد مطلع و آگاه در روستاها بودند. در مورد وضعیت سواد جامعه نمونه در این بخش نیز ۵ نفر (۱۶/۶۶) درصد کارشناسی، ۱۱ نفر (۳۶/۶۶) درصد کارشناسی ارشد و در نهایت تعداد ۱۴ نفر (۴۶/۶۶) در مقطع دکتری بودند.

به منظور شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرفی غذاهای محلی با رویکرد پایدارسازی جوامع محلی؛ در مجموع ۳۰ مصاحبه عمیق صورت گرفت. مصاحبه‌ها (بین ۶۰ تا ۹۰ دقیقه) ضبط و یادداشت و بلافاصله پیاده شد تا با مرور چند باره گفتگوها، تحلیل و بررسی دقیق‌تری نسبت به دیدگاه‌های خبرگان انجام شود. در این بین، عوامل در سه بخش (علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر) مورد بررسی قرار گرفته شد.

جدول (۱) عوامل علی که منجر به توسعه گردشگری با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی در روستاهای گیلان می‌گردد به تفکیک مفاهیم و مقوله‌ها یا طبقاتی که این مفاهیم در آن‌ها دسته‌بندی می‌شوند را نشان داده است.

جدول ۱- عوامل علی مؤثر در توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی

مقوله‌ها (طبقات)	مفاهیم	مصاحبه شوندگان
حمایت دولت و بخش خصوصی از گردشگری غذا	- حمایت مالی دولت	X1, X2, X3, X5, X9, X10, X15, X18, X18
	- توزیع عادلانه خدمات	X2, X3, X5, X19, X21, X22, X26, X30
	- اخذ یارانه و تخفیف‌های مالیاتی در راه اندازی کسب و کارهای مربوط به گردشگری غذا در روستاها	X1-X30
	- واگذاری بخشی از اختیارات به بخش خصوصی	X2, X5, X7, X11, X12, X14, X16
	- تنوع و گستردگی غذا	X2, X3, X6
در نظر گرفتن اصالت غذایی	- توجه روستاییان به اصالت غذاهای محلی گیلان	X5, X12, X17, X21, X22
	- بهره‌گیری از آشپزهای محلی	X2, X5, X7, X11, X15, X18, X19, X22, X25
آموزش و کسب دانش در زمینه گردشگری غذا	- آموزش نیروی انسانی در بخش گردشگری	X4, X9
	- آموزش و اطلاع‌رسانی به روستاییان در زمینه گردشگری خوراک و مزایای آن	X1-X30
	- استفاده از فناوری مناسب در کسب آموزش و دانش گردشگری	X1-X30
	- برگزاری دوره‌های ترویجی برای روستاییان	X2-X30
اطلاع‌رسانی	- انعکاس کلیه رویدادها و فعالیت‌ها در زمینه گردشگری خوراک در گیلان	C1-X30
	- انعکاس کلیه تصمیم‌ها و برنامه‌های صورت گرفته مراجع تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر در زمینه گردشگری	X4, X15, X17, X19
	- رصد مشکلات و موانع پیشبرد در توسعه گردشگری خوراک در روستاهای گیلان	X22, X25, X26, X27

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

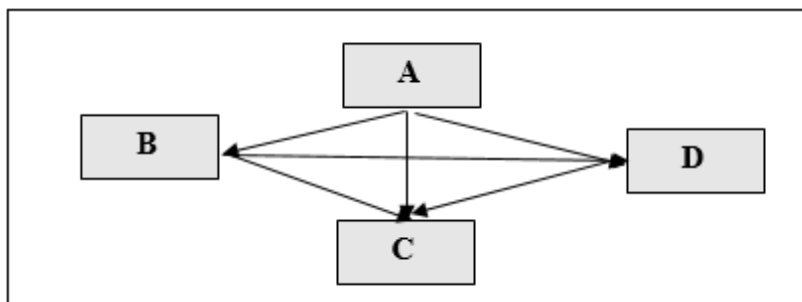
مطابق جدول (۱)، مقولات: حمایت دولت و بخش خصوصی از گردشگری غذا، در نظر گرفتن اصالت غذایی، آموزش و کسب دانش در زمینه گردشگری غذا و اطلاع‌رسانی؛ از عوامل علی مؤثر در توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی روستاهای گیلان محسوب شدند. سپس با استفاده از تکنیک DEMATEL، به روابط علت و معلول هر یک از عوامل علی پرداخته شده است. جدول (۲).

جدول ۲- ماتریس روابط کلی عوامل علی مؤثر در توسعه گردشگری

عوامل	a	B	c	D	Ri	Pi (R+D)	EI (R-D)
A	0	۰/۷۷۶	۰/۶۷۸	۰/۷۱۱	۲/۱۶۵	۲/۰۰۰	۰/۱۶۶
B	۰/۵۶۴	0	۰/۶۶۷	۰/۶۵۴	۱/۸۸۵	۱/۷۸۹	۰/۰۹۷
C	۰/۴۴۵	۰/۴۲۲	0	۰/۴۶۵	۱/۳۳۲	۲/۵۴۳	-۱/۲۱۲
D	۰/۵۳۳	۰/۵۴۲	۰/۵۲۲	0	۱/۵۹۷	۱/۵۶۴	۰/۰۳۴

A: حمایت دولت و بخش خصوصی از گردشگری غذا، b: در نظر گرفتن اصالت غذایی، c: آموزش و کسب دانش در زمینه گردشگری غذا، d: اطلاع‌رسانی





شکل ۲- رابطه علت و معلولی عوامل علی مؤثر در توسعه گردشگری از نظر میزان اهمیت (Pi) و از نظر خالص تأثیر پذیری (Ei)

مطابق جدول (۲)، عوامل (حمایت دولت و بخش خصوصی از گردشگری غذا، در نظر گرفتن اصالت غذایی، و اطلاع‌رسانی) با مقدار EI مثبت به‌عنوان عوامل تأثیرگذار تعیین شدند و عامل (آموزش و کسب دانش در زمینه گردشگری غذا) با مقدار EI منفی به‌عنوان عوامل تأثیر پذیر تعیین شدند، همچنین از بین عوامل تأثیرگذار، حمایت دولت و بخش خصوصی از گردشگری غذا بیشترین میزان تأثیرگذاری را در توسعه گردشگری روستاهای گیلان با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی، به خود اختصاص داده‌اند.

یکی از مهم‌ترین عوامل علی مؤثر در توسعه گردشگری، حمایت دولت و بخش خصوصی از گردشگری غذا است. از این رو، ارائه خدمات مالی و حمایتی برای گسترش گردشگری غذا ضروری است و متخصصان بر این موضوع تأکید داشتند که باید توزیع عادلانه خدمات گردشگری در بین روستاهای استان مورد تأکید قرار گیرد. دیگر عامل علی مؤثر در توسعه گردشگری غذا، اطلاع‌رسانی است. در این بین مصاحبه‌شوندگان اذعان نمودند، تبلیغات مؤثر درباره غذاهای محلی و رویدادهای مرتبط ضروری است و همچنین پیشنهاد شد، کلیه تصمیم‌ها و برنامه‌های صورت گرفته از سوی مراجع تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر در زمینه گردشگری در بین روستاهای گیلان و آشپزهای محلی این استان منعکس شود. در نهایت عامل آموزش و کسب دانش در زمینه گردشگری غذا، به‌عنوان عامل علی مؤثر در توسعه گردشگری خوراک در روستاهای گیلان شناسایی شد. در این راستا، آموزش نیروی انسانی در بخش گردشگری و برگزاری دوره‌های ترویجی برای افزایش آگاهی روستاییان یک ضرورت محسوب می‌شود.

جدول (۳) عوامل زمینه‌ای که منجر به توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش غذاهای محلی روستاهای گیلان با تمرکز بر رویکرد پایدارسازی جوامع محلی، می‌گردد به تفکیک مفاهیم و مقوله‌ها یا طبقاتی که این مفاهیم در آن‌ها دسته‌بندی شدند را نشان داده است.

جدول ۳- عوامل زمینه‌ای مؤثر در توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی

مقوله‌ها (طبقات)	مفاهیم	مصاحبه شوندگان
اقدامات بازاریابی	تشویق توسعه و ترویج و مصرف غذاهای محلی در بین گردشگران	X2, X1, X13, X15, X17, X19
	ایجاد مسیرها یا راسته‌های تولید و عرضه غذاهای محلی و سنتی در روستاهای گیلان	X25, X22, X26, X27, X30
	استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات به منظور تبلیغ غذاهای محلی گیلان	X25, X22, X26, X27, X30
	تربیت و آموزش آشپزها و خدمه ماهر و مهمان نوازی حرفه‌ای در روستاها	X25, X22, X26, X27, X30
	تغییر در رویکرد توسعه گردشگری (پایین به بالا)	X25, X22, X26, X27, X30
	توجه به توسعه گردشگری غذا با خلق کسب و کار و کارآفرینی در روستاها	X25, X22, X26, X27, X30
	تمرکززدایی در بین سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری	X25, X22, X26, X27, X30
توجه به هویت فرهنگی، محلی و ملی روستاهای گیلان	تبدیل تصمیمات عمودی به فعالیت‌های افقی در بین مدیران سازمان‌های ذی‌ربط	X25, X22, X26, X27, X30
	بررسی گردشگری غذا در قالب رابطه مثلث‌وار میزبان، مکان، میهمان و تأکید بر تعدیل فشار و بحران در سه ضلع و ایجاد تعادل	X1-X30
	به حداقل رساندن آسیب‌های فرهنگی جامعه میزبان	X2, X5
	استفاده از روش‌های مؤثر در توسعه گردشگری در روستاها	X1-X30
	توسعه پژوهش‌های مرتبط در زمینه ارزش مصرف غذاهای محلی و پایدارسازی جوامع محلی	X2-X30
روستاهای ایران و کشورهای همسو	ایجاد همایش‌های ملی و کنفرانس‌های بین‌المللی برای شناسایی عدم موفقیت گردشگری غذا	X2, X4, X6, X9, X10, X11-X30

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

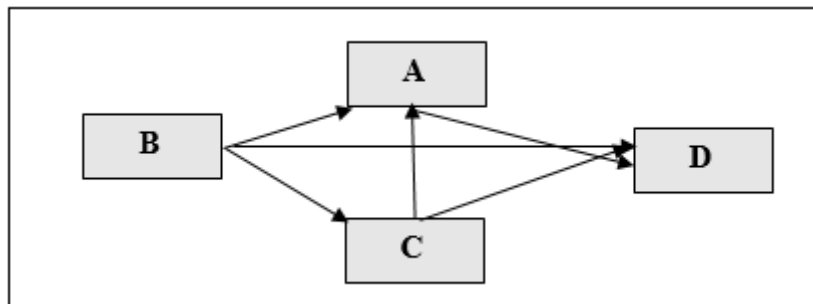
همان طور که در جدول (۳)، ملاحظه می‌گردد، عوامل زمینه‌ای مؤثر در توسعه گردشگری شامل: اقدامات بازاریابی، رویکرد نامتمرکز توسعه گردشگری غذا، توجه به هویت فرهنگی، محلی و ملی روستاهای گیلان و بهره‌گیری از تجربیات سایر روستاهای ایران و کشورهای همسو می‌باشد. سپس با استفاده از تکنیک DEMATEL، به روابط علت و معلول هر یک از عوامل علی پرداخته شده است. جدول (۴).

جدول ۴- ماتریس روابط کلی عوامل زمینه‌ای مؤثر در توسعه گردشگری

عوامل	a	b	c	D	Ri	Pi (R+D)	EI (R-D)
A	0	۰/۴۵۳	۵۰۰	۵۱۱	۱/۴۶۴	۱/۵۸۷	-۰/۱۲۳
B	۰/۶۵۴	0	۰/۶۷۸	۰/۶۷۵	۲/۰۰۷	۱/۷۶۵	۰/۲۴۲
C	۰/۵۴۳	۰/۵۱۱	0	۰/۵۸۷	۱/۶۴۱	۱/۵۴۱	۰/۱۰۰
D	۰/۴۱۱	۰/۳۷۶	۰/۳۴۴	0	۱/۱۳۱	۱/۲۴۴	-۰/۱۱۳

A: اقدامات بازاریابی، b: رویکرد نامتمرکز در توسعه گردشگری غذا، c: توجه به هویت فرهنگی، محلی و ملی روستاهای گیلان، d: بهره‌گیری از تجربیات سایر روستاهای ایران و کشورهای همسو





شکل ۳- رابطه علت و معلولی عوامل زمینه‌ای مؤثر در توسعه گردشگری از نظر میزان اهمیت (Pi) و از نظر خالص تأثیرگذاری (Ei)

مطابق جدول (۴)، عوامل (رویکرد نامتمرکز توسعه گردشگری غذا، توجه به هویت فرهنگی، محلی و ملی روستاهای گیلان) با مقدار EI مثبت به عنوان عوامل تأثیرگذار تعیین شدند و عامل‌های (اقدامات بازاریابی و بهره‌گیری از تجربیات سایر روستاهای ایران و کشورهای همسو) با مقدار EI منفی به عنوان عوامل تأثیرپذیر تعیین شدند، همچنین از بین عوامل تأثیرگذار، رویکرد نامتمرکز توسعه گردشگری غذا بیشترین میزان تأثیرگذاری را در توسعه گردشگری روستاهای گیلان با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی، به خود اختصاص داده‌اند.

یکی از شیوه‌های مدیریتی کشورها نظام متمرکز سیاسی-اداری است که در این نظام، دولت مرکزی در راس همه تصمیمات اداری قرار دارد. در حال حاضر، کشور ایران با چنین نظامی اداره می‌شود که به تبع وضعیت موجود، ساختار مدیریت روستایی و طرح‌های توسعه مرتبط با آن از این نظام تأثیرپذیر بوده، و این موضوع باعث ترویج تمرکزگرایی در حوزه مدیریت روستایی و سرانجام تضعیف مدیریت در زمینه گردشگری بوده است. در حال حاضر، به وضوح می‌توان نماد اصلی و بیان فضایی تمرکزگرایی را در بین سازمان‌های روستایی و طرح‌ها و برنامه‌های مربوط به گردشگری مشاهده نمود. در این راستا، مروری مختصر به طرح‌های توسعه گردشگری، نشان دهنده این است که نمی‌توان تأثیر سیستم مدیریت متمرکز و آمرانه را در طرح‌های گردشگری نادیده گرفت. سیستم آمرانه منظور آن است که طرح‌ها بر اساس اعتبار سازمان مربوطه عقد قرارداد یکنواخت با مشاور تهیه می‌شود، معمولاً بدون آنکه در اکثر موارد مجری طرح یعنی سازمان‌های ذی ربط، و... با ذینفعان محلی و... ارتباط برقرار کند. دومین عامل زمینه‌ای مؤثر در توسعه گردشگری، توجه به هویت فرهنگی، محلی و ملی روستاهای گیلان است. از این رو، لازم است گردشگری غذا در قالب رابطه مثلث وار میزبان، مکان، میهمان و تأکید بر تعدیل فشار و بحران در سه ضلع و ایجاد تعادل در کاهش به حداقل رسیدن آسیب‌های فرهنگی به جامعه محلی مورد بررسی قرار گیرد.

از سوی دیگر، در بازار پرقاب‌ت امروز گردشگری، اقدامات مؤثر در بازاریابی اصل اساسی است. در این بین، لازم است با مطرح نمودن مزیت‌های اقتصادی، اجتماعی، سلامت جسم و روان، گردشگران را به ترویج و مصرف غذاهای محلی تشویق نمود. همچنین توصیه می‌گردد با تهیه بروشورهای تدوین شده با تصاویر زیبا از غذاهای محلی استان گیلان، به بررسی هر یک از مزیت‌ها پرداخته شود، تا گردشگر با بررسی هر یک از آنها، غذاهای محلی را انتخاب نماید. در نهایت، در راستای عامل زمینه‌ای بهره‌گیری از تجربیات سایر روستاهای ایران و کشورهای همسو مطرح شده، استفاده از روش‌های مؤثر در توسعه گردشگری خوراک از روستاها و شهرهای دیگر ایران و حتی کشورهای دیگر، می‌تواند در توسعه گردشگری خوراک در روستاهای گیلان مؤثر باشد.

جدول (۵) عوامل مداخله‌گر مؤثر در منجر به توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش غذاهای محلی روستاهای استان گیلان با تمرکز بر رویکرد پایداری جوامع محلی می‌گردد، به تفکیک مفاهیم و مقوله‌ها یا طبقاتی که این مفاهیم در آن‌ها دسته‌بندی شدند را نشان داده است.

جدول ۵- عوامل مداخله‌گر مؤثر در توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی

مقوله‌ها (طبقات)	مفاهیم	مصاحبه شوندگان
	تقویت نقش و تاثیر سازمان‌های جامعه مدنی در توسعه گردشگری غذا	X1-X30
حمایت از	جذب و حفظ نخبگان و طبقه خلاق و متخصص در زمینه گردشگری	X25, X22, X26, X27, X30
خلاقیت در گردشگری	ایجاد فضا و زیرساخت برای گفتگو، تولید ایده و تبدیل ایده به محصول	X25, X22, X26, X27, X30
	رفع موانع اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی خلاقیت در گردشگری غذا	X25, X22, X26, X27, X30
	برگزاری جلسات منظم و پیوسته توسط مسئولان سازمان‌های ذی‌ربط در خصوص گردشگری غذا و تاثیر آن در پایداری جوامع محلی	X25, X22, X26, X27, X30
	استفاده از نظرات مدیران روستایی در برنامه‌های گردشگری در روستاها	X1-X30
مدیریت یکپارچه در بین سازمان‌ها	همکاری بین سازمان‌های ذی‌ربط	X1, X3, X5, X7, X11, X13, X14, X16, X22, X26, X30
	انسجام سازمان‌ها در حین شروع و توسعه طرح‌های گردشگری	X1, X3, X5, X7, X11, X13, X14, X16, X22, X26, X30
	انعقاد تفاهم‌نامه‌ها در بین سازمان‌ها	X1, X3, X5, X7, X11, X13, X14, X16, X22, X26, X30
	مدیریت تخصصی در زمینه گردشگری از جمله گردشگری غذا	X1, X3, X5, X7, X11, X13, X14, X16, X22, X26, X30
برنامه‌ریزی و مدیریت	تدوین طرح جامع گردشگری	X1-X30
	آگاهی و علاقه‌مندی مسئولان و مدیران به توسعه گردشگری روستاهای گیلان	X2, x5.x7
	قرار داشتن مدیران بومی در راس تصمیم‌گیری برای مباحث گردشگری غذا	X3,X6,X8, X11, X16, X18
	برنامه‌ریزی توسعه محور گردشگری	X2-X30
رفع موانع	مقررات و سیاست‌های تشویقی	X6, X8, X11
حقوقی و قانونی	رفع قوانین دست و پاگیر و مزاحم در بین سازمان‌های ذی ربط	X4, X7
	ایجاد و به‌روزرسانی وب سایت گردشگری خوراک	X2-X30
توسعه زیرساخت‌ها	طراحی جذاب رستوران‌ها و مراکز ارائه خدمات گردشگری خوراک در گیلان	X1-X30
	توسعه اقامتگاه‌ها و بوم‌گردی‌های گردشگری	X2, X6, X18

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

مطابق جدول (۵)، مقولات: حمایت از خلاقیت در گردشگری، مدیریت یکپارچه در بین سازمان‌ها، برنامه‌ریزی و مدیریت، رفع موانع حقوقی و قانونی و توسعه زیرساخت‌ها، از عوامل مداخله‌گر مؤثر در توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش

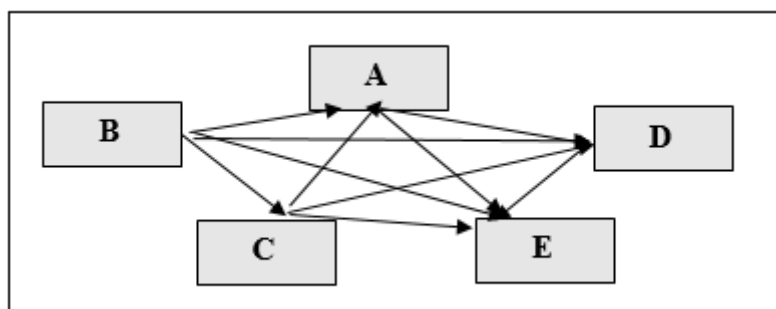


مصرف غذاهای محلی روستاهای گیلان محسوب شدند. سپس با استفاده از تکنیک DEMATEL، به روابط علت و معلول هر یک از عوامل مداخله‌گر پرداخته شده است، جدول (۶).

جدول ۶- ماتریس روابط کلی عوامل مداخله‌گر مؤثر در توسعه گردشگری

عوامل	a	b	C	d	E	Ri	Pi (R+D)	EI (R-D)
A	0	۰/۵۶۷	۰/۶۵۴	۰/۵۱۴	۰/۵۴۴	۲/۲۷۹	۲/۱۷۳	۰/۱۰۶
B	۰/۷۶۵	0	۰/۷۷۶	۰/۷۰۰	۰/۷۱۴	۲/۹۵۵	۲/۶۵۴	۰/۳۰۱
C	۰/۶۵۴	۰/۶۴۴	0	۰/۶۲۱	۰/۶۱۱	۲/۵۳۰	۲/۳۰۰	۰/۲۳۰
D	۰/۵۰۰	۰/۴۳۴	۰/۴۱۱	0	۰/۴۰۵	۱/۷۵۰	۱/۶۹۰	۰/۶۰
E	۰/۳۴۳	۰/۴۰۰	۰/۳۱۲	۰/۳۰۰		۱/۳۵۵	۱/۵۶۴	-۰/۲۰۹

A: حمایت از خلاقیت در گردشگری، b: مدیریت یکپارچه در بین سازمان‌ها، c: برنامه‌ریزی و مدیریت، d: رفع موانع حقوقی و قانونی، e: توسعه زیرساخت‌ها



شکل ۴- رابطه علت و معلولی عوامل مداخله‌گر مؤثر در توسعه گردشگری از نظر میزان اهمیت (Pi) و از نظر خالص تأثیرگذاری (Ei)

مطابق جدول (۶)، عوامل (حمایت از خلاقیت در گردشگری، مدیریت یکپارچه در بین سازمان‌ها، برنامه‌ریزی و مدیریت، رفع موانع حقوقی و قانونی) با مقدار EI مثبت به‌عنوان عوامل تأثیرگذار تعیین شدند و عامل (توسعه زیرساخت‌ها) با مقدار EI منفی به‌عنوان عوامل تأثیر پذیر تعیین شدند، همچنین از بین عوامل تأثیرگذار، مدیریت یکپارچه در بین سازمان‌ها بیشترین میزان تأثیرگذاری را در توسعه گردشگری روستاهای گیلان با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی، به خود اختصاص داده‌اند.

مطابق نتایج به دست آمده، یکی از مهم‌ترین عوامل مداخله‌گر در راستای توسعه گردشگری، مدیریت یکپارچه در بین سازمان‌ها است. در واقع برای جلوگیری از دوباره‌کاری‌ها و تداخل مسئولیت‌ها و اتلاف منابع و سرمایه‌ها بهتر است چارچوب‌های یکپارچگی در بین سازمان‌های ذی‌ربط دیده شود تا در نهایت توسعه گردشگری خوراک به شکل یک کل یکپارچه در استان گیلان اداره شود و با افزایش توانایی‌ها و ظرفیت‌های یکدیگر، عملکرد با کارایی بیشتر و اثربخشی بالاتری را ارائه دهند. دومین عامل زمینه‌ای مؤثر، برنامه‌ریزی و مدیریت است. بر این اساس، مدیران و مسئولین در بخش گردشگری تخصص و دانش کافی در زمینه گردشگری به ویژه گردشگری خوراک ندارند، از این رو، توصیه می‌شود مدیران متخصص و کارآمد در این حوزه مداخله نمایند. همچنین علاوه بر تخصص و دانش کافی، لازم است مدیران بومی در راس

تصمیم‌گیری در زمینه مباحث گردشگری غذا قرار گیرد. دلیل این امر، آگاهی و علاقه‌مندی مسئولین بومی نسبت به روستاهای گیلان و توسعه گردشگری بیشتر است.

از سوی دیگر، گردشگران روز به روز تمایل بیشتری برای یادگیری و افزایش سرمایه فرهنگی خود برای خلق تجربه‌های غذایی جدید نشان می‌دهند، و آنها در پی معنا بخشی به زندگی خود و کسب آگاهی‌های بیشتر هستند و برای تجارب شخصی خود اصالت قائل‌اند. آنها سهمی از فعالیت‌های خلاقانه مقصد را به عهده می‌گیرند و فرصت‌هایی برای یادگیری مهارت‌های جدید و برقراری پیوند نزدیک با مردم محلی و میراث فرهنگی آنها پدید می‌آورند. بر این اساس؛ هر روستا یک محصول گردشگری است، یک دیدگاه راهبردی با رویکرد اقتصادی به نواحی روستایی است که بیانگر جایگاه و اهمیت اقتصاد روستایی و گردشگری در اقتصاد ملی است. در این بین لازم است، موانع حقوقی و قانونی از جمله: مقررات و سیاست‌های تشویقی و قوانین دست و پاگیر و مزاحم در بین سازمان‌های مرتبط نیز مرتفع گردد

پس از شناسایی عوامل مطرح شده، برای تدوین الگوی توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی با رویکرد پایدارسازی جوامع محلی در مناطق روستایی استان گیلان دانسته شد به بررسی راهبردها، پیامدها و موانع پرداخته شود، که به شرح ذیل ارائه شد:

جدول (۷) راهبردهایی که منجر به توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی روستاهای گیلان می‌گردد به تفکیک مفاهیم و مقوله‌ها یا طبقاتی که این مفاهیم در آنها دسته‌بندی شدند.

جدول ۷- راهبردهای مؤثر در توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی

مقوله‌ها (طبقات)	مفاهیم	مصاحبه شوندگان
	توسعه فضای تنفسی با عزم همگان اعم از مدیران روستایی و گردشگری، نخبگان روستایی در حوزه مطالعاتی، اساتید دانشگاهی	X1, X3, X5, X7, X11, X13, X14, X16, X22, X26, X30
فراهم نمودن بستر گفتمان‌سازی در راستای توسعه گردشگری	هم‌اندیشی متخصصان و کارشناسان در راستای شناسایی نقاط قوت و ضعف مربوط به توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی و پایداری جوامع محلی	X3, X22, X25, X28
	هم‌اندیشی متخصصان و کارشناسان در راستای شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات مربوط به توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی و پایداری جوامع محلی	X3, X22, X25, X28
سناریوهای آینده‌نگاری جامع در تصمیمات مدیران	تصمیم‌گیری راهبردی در زمینه توسعه گردشگری خوراک در روستاها تدوین سناریوهای باقابلیت امکان وقوع و پذیرفتی از حال به آینده تدوین سناریوهای متمرکز بر تصمیم‌گیری	X2-X30 X3, X22, X25, X28 X3, X22, X25, X28
شناسایی اهمیت و ضرورت توسعه گردشگری خوراک در روستاها	تبیین و آموزش مبانی گردشگری خوراک در قالب کارگاه‌های مختلف از سوی سازمان‌های ذی‌ربط تبیین آثار و نتایج توسعه گردشگری خوراک در بین روستاییان و ذینفعان آموزش عوامل شتاب‌دهنده در پایداری جوامع محلی با تأکید بر گردشگری خوراک	X3, X22, X25, X28 X3, X22, X25, X28 X3, X22, X25, X28
توسعه مشارکت	تقویت مشارکت ساکنین محلی با سازمان‌های گردشگری تقویت مشارکت بین جامعه میزبان و گردشگر	X3, X6, X11, X17 X2-X30

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳



همان طور که در جدول (۷) ملاحظه می‌گردد، راهبردهای مؤثر در توسعه گردشگری شامل: فراهم نمودن بستر گفتمان‌سازی در راستای توسعه گردشگری، سناریوهای آینده‌نگاری جامع در تصمیمات مدیران، شناسایی اهمیت و ضرورت توسعه گردشگری خوراک در روستاها و توسعه مشارکت هستند. در ادامه نیز مطابق جدول (۸)، مقولات: پایداری سکونتگاه‌های روستایی، توزیع منافع گردشگری در بین همه ذینفعان و بسترسازی در توسعه مهارت‌ها از پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری خوراک در روستاهای گیلان محسوب شدند.

جدول ۸- پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی

مقوله‌ها (طبقات)	مفاهیم	مصاحبه شوندگان
پایداری سکونتگاه‌های روستایی	رضایت شغلی ساکنین محلی در مشاغل گردشگری خوراک	X22, X21, X11, X13, X15, X18, X20
	دسترسی به فرصت‌های شغلی برای جامعه محلی و مردم بومی در تمام سطوح	X13, X14, X11
	رضایت محلی از گردشگری	X5, X7, X9
	مشارکت روزافزون جوامع محلی در بخش گردشگری	X3, X22, X25, X28
	ثبات اقتصادی در روستاها	X3, X22, X25, X28
	وجود برنامه‌ریزی توسعه یا کاربرد زمین برای مصارف گردشگری	X3, X22, X25, X28
	کاهش سطح و شدت تغییرات کاربری کشاورزی به مسکونی و ساخت و ساز....	X3, X22, X25, X28
	جلوگیری از مهاجرت جوانان روستایی و محلی	X3, X22, X25, X28
	افزایش مهاجرت معکوس	X6, X8, X11
	بهبود کیفیت مساکن روستایی	X1-X30
توزیع منافع گردشگری در بین همه ذینفعان	حفظ کیفیت منظر محیط	X1-X30
	اعمال سریع‌تر طرح‌های هادی در روستاها	X1-X30
	توزیع اقتصادی حاصل از گردشگری در بین ذینفعان	X1-X30
	عدم تمرکز منافع حاصل از گردشگری در دست گروه‌های خاص شامل سرمایه‌گذاران، نهادهای دولتی و نخبگان محلی	X1-X30
	توسعه مهارت‌های پایه‌ای برای اشتغال در بخش گردشگری	X1-X30
بسترسازی در توسعه مهارت‌ها	آموزش مهارت‌های اجتماعی و ارتباطی برای برقرار ارتباط با گردشگران و نهادهای اثرگذار در گردشگری	X1-X30

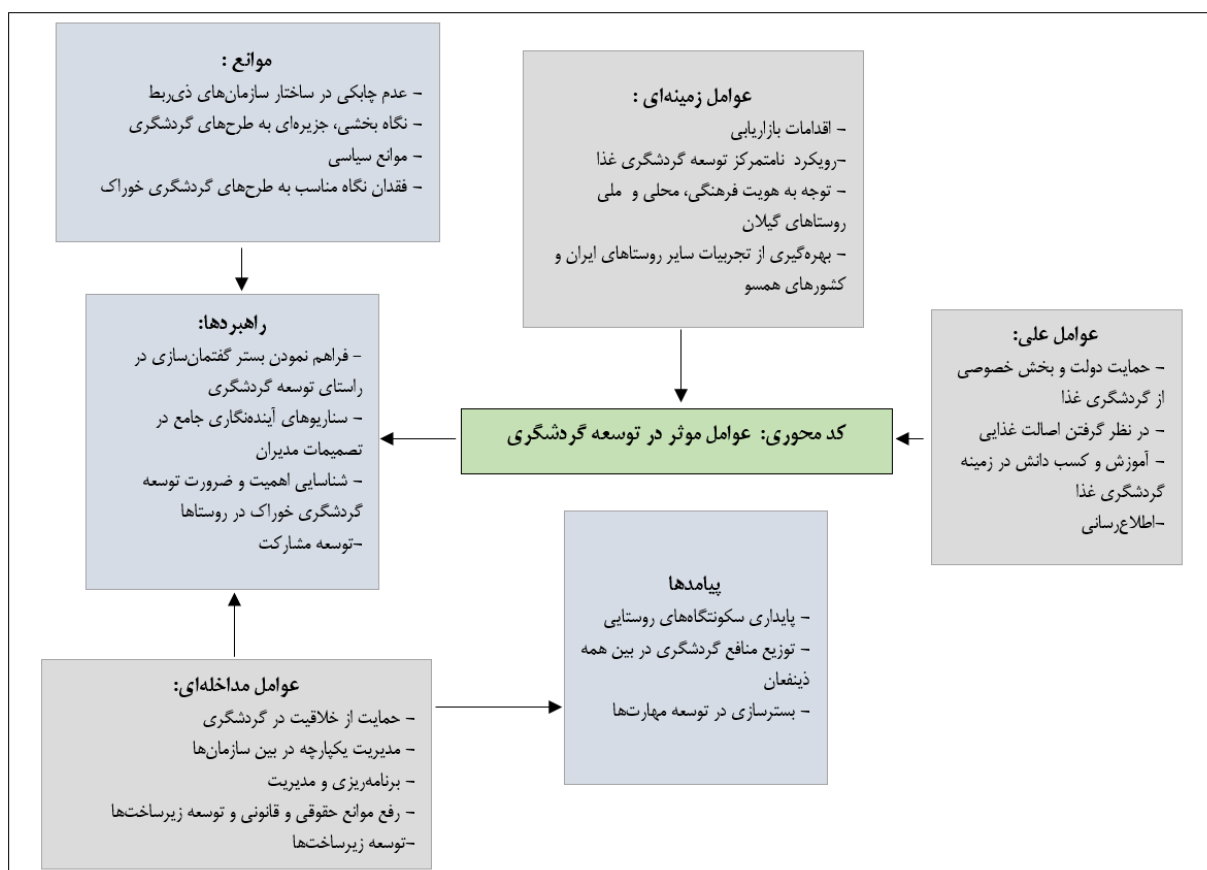
منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

قابل ذکر است، در راستای راهبردها و عوامل مطرح شده، موانع متعددی وجود دارد که مطابق جدول (۹)، عدم چابکی در ساختار سازمان‌های ذی‌ربط، نگاه بخشی، جزیره‌ای به طرح‌های گردشگری، موانع سیاسی و فقدان نگاه مناسب به طرح‌های گردشگری خوراک، از موانع مهم بر سر راه توسعه گردشگری روستاهای گیلان هستند.

جدول ۹- موانع مؤثر در توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی

مقوله‌ها (طبقات)	مفاهیم	مصاحبه شوندگان
عدم چابکی در ساختار سازمان‌های ذی‌ربط	وجود قوانین سخت و غیرمنعطف در بسیاری از سازمان‌ها	X6, X11, X13, X8
	نیروی انسانی ناکارآمد	X3, X22, X25, X28
	عدم آزادی و ابتکار عمل بسیاری از سازمان‌ها	X3, X22, X25, X28
نگاه بخشی، جزیره‌ای به طرح‌های گردشگری	رویکرد متمرکز در بین سازمان‌های گردشگری	X3, X22, X25, X28
	نبود رویکرد شبکه‌ای در بین سازمان‌ها	X3, X6
موانع سیاسی	تغییر رویه و اهداف سازمان‌ها با ورود مدیران و روسای جدید با انتخاب دولت جدید	X5, X7, X11, X15, X19, X22, X25
فقدان نگاه مناسب به طرح‌های گردشگری خوراک	توجیه اقتصادی طرح‌های گردشگری خوراک در بسیاری از سازمان‌ها	X22, X27, X30
	نبود نگاه اجتماعی، فرهنگی، محیطی و... به طرح‌های گردشگری در بین سازمان‌ها	X11, X14

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳



شکل ۵- مدل پارادایمیک عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری غذا



۵- بحث و فرجام

مجموعه عوامل مؤثر در توسعه گردشگری در قالب سه بخش (علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر) شناسایی شد. از این رو، مقولات: حمایت دولت و بخش خصوصی از گردشگری غذا، در نظر گرفتن اصالت غذایی، آموزش و کسب دانش در زمینه گردشگری غذا و اطلاع‌رسانی؛ از عوامل علی مؤثر در توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی روستاهای گیلان محسوب شدند. سپس با استفاده از تکنیک DEMATEL، نتایج روابط علت و معلول هر یک از عوامل علی نشان داد، عوامل (حمایت دولت و بخش خصوصی از گردشگری غذا، در نظر گرفتن اصالت غذایی، و اطلاع‌رسانی) با مقدار EI مثبت به عنوان عوامل تأثیرگذار تعیین شدند و عامل (آموزش و کسب دانش در زمینه گردشگری غذا) با مقدار EI منفی به عنوان عوامل تأثیرپذیر تعیین شدند، همچنین از بین عوامل تأثیرگذار، حمایت دولت و بخش خصوصی از گردشگری غذا بیشترین میزان تأثیرگذاری را در توسعه گردشگری روستاهای گیلان با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی، به خود اختصاص داده‌اند.

در ادامه نیز، عوامل زمینه‌ای مؤثر در توسعه گردشگری شامل: اقدامات بازاریابی، رویکرد نامتمرکز توسعه گردشگری غذا، توجه به هویت فرهنگی، محلی و ملی روستاهای گیلان و بهره‌گیری از تجربیات سایر روستاهای ایران و کشورهای همسایه می‌باشد. سپس با استفاده از تکنیک DEMATEL، نتایج روابط علت و معلول هر یک از عوامل زمینه‌ای نشان داد، عوامل (رویکرد نامتمرکز توسعه گردشگری غذا، توجه به هویت فرهنگی، محلی و ملی روستاهای گیلان) با مقدار EI مثبت به عنوان عوامل تأثیرگذار تعیین شدند و عوامل (اقدامات بازاریابی و بهره‌گیری از تجربیات سایر روستاهای ایران و کشورهای همسایه) با مقدار EI منفی به عنوان عوامل تأثیرپذیر تعیین شدند، همچنین از بین عوامل تأثیرگذار؛ رویکرد نامتمرکز توسعه گردشگری غذا بیشترین میزان تأثیرگذاری را در توسعه گردشگری روستاهای گیلان با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی، به خود اختصاص داده‌اند. در ادامه نیز، مقولات: حمایت از خلاقیت در گردشگری، مدیریت یکپارچه در بین سازمان‌ها، برنامه‌ریزی و مدیریت، رفع موانع حقوقی و قانونی و توسعه زیرساخت‌ها، از عوامل مداخله‌گر مؤثر در توسعه گردشگری با تأکید بر ارزش مصرف غذاهای محلی روستاهای گیلان محسوب شدند. سپس با استفاده از تکنیک DEMATEL، به روابط علت و معلول هر یک از عوامل مداخله‌گر پرداخته شده است، نتایج نشان داد؛ عوامل (حمایت از خلاقیت در گردشگری، مدیریت یکپارچه در بین سازمان‌ها، برنامه‌ریزی و مدیریت، رفع موانع حقوقی و قانونی) با مقدار EI مثبت به عنوان عوامل تأثیرگذار تعیین شدند و عامل (توسعه زیرساخت‌ها) با مقدار EI منفی به عنوان عوامل تأثیرپذیر تعیین شدند، همچنین از بین عوامل تأثیرگذار، مدیریت یکپارچه در بین سازمان‌ها بیشترین میزان تأثیرگذاری را در توسعه گردشگری روستاهای گیلان با تمرکز بر ارزش مصرف غذاهای محلی، به خود اختصاص داده‌اند. بخش عمده‌ای از رخوت و در جاماندگی گردشگری غذا در روستاهای استان گیلان نشأت گرفته از ساختار متمرکز و به تبع آن مدیریت گردشگری و روستایی و...؛ است. این رویکرد بر انحصار قدرت تصمیم‌گیری در اختیار ساختار سیاسی حاکم دلالت دارد که در برابر هر نوع توزیع و پراکنش قدرت تصمیم‌گیری و اجرای امور از طریق ساختارها و مراکز مختلف که به توزیع جغرافیایی قدرت در سطوح منطقه‌ای و محلی یعنی فراتر از سطح ملی می‌انجامد، مقاومت می‌نماید. پیامدها و برآیند تمرکزگرایی و دیوان‌سالاری در سازمان‌های ذی‌ربط گردشگری، به طور مشهود متضمن سلب اختیار و پیچیده ساختن فرایند مشارکت است. در واقع، اجرای موفقیت‌آمیز طرح‌های گردشگری با رویکرد تمرکززدایی ایجاب می‌کند که بین سازمان‌های (بنیاد مسکن، میراث گردشگری، و...) تا حدودی هماهنگی وجود داشته باشد و برای اینکه سطوح دوستی یکدیگر را تکمیل کنند، باید بین آنها ارتباط پایدار و مناسبی برقرار و حفظ شود و وظایف باید به صورتی تقسیم گردد که از توانایی‌های کارگزاری‌های سطوح مختلف دولتی استفاده شود. از سوی دیگر، رویکرد روستاهای گیلان حکومت روستایی است که مدیران روستایی خود را قیوم روستاییان می‌دانند و به دلخواه، سیاست‌ها و برنامه‌های مرتبط با گردشگری را بدون

کوچک‌ترین نظرسنجی و مشارکت جوانان، زنان و مردان روستایی و حتی کودکان عملیاتی می‌کنند. از این رو، زمانی می‌توان انتظار توسعه گردشگری با مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی را در روستاهای گیلان داشت، که مصلحان و کارگزاران مربوط به گردشگری در قالب تمرکززدایی و اتخاذ راهبردهای توسعه پایدار باید از لفاف حرفه‌گرایی، فرهنگ‌مداری و ارزش‌گرایی دانش و مهارت خود بیرون آمده و با روستاییان و حتی گردشگران به گفتگو بپردازند و مبادرت به یادگیری از آنان نمایند. نتایج تحقیق نیز با مطالعات: حیدری و همکاران (۱۳۹۸)، همخوانی و مطابقت دارد. در نهایت در راستای نتایج به دست آمده، راهکارهای ذیل را می‌توان پیشنهاد داد:

- به منظور پرهیز از اقدامات اقتدارگرایانه و پراکنده‌کاری و ناهماهنگی‌های نهادی در توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی، لازم است طرح‌های مرتبط، فرایند سه مرحله: نیازسنجی، امکان‌سنجی، نهادسازی را پشت سر گذارند؛
- 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؛ و
- آموزش روستاییانی که به طور مستقیم با گردشگران خوراک در ارتباط هستند در جهت ارائه خدمات مؤثر و کارآمد نیز توصیه می‌گردد.

۶- منابع

- جعفری مهرآبادی، مریم، اکبری، مجید، عطایی، فرزانه و رازقی، فرزانه. (۱۳۹۶). مدل‌یابی ساختاری - تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری غذا (نمونه موردی: شهر رشت). *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۲(۴۰)، ۶۸۱-۶۹۸. <https://sanad.iau.ir/journal/jshsp/Article/535978?jid=535978>
- جوان، فرهاد و جمعه‌پور، محمود. (۱۴۰۴). تحلیل میزان پایداری جوامع روستایی با تأکید بر توسعه گردشگری مبتنی بر ارزش مصرف غذاهای محلی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری استان گیلان). *پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی*، ۱۹(۶)، <https://doi.org/10.30470/jegr.2025.2054543.1277>
- جوان، فرهاد. (۱۴۰۰). تبیین نظام توزیع منافع گردشگری در ناحیه روستایی رضوانشهر. *روستا و توسعه پایدار فضا*، ۲(۲)، ۶۹-۹۴. <https://doi.org/10.22077/vssd.2021.4838.1050>
- جوان، فرهاد، حسونند، علی و عارف‌نژاد، محسن. (۱۴۰۳). شناسایی تأثیرگذارترین و تأثیرپذیرترین عوامل توسعه گردشگری روستایی در راستای اقتصاد پایدار. *پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی*، ۱۵(۵)، ۸۴-۹۸. <https://doi.org/10.30470/jegr.2024.2022661.1143>
- 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. <https://doi.org/10.22108/ue.2020.123690.1147>
- قنبری، ابوالفضل، فرزانه کیا، شیرین و عبدی‌دایلاری، خاطره. (۱۴۰۰). بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای غذای محلی در جذب گردشگران غذایی (مورد مطالعه: شهر تبریز، گردشگری و توسعه، ۱۰(۱)، ۹۵-۱۰۵. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.209123.1886>



نعیم‌آبادی، نازنین و جوان، فرهاد. (۱۳۹۹). تحلیل عوامل اثرگذار بر طول اقامت گردشگران در بوم‌گردی‌های شهرستان مشهد. روستا و توسعه پایدار فضا، ۱(۱)، ۶۹-۸۴. <https://doi.org/10.22077/vssd.2020.3551.1004>

نیک‌رفتار، طیبه، کریمی‌زاده، الهه و حسینی، الهه. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری غذاهای محلی در استان گیلان. گردشگری و توسعه. ۷(۴)، ۱۱۹-۱۳۳. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.120397.1351>

References

- An, Soyoung, Choi Jinkyung, Eck, Thomas & Yim Huirang (2023), Perceived Risk and Food Tourism: Pursuing Sustainable Food Tourism Experiences, Sustainability, 16(1), 1-19. <https://doi.org/10.3390/su16010013>.
- Azman, A.M. (2012). Food tourism special events and festival in Appalachian Ohio. "knowledge in food tourism: the case of lofoten and maremma toscana. Current issues in tourism, 14(4), 355-371.
- Buiatti Stefano, (2011). Food and Tourism: the role of the "Slow Food" association, Food, Agri-Culture and Tourism (book), editors: Katia Laura Sidali ksidi, Achim Spiller a.spiller & Birgit Schulze bschulze, Springer Vienna, 92-101.
- Din Wani, M, Ahmad Dada, Z & Ahmad Shah, S. (2023). Can consumption of local food contribute to sustainable tourism? Evidence from the perception of domestic tourists, International Journal of Sustainable Development & World Ecology, <https://doi.org/10.1080/13504509.2023.2262950>.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., and Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. Tourism Management, 68, 250-263.
- Ghanbari, A., Farzankia, S. and Abdi Daylari, K. (2021). An Investigation of the factors influencing local food demand in attracting foodies (A Case Study: Tabriz City). Journal of Tourism and Development, 10(1), 95-106. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.209123.1886> [In Persian]
- Grbac Bruno & Milohanovic Ana. 2008. Contribution of Food Products in Creating Cultural Identity of Tourist Destination, WSEAS International Conference on Cultural Heritage and Tourism (CUHT'08), Heraklion, Crete Island, Greece, July 22-24. 83-88.
- Heydari, M. T., Ahadnejad roveshti, M. and Moharami, S. (2019). An analysis of city economic regeneration with a gastronomic tourism approach (Case study: Zanjan annual Aash Festival). Urban Economics, 4(2), 37-54. <https://doi.org/10.22108/ue.2020.123690.1147> [In Persian]
- Jafari mehr abadi., M, Akbari., M., Ataei., F & Razeghi., F. (2017). Interpretive Structural Modeling (ISM) of Factors Affecting Food Tourism Development (Case Study: Rasht City). Journal of Studies of Human Settlements Planning, 12(3), 681-698. <https://sanad.iau.ir/journal/jshsp/Article/535978?jid=535978> [In Persian]
- Javan, F. (2021). The Explantion of Tourism Benefits System Distribution Rezvanshahr Rural Area. Village and Space Sustainable Development, 2(2), 69-94. <https://doi.org/10.22077/vssd.2021.4838.1050> [In Persian]
- Javan, F. and 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). Economic Geography Research, 6(19). <https://doi.org/10.30470/jegr.2025.2054543.1277> [In Persian]
- Javan, F., Hasanvand, A. and Arefnezhad, M. (2024). Identification of the Most Influential and Influenced Factors in Rural Tourism Development towards Sustainable Economy. Economic



- Geography Research, 5(15), 84-98. [https://doi.org/ 10.30470/jegr.2024.2022661.1143](https://doi.org/10.30470/jegr.2024.2022661.1143)[In Persian]
- Kivela, J., & Crotts, C. (2005). Gustonomy tourism; Amraingful Market segment. Journal of culinary science& tourism, 4(2-3), 39-55. [https://doi.org/ 10.1300/J385v04n02_03](https://doi.org/10.1300/J385v04n02_03)
- Lan Lawrence W., Wu Wei-Wen, Lee Yu-Ting. (2012). Promoting Food Tourism with Kansei Cuisine Design, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 40, PP. 609-615. [https://doi.org/ 10.1016/j.sbspro.2012.03.238](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.238)
- Long Lucy M., (2013). Culinary Tourism, Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics, Springer Science-Business Media Dordrecht. [https:// link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-94-007-6167-4_416- 1#page-1](https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-94-007-6167-4_416-1#page-1)
- Naim Abadi, N. and Javan, F. (2020). An Analysis of Factors Influencing Tourists' Stay in Mashhad Ecotourism Resorts. Village and Space Sustainable Development, 1(1), 69-84. [https://doi.org/ 10.22077/vssd.2020.3551.1004](https://doi.org/10.22077/vssd.2020.3551.1004)[In Persian]
- Nikraftar, T., KArimizade, E. and 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. [https://doi.org/ 10.22034/jtd.2019.120397.1351](https://doi.org/10.22034/jtd.2019.120397.1351)[In Persian]
- Perrea, T., Grunert, K. G., & Krystallis, A. (2015). Consumer value perceptions of food products from emerging processing technologies: A cross-cultural exploration. Food Quality and Preference, 39, 95-108. [https://doi.org/ 10.1016/j.foodqual.2014.06.009](https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.06.009)
- Purnomo, A. (2021). Development of Local Food Tourism for Supporting Sustainable Indonesia Tourism Development. In Proceedings of the 3rd International Conference on Social Sciences, Laws, Arts and Humanities (BINUS-JIC 2018), pages 104-109. [https://doi.org/ 10.5220/0010003301040109](https://doi.org/10.5220/0010003301040109)
- Sánchez-Fernández, R., & Iniesta-Bonillo, M. Á. (2007). The concept of perceived value: a systematic review of the research. Marketing theory, 7(4), 427-451. [https://doi.org/ 10.1177/1470593107083165](https://doi.org/10.1177/1470593107083165)
- 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](https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0206).
- Yurtseven H. Ridvan & Karakas Necati. (2013). Creating a Sustainable Gastronomic Destination: The Case of Cittaslow Gokceada-Turkey, American International Journal of Contemporary Research, 3(3), 91-100. [https:// www.ajcernet.com/journal/index/429](https://www.ajcernet.com/journal/index/429)

