

## ارزیابی عملکرد گردشگری آشپزی در روستای سرولات از دیدگاه ذینفعان (جامعه محلی، کارشناسان و گردشگران)

نازنین تبریزی<sup>۱</sup>

تاریخ وصول: ۱۳۹۵/۱/۱۵، تاریخ تایید: ۱۳۹۵/۲/۱۵

### چکیده

یکی از انواع گردشگری که امروزه در جهان بسیار رونق یافته، گردشگری آشپزی است. تجارب متعدد جهانی حاکی از آن است که این صنعت نقش بسیار مهمی در رفاه و ارتقاء کیفیت زندگی جوامع میزبان ایفا می‌نماید. مناطق مختلف ایران نیز به دلیل برخورداری از پتانسیل‌های متنوع فرهنگی، در موضوع مورد بحث جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده است که از جمله این مقاصد می‌توان به روستای سرولات در استان گیلان اشاره نمود. از این رو پژوهش حاضر با هدف افزایش میزان ثمربخشی اقدامات آینده، به سنجش وضعیت گردشگری آشپزی در روستای سرولات از دیدگاه ذینفعان پرداخته است. جامعه آماری پژوهش شامل سه گروه کارشناسان، گردشگران و ساکنان بوده و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخت است. پژوهش بر اساس ماهیت توصیفی-تحلیلی بوده و جهت تحلیل داده‌های آن، از روش تحلیل رگرسیون، آنتروپی و مدل ACSI استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد هم از دیدگاه کارشناسان و هم از دیدگاه ساکنان، گردشگری آشپزی بیشترین اثر را بر توسعه اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی روستا داشته و تأثیر آن بر ابعاد «زیرساختی»، «محیط زیستی» و «دولتی-نهادی» ناچیز بوده است. همچنین شاخص رضایتمندی گردشگران از مجموع فعالیت‌های گردشگری آشپزی در روستای سرولات، در مقیاس صفر تا صد، ۶۷.۱۶ محاسبه گردید که بیشتر، نشان‌دهنده کاستی‌های زیرساختی و خدماتی در مقصد می‌باشد.

کلیدواژگان: گردشگری آشپزی، توسعه محلی، رضایتمندی گردشگران، روستای سرولات.

۱. استادیار گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران، [N.tabrizi@umz.ac.ir](mailto:N.tabrizi@umz.ac.ir)

## مقدمه

امروزه گردشگری یکی از بزرگترین بخش‌های اقتصادی در بسیاری از کشورها به‌شمار رفته (طیبی و همکاران، ۱۳۸۶) و توسعه آن، به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، از اهمیت فراوانی برخوردار است. این صنعت دارای شاخه‌های متعدد است که با انگیزه‌های مختلف صورت می‌گیرد. در این میان بسیاری از گردشگران نه با قصد طبیعت گردی، تجارت و... بلکه صرفاً با هدف آشنایی با غذاها و نوشیدنی‌های اقوام مختلف و طرز تهیه آنها به‌طور مستقیم به مناطق خاص سفر می‌کنند که خود زمینه‌ساز نوعی از گردشگری به نام گردشگری آشپزی شده است. واژه گردشگری آشپزی اولین بار در سال ۱۹۹۶ توسط لوسی، ام لانگ، ابداع گردید. او گردشگری آشپزی را به‌عنوان تجربه منحصر بفرد مسافران در خوردن غذاهای جدید و راهی برای کشف فرهنگ معرفی نمود (Wolf, 2002). به عبارت دیگر گردشگری آشپزی در صدد شناخت فرهنگ و تاریخ یک جامعه از طریق مواد غذایی و فعالیت‌های مرتبط با آن و ایجاد تجربه‌های به یاد ماندنی است (Long, 2004). آمار جهانی نشان می‌دهد که این شاخه از گردشگری در چند سال اخیر به سرعت توسعه یافته و هم‌اکنون به بخش مهمی از برنامه‌های استراتژیک بازاریابی در مقاصد گردشگری جهان مبدل شده است.

در کشور ما نیز در سال‌های اخیر به این نوع از گردشگری توجه ویژه‌ای شده است. برگزاری جشنواره‌های غذا، چاپ بسیاری از مجلات در این زمینه و برگزاری تورهایی مانند بازدید از مراسم گلاب گیری نمونه‌هایی از این اقدامات بوده است. از سوی دیگر وجود اقوام مختلف با آداب و رسوم متفاوت به خودی خود باعث پیدایش فرهنگ‌های مختلف غذایی می‌شود. در ایران بیش از ۲۰۰۰ نوع غذا پخته می‌شود که تنها یک درصد از آن در ویت‌ترین گردشگری کشور ارایه می‌گردد (Jahromy & Tjik, 2011). بیشتر این غذاها فرهنگ بومی مناطق خود را حفظ کرده و در صورت احیاء می‌توانند جاذبه‌های منحصر به فرد برای گردشگران داخلی و خارجی باشند. علاوه بر غذاهای متنوع در کشور، تنوع نوشیدنی‌هایی که در شهرها و روستاهای ایران با روش‌های مختلف به خصوص روش‌های سنتی تهیه می‌شود بسیار زیاد بوده و بیشتر ایرانیان از وجود آن بی‌اطلاع هستند که خود می‌تواند زمینه مناسبی برای توسعه گردشگری مناطق مختلف ایران باشد (خدابنده، ۱۳۹۰). استان گیلان که اخیراً لقب پایتخت غذای ایران را به خود اختصاص داده، به دلیل آب و هوای مساعد، خاک مرغوب و غنای فرهنگی ساکنان، از تنوع غذایی ویژه‌ای برخوردار است. به همین دلیل بسیاری از گردشگران با انگیزه گردش و استفاده از مناظر، آب و هوا و غذاهای سنتی و طبیعی عازم شهرها و روستاهای این استان می‌شوند. روستای سرولات در این استان یکی از مقاصد مورد بحث می‌باشد. این روستا دارای متنوع‌ترین غذاها و خوراکی‌های سنتی بوده و وجود انواع بازارهای

محلی عرضه محصولات غذایی، امکان جذب هر چه بیشتر گردشگران آشپزی را فراهم آورده است. به علت خودجوش بودن فعالیت‌های گردشگری مذکور در این منطقه، آمار رسمی از سوی سازمان‌های مربوطه در این زمینه ارایه نشده، اما براساس مصاحبه با افراد بومی، در فصول گردشگری، روزانه حدود ۲۵۰ تا ۵۰۰ نفر گردشگر برای صرف غذا به این روستا مراجعه می‌نمایند. از آنجا که تاکنون وضعیت گردشگری آشپزی در منطقه بررسی نشده و برنامه‌ریزی علمی و مدونی جهت سنجش توسعه این شاخه تخصصی گردشگری توسط متولیان امر گردشگری صورت نگرفته است، پژوهش پیش رو بر آن است تا در گام اول به سنجش میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر ابعاد مختلف توسعه در روستای سرولات از دیدگاه ساکنان محلی و کارشناسان پرداخته سپس سطح رضایتمندی گردشگران از فعالیت‌های این شاخه از گردشگری را مورد بررسی قرار دهد.

### چارچوب نظری پژوهش

#### گردشگری آشپزی

فرایند جهانی شدن، بر چگونگی عرضه غذا و ترویج هویت‌های بومی و فرهنگ غذاهای محلی اثرگذار بوده است. تئوری‌های مدرن جامعه‌شناسی مبین این مطلب است که امروزه الگوهای مصرف غذا تغییر نموده و توسعه رستوران‌های بومی در سراسر جهان بر این موضوع دلالت دارد (Hall, Mitchell, 2000). مورد اخیر موجب شده که گردشگری‌های وابسته به غذا از جمله گردشگری آشپزی، در سطح جهان از رونق ویژه‌ای برخوردار شود. آمار جهانی نشان می‌دهد گردشگری غذا و آشپزی سالانه میلیاردها دلار چرخش مالی در بازار اقتصادی جهان ایجاد می‌نماید (Chaney & Ryan, 2012). در تعریف بین‌المللی، گردشگری آشپزی، تجربه صرف غذا و شناخت سبک آشپزی یک منطقه جغرافیایی خاص محسوب می‌شود که به‌عنوان یک فعالیت ویژه، بخش بسیار مهمی از تجربه گردشگر در مقصد موردنظر را تشکیل می‌دهد. بسیاری از صاحب‌نظران، گردشگری آشپزی را زیرمجموعه گردشگری فرهنگی دانسته و معتقدند تجربه و لذت خوردن انواع غذاها و آشامیدنی‌ها نیز بخشی از این دسته از فعالیت‌ها می‌باشد. به عبارت دیگر، آشپزی نقش مهمی در ترویج گردشگری فرهنگی در سراسر جهان به‌عهده دارد و منبع قابل توجه شناسایی اطلاعات بومی در جامعه پست مدرن امروز است (Richards, 2002).

گردشگری آشپزی از جمله برنامه‌های مفرح است که گردشگران را تشویق می‌کند تا غذا را به‌عنوان یک انگیزه برای سفر تلقی نمایند (Sajna, 2005:5). از سوی دیگر غذاهای محلی و بومی می‌توانند ارزش‌های چندجانبه دیگری نیز در پی داشته باشند زیرا گردشگران علاوه بر مصرف، معمولاً این محصولات را به‌عنوان سوغات و حاصل سفر به همراه خود خواهند برد (Du Rand et al, 2003: 97). در

نهایت باید اذعان داشت هنر گردشگری آشپزی این است که علاوه بر رفع نیازهای تفریحی گردشگران، ترویج ویژگی‌ها و پتانسیل‌های فرهنگی مقصد را نیز مورد توجه قرار می‌دهد (Yun, 2011).

### گردشگری آشپزی و توسعه محلی

ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، ارزآوری، ارتقای سطح زندگی مردم، فروش خدمات و کسب درآمد از جمله مزایای مهم شاخه‌های مختلف گردشگری است (الوانی، ۱۳۸۵). در واقع گردشگری نوعی عدالت اجتماعی را در اقتصاد جهانی ایجاد می‌کند و موجب توزیع امکانات و رفاه در مناطق مختلف می‌گردد (پاپلی‌یزد، ۱۳۸۵: ۴۱). همچنین این صنعت می‌تواند در توانمندسازی مردم محلی، توسعه منابع انسانی، تنوع و رشد اقتصادی و خلق فرصت‌های شغلی جدید در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی و اجتماعی نقش عمده‌ای ایفا کند. آنچه مسلم است صنعت گردشگری به‌عنوان یک کارکرد اقتصادی مکمل در کنار سایر فعالیت‌های تولیدی و خدماتی می‌تواند به‌عنوان ابزار توسعه اقتصادی در جوامع محلی مورد استفاده قرار گیرد (شریف زاده، ۱۳۸۱: ۵۷).

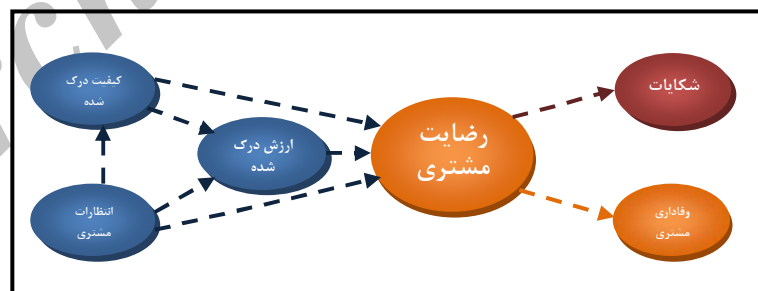
گردشگری آشپزی نیز به‌عنوان یکی از شاخه‌های گردشگری نوین، از این قضیه مستثنی نبوده و از آنجا که امکان گسترش آن در روستاها و روستاشهرها نیز وجود دارد، می‌تواند زمینه‌های لازم جهت توسعه این مقاصد را فراهم آورد. این فعالیت‌ها به دلیل تمرکز بر منابع طبیعی تولید، می‌توانند به پایداری و رشد اقتصادی جوامع روستایی کمک شایانی نمایند. چرا که متنوع‌سازی اقتصاد روستایی و تعیین راهبرد های جایگزین مانند گردشگری، فرصت‌های شغلی متعددی در سکونتگاههای روستایی به‌وجود می‌آورد (قادری، ۱۳۸۲: ۱۴۹). تجارب جهانی نشان می‌دهد، گردشگری غذا و آشپزی - در صورت برخورداری از برنامه‌ریزی صحیح - نقش مهمی در توسعه مقاصد گردشگری داشته و به‌عنوان راهکاری جهت دستیابی توسعه محلی، توزیع مناسب محصولات غذایی و بهبود فرهنگ شناخته شده است. این گردشگری آثار متنوعی بر بخش‌های اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، خدماتی و محیط‌زیستی جامعه میزبان بر جای می‌گذارد که می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- ایجاد آگاهی در مورد اهمیت فرهنگ‌های محلی میان گردشگران
- ارتقاء توسعه اقتصادی و کشاورزی محلی
- عرضه کالاها و خدمات ویژه به گردشگران (ایزدی، ۱۳۹۴).
- رونق بازارهای محلی به ویژه در زمینه‌های مرتبط با محصولات غذایی (Noseworthy, 2005).
- پایداری محیط زیست (Silkes et al, 2008).
- افزایش ارتباط نسل‌ها و انتقال تجربیات، حفظ هویت و پویایی جوامع (گریف، ۱۳۸۱: ۷۶).

در نهایت این که، کارشناسان جهانی اقتصاد بر این باورند که در سال‌های آتی بخش غذا نقش مهمی در رشد گردشگری ایفا کرده و در کنار حفظ فرهنگ‌ها و سنت‌ها، منافع اقتصادی فراوانی را نیز به همراه خواهد داشت.

### شاخص رضایتمندی گردشگران

کیفیت تجربه یک مشتری بر موفقیت مجموعه از طریق نتایج مثبت رضایت، احتمال بازدید مجدد و تبلیغات دهان‌به‌دهان تأثیرگذار بوده و آرایه خدمات با کیفیت بالا و تضمین رضایت مشتری از مهمترین عوامل موفقیت در گردشگری محسوب می‌شود (ابراهیم‌پور و همکاران، ۱۳۸۹). در واقع تداوم رشد پایدار گردشگری در یک مقصد، مطابق با زنجیره سود خدمات در گرو وفادارکردن مشتریان از طریق ایجاد حس رضایت در آنهاست، به طوری که مطالعات نشان می‌دهد، ۵ درصد افزایش وفاداری موجب ۲۵ تا ۸۵ درصد افزایش سود یک مقصد گردشگری می‌گردد (پناهی و همکاران، ۱۳۹۴). بنابراین سنجش و ارزیابی رضایت گردشگران در مقاصد ضروری بوده و نیازمند ملاحظات چند بعدی است. امروزه در برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری روش‌های متعددی جهت سنجش میزان رضایتمندی گردشگران در مقصد مورد استفاده قرار می‌گیرد که از جمله آنها می‌توان به مدل کانو، مدل فورنل، مدل اسکمپر، مدل سروکوآل و... اشاره نمود. مدل ACSI (شاخص آمریکایی رضایت مشتری) نیز یکی از مدل‌های رایج و کارآمد در بحث سنجش رضایتمندی مشتری است (Deng et al, 2013) که در آن هر یک از متغیرها به وسیله چند شاخص، قابل اندازه‌گیری است. این مدل از روابط علی و معلولی بین متغیرهای درونی و بیرونی استفاده می‌کند که این امر حاکی از جامعیت و اعتبار آن است. در مدل ACSI، رضایت مشتری تنها در یک شاخص کلی تعریف نشده و با رویکرد چند معیاره سنجیده می‌شود. متغیرهای تأثیرگذار در این مدل شامل: «کیفیت درک شده»، «ارزش درک شده» و «انتظارات مشتری» است که مدل مفهومی آن در شکل شماره (۱) قابل مشاهده می‌باشد.



شکل ۱. متغیرهای تأثیرگذار در مدل ACSI

## معرفی محدوده جغرافیایی و روش پژوهش

## محدوده جغرافیایی پژوهش

روستای سرولات در چابکسر گیلان و در ارتفاع ۲۰۰-۱۵۰ متر از سطح دریا واقع شده است. تولیدات عمده کشاورزی در این روستا برنج، چای، مرکبات و کیوی بوده و با توجه به خصوصیات جغرافیایی حاکم بر منطقه، از نظر جاذبه‌های گردشگری از تنوع ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. براساس نتایج سرشماری عمومی ۱۳۸۵، این روستا دارای ۱۶۱ خانوار و ۵۷۳ نفر جمعیت شامل ۳۰۱ نفر مرد و ۲۷۲ نفر زن می‌باشد. از نظر اقتصادی، مردم محلی علاوه بر کشاورزی به تولید و فروش مواد غذایی مانند: انواع نوشیدنی، شربت و عرقیات گیاهی، ترشیجات، نان، شیرینی و غذاهای محلی می‌پردازند.

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و بر اساس ماهیت توصیفی - تحلیلی بوده و داده‌های آن به روش اسنادی و میدانی گردآوری شده است. جامعه آماری در تحقیق حاضر شامل سه گروه: گردشگران، جامعه محلی و کارشناسان می‌باشد. روش نمونه‌گیری در دو گروه اول، تصادفی ساده بوده و حجم جامعه محلی و گردشگران به ترتیب ۱۶۱ (سرپرستان خانوار) و ۴۰۰ نفر (بر اساس تحقیقات محلی) در نظر گرفته شده است. بدین ترتیب بر اساس جدول مورگان ۱۲۰ پرسشنامه در میان سرپرستان خانوار و ۱۸۶ پرسشنامه در میان گردشگران توزیع و تکمیل گردید. جامعه آماری کارشناسی، شامل اساتید و کارشناسان بومی منطقه است که بیش از ۱۰ سال در زمینه برنامه‌ریزی روستایی و گردشگری فعالیت مستمر و با منطقه آشنایی کامل داشته‌اند (۳۲ نفر) که تمام شماری گردیدند. در نهایت جهت تحلیل داده‌های پژوهش، فراخور اهداف، از رگرسیون، آنتروپی و مدل ACSI استفاده شده است.

## یافته‌های پژوهش

با توجه به تفاوت زمینه‌های مطرح شده درخصوص گردشگری آشپزی در محدوده مورد مطالعه و به منظور پاسخگویی به اهداف پژوهش، تحلیل نهایی در دو بخش مجزا ارائه گردیده است. در بخش اول جهت سنجش میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر توسعه جامعه محلی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، دولتی - نهادی، محیط‌زیستی و خدماتی - زیرساختی، ابتدا ارزش هر یک از معیارهای مربوطه بر اساس طیف لیکرت توسط جامعه محلی تعیین و سپس ارزش نسبی آن در کل پرسشنامه‌ها محاسبه گردید. در گام بعدی جهت تحلیل میزان همگنی شاخص‌ها و چگونگی اثرگذاری گردشگری آشپزی، به ترتیب از روش آنتروپی و تحلیل رگرسیون استفاده شد. در بخش دوم به منظور

تعیین سطح رضایتمندی گردشگران از فعالیتهای و خدمات گردشگری آشپزی در روستای سرولات، مدل ACSI مورد استفاده قرار گرفت.

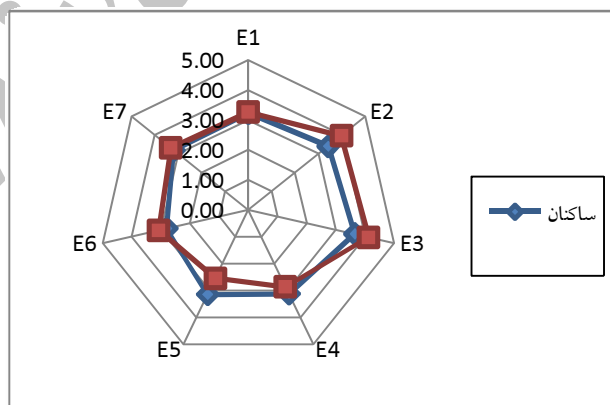
### سنجش میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر توسعه جامعه محلی

#### توسعه اقتصادی

نتایج به دست آمده در این بخش حاکی از آن است که از دیدگاه جامعه محلی (ساکنان) شاخص «افزایش ارزش املاک و زمین‌های روستا» با ارزش نسبی ۳/۶۵، بیشترین اثرپذیری را به خود اختصاص داده و پس از آن شاخص‌های «افزایش اشتغالزایی زنان روستا» و «افزایش درآمد جامعه محلی» در رتبه‌های بعدی جای گرفته است. اما دیدگاه کارشناسی در این زمینه تا حدودی متفاوت بوده و سه شاخص «افزایش ارزش املاک و زمین‌های روستا»، «افزایش اشتغالزایی زنان روستا» و «افزایش فعالیت آژانس‌ها و تورگردان‌ها» به ترتیب بالاترین امتیاز را کسب نموده‌اند. نتایج اثرپذیری شاخص‌های اقتصادی در جدول و نمودار شماره (۱) قابل مشاهده است.

جدول ۱. سنجش میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر توسعه اقتصادی جامعه محلی

شناسه	شاخص	ارزش نسبی شاخص	
		کارشناسان	ساکنان
E1	افزایش درآمد جامعه محلی	۳.۲۷	۳.۲۳
E2	افزایش اشتغالزایی زنان روستا	۳.۹۸	۳.۴۱
E3	افزایش ارزش املاک و زمین‌های روستا	۴.۱۲	۳.۶۵
E4	رونق صنایع دستی روستا	۲.۸۵	۳.۱۲
E5	افزایش فعالیت‌های کشاورزی مطبوع با گردشگری غذا	۲.۵۴	۳.۱۴
E6	افزایش سرمایه‌گذاری بومی	۳.۰۷	۲.۸۲
E7	افزایش فعالیت آژانس‌ها و تورگردان‌ها	۳.۳۲	۳.۱۹



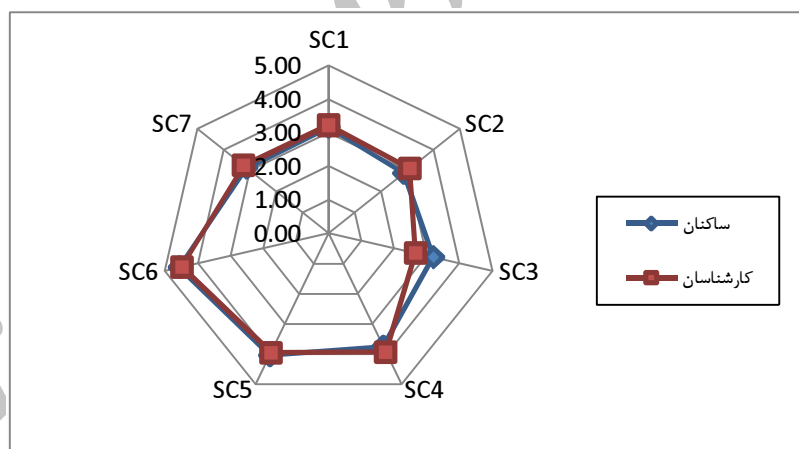
نمودار ۱. مقایسه تطبیقی میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر شاخص‌های توسعه اقتصادی

## توسعه اجتماعی - فرهنگی

نتایج حاصله نشان می‌دهد که شاخص‌های «احیاء غذاهای محلی»، «زنده نگهداشتن و نگهداری از فرهنگ و هویت روستا» و «افزایش رضایتمندی و حمایت جامعه محلی» هم از دیدگاه کارشناسان و هم از دیدگاه جامعه محلی نسبت به سایر شاخص‌ها، اثرپذیری بیشتری از گردشگری آشپزی داشته است. نتیجه مقایسه تطبیقی شاخص‌های مربوط به توسعه اجتماعی - فرهنگی در جدول و نمودار شماره (۲) ارائه شده است.

جدول ۲. سنجش میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر توسعه اجتماعی - فرهنگی جامعه محلی

شناسه	زیرمعیار	ارزش نسبی شاخص	
		کارشناسان	ساکنان
SC1	افزایش تمایل به مشارکت جامعه محلی در فعالیت‌های مرتبط	۳.۲۲	۳.۱۶
SC2	ارتقا آگاهی‌های فرهنگی - اجتماعی جامعه محلی	۳.۱۰	۲.۸۷
SC3	افزایش حسن اعتماد به نفس و افتخار	۲.۶۶	۳.۲۱
SC4	افزایش رضایتمندی و حمایت جامعه محلی	۳.۹۳	۳.۷۴
SC5	زنده نگه داشتن و نگهداری از فرهنگ و هویت روستا	۳.۹۵	۴.۰۳
SC6	احیاء غذاهای محلی	۴.۴۹	۴.۵۶
SC7	توسعه بازارهای محلی	۳.۲۴	۳.۱۳



نمودار ۲. مقایسه تطبیقی میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر شاخص‌های توسعه اجتماعی - فرهنگی

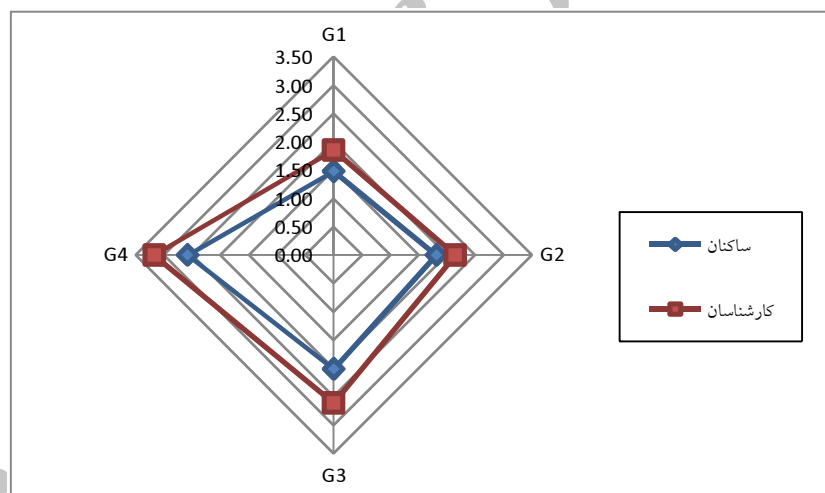


## توسعه دولتی - نهادی

بر اساس نتایج حاصل از محاسبات پژوهش، از میان شاخص‌های دولتی - نهادی مورد مطالعه، میان کارشناسان و ساکنان محلی توافق نظر وجود داشته و شاخص «تأمین درآمد برای شورای روستا و سایر نهادهای دولتی روستا» بیشترین اثرپذیری از گردشگری آشپزی را به خود اختصاص داده است. اما نکته قابل توجه آن که شاخص‌های مذکور نسبت به سایر زمینه‌های مورد پژوهش کمترین اثرپذیری را از خود نشان داده است. نتیجه مقایسه تطبیقی و میزان اثرپذیری شاخص‌های دولتی - نهادی در جدول و نمودار شماره (۳) قابل مشاهده است.

جدول ۳. سنجش میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر توسعه دولتی - نهادی جامعه محلی

ارزش نسبی شاخص		زیرمعیار	شناسه
ساکنان	کارشناسان		
۱.۴۸	۱.۸۵	انجام برنامه‌ریزی توسط مسئولان محلی	G1
۱.۸۱	۲.۱۵	اختصاص اعتبارات جداگانه به منطقه	G2
۲.۰۱	۲.۶۱	افزایش همکاری بین سازمان‌های مرتبط محلی	G3
۲.۵۸	۳.۱۷	تأمین درآمد برای شورای روستا و سایر نهادهای دولتی روستا	G4



نمودار ۳. مقایسه تطبیقی میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر شاخص‌های توسعه دولتی - نهادی

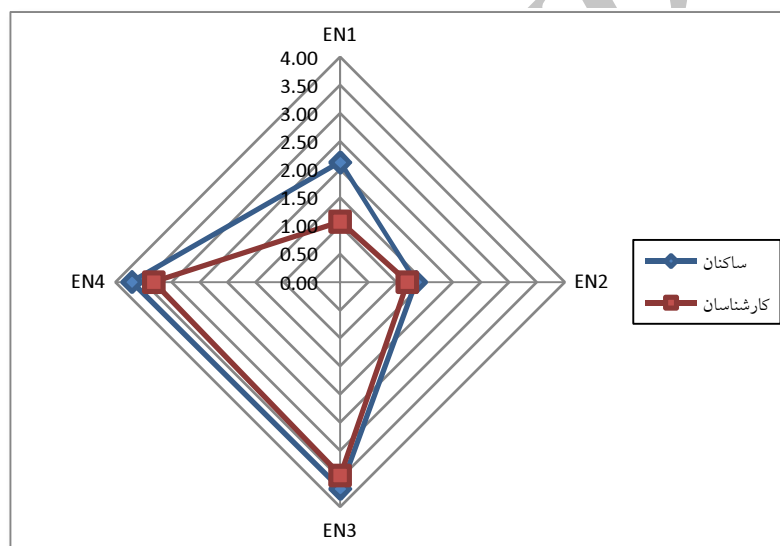
## توسعه محیط زیستی

ارزش به‌دست آمده برای شاخص‌های محیط زیستی، حاکی از آن است که گردشگری آشپزی اثر مثبت اندکی بر بعضی از این شاخص‌ها داشته و از سوی دیگر موجب ایجاد آلودگی‌های صوتی و محیطی

گردیده است. شایان ذکر است که میزان آثار سوء نامبرده، از دیدگاه ساکنان بحرانی تر اعلام شده است. نتیجه مقایسه تطبیقی و میزان اثرپذیری شاخص‌های محیط زیستی در جدول و نمودار شماره (۴) ارائه شده است.

جدول ۴: سنجش میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر توسعه محیط زیستی جامعه محلی

ارزش نسبی شاخص		زیرمعیار	شناسه
ساکنان	کارشناسان		
۲.۱۳	۱.۰۷	افزایش حفاظت از محیط زیست و منابع طبیعی	En1
۱.۳۵	۱.۲۰	ایجاد فضای سبز و زیباسازی محیط	En2
۳.۶۸	۳.۴۴	ایجاد آلودگی صوتی	En3
۳.۷۱	۳.۳۲	ایجاد آلودگی‌های محیطی	En4



نمودار ۴: مقایسه تطبیقی میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر شاخص‌های توسعه محیط زیستی

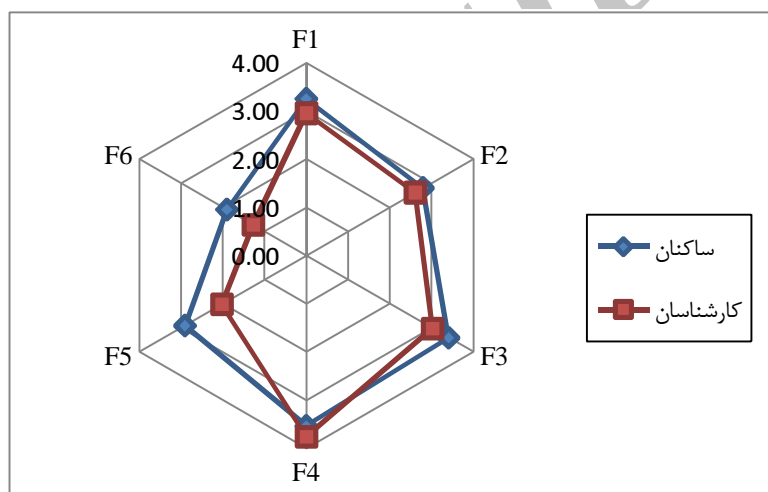
#### توسعه خدماتی - زیرساختی

هر چند دو گروه کارشناسان و ساکنان در اولویت‌بندی سه شاخص، «ارتقاء کیفیت و بهسازی دسترسیها»، «بهبود کمی و کیفی تابلوهای اطلاعات‌رسانی» و «ایجاد مراکز پذیرایی» توافق نظر داشته‌اند، اما محاسبات پژوهش نشان می‌دهد، میزان ارزش درک شده از شاخص‌ها، بین دو گروه تفاوت معناداری

دارد. نتیجه مقایسه تطبیقی و میزان اثرپذیری شاخص‌های خدماتی- زیرساختی در جدول و نمودار شماره (۵) قابل مشاهده است.

جدول ۵. سنجش میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر توسعه خدماتی- زیرساختی جامعه محلی

شناسه	زیرمعیار	ارزش نسبی شاخص	
		کارشناسان	ساکنان
F1	ایجاد مراکز پذیرایی	۲.۹۵	۳.۲۴
F2	ایجاد مراکز اطلاع رسانی در منطقه	۲.۶۱	۲.۷۹
F3	بهبود کمی و کیفی تابلوهای اطلاعات رسانی	۳.۰۲	۳.۴۱
F4	ارتقاء کیفیت و بهسازی دسترسی‌ها	۳.۷۶	۳.۵۳
F5	ارتقا سطح کیفیت مراکز اقامتی	۲.۰۲	۲.۹۱
F6	استفاده از آرایه‌ها و مبلمان مناسب	۱.۲۷	۱.۹۰



نمودار ۵. مقایسه تطبیقی میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر شاخص‌های توسعه خدماتی- زیرساختی

#### میزان آنتروپی شاخص‌ها

در این بخش از محاسبات جهت سنجش میزان همگنی ارزش اختصاص یافته به هر یک از شاخص‌ها از طرف کارشناسان و ساکنان (میزان توافق نظر در هر گروه و برای هر شاخص)، از روش آنتروپی به شرح زیر استفاده شده است:

گام اول: نرمال کردن داده ها.

$$P_{ij} = \frac{r_{ij}}{\sum_{i=1}^m r_{ij}}$$

گام دوم: محاسبه میزان آنتروپی.

$$E_{ij} = -k \sum_{i=1} P_{ij} \cdot \ln P_{ij}$$

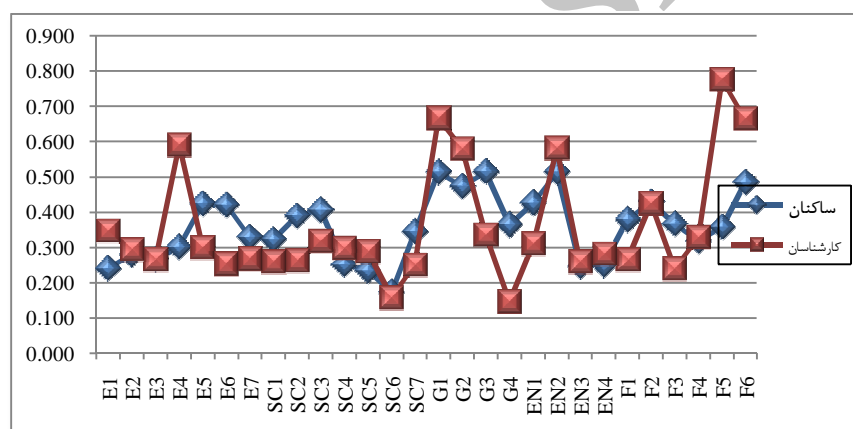
گام سوم: محاسبه ضد آنتروپی.

$$d_j = 1 - E_j$$

گام چهارم: محاسبه Wj

$$W_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^n d_j}$$

نتایج تحلیل نشان می دهد، شاخص‌های «احیاء غذاهای محلی»، «زنده نگهداشتن فرهنگ و هویت روستا» و «افزایش درآمد جامعه محلی»، از دیدگاه ساکنان و شاخص‌های «تأمین درآمد برای شورای روستا و سایر نهادهای دولتی روستا»، «احیاء غذاهای محلی» و «بهبود کمی و کیفی تابلوهای اطلاع‌رسانی» از دیدگاه کارشناسان، از بیشترین همگنی و مشابهت در ارزش اختصاص یافته برخوردار بوده‌اند. امتیاز اختصاص یافته به هر یک از شاخص‌های مورد پژوهش در نمودار شماره (۶) قابل مشاهده است.



نمودار ۶. امتیاز Wj اختصاص یافته به شاخص‌های مورد پژوهش

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون

همانطور که در جدول شماره (۶) قابل مشاهده است، سطح معناداری و نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد، گردشگری آشپزی در روستای سرولات بر توسعه اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی اثر بیشتری داشته و این تأثیر بر ابعاد خدماتی - زیرساختی، محیط زیستی و دولتی - نهادی ناچیز و کم اثر

بوده است. بنابراین می‌توان ادعان داشت، گردشگری آشپزی چه از دیدگاه کارشناسان و چه از دیدگاه ساکنان بیشترین تأثیر را بر توسعه «اجتماعی - فرهنگی» و کمترین اثر را بر توسعه دولتی - نهادی جامعه میزبان داشته است.

جدول ۶. ارزیابی میزان اثرگذاری گردشگری رویداد بر ابعاد ۵ گانه مورد مطالعه

سطح معناداری	مقدار t	R <sup>2</sup> تعدیل یافته	R <sup>2</sup>	ضریب همبستگی	زمینه مورد بررسی	
۰/۰۰۰	۹/۳۲۴	۰/۴۵۷	۰/۴۶۱	۰/۶۸۹	اقتصادی	کارشناسان
۰/۰۰۰	۱۵/۷۴۲	۰/۵۲۲	۰/۵۳۱	۰/۷۱۰	اجتماعی - فرهنگی	
۰/۰۰۰	۲/۳۷۶	۰/۱۴۹	۰/۱۵۴	۰/۳۹۸	دولتی - نهادی	
۰/۰۰۰	۲/۸۷۲	۰/۱۵۰	۰/۱۷۱	۰/۴۰۵	محیط زیستی	
۰/۰۰۰	۴/۸۵۳	۰/۱۸۲	۰/۱۹۷	۰/۴۳۲	خدماتی - زیرساختی	
۰/۰۰۰	۸/۶۱۴	۰/۴۱۷	۰/۴۲۶	۰/۶۵۱	اقتصادی	جامعه محلی
۰/۰۰۰	۱۳/۹۲۸	۰/۵۳۴	۰/۵۴۵	۰/۷۳۹	اجتماعی - فرهنگی	
۰/۰۰۱	۲/۰۱۲	۰/۱۹۸	۰/۲۳۹	۰/۳۰۱	دولتی - نهادی	
۰/۰۰۰	۵/۳۷۱	۰/۲۱۲	۰/۲۳۷	۰/۴۴۸	محیط زیستی	
۰/۰۰۰	۶/۲۹۴	۰/۲۰۱	۰/۲۱۵	۰/۴۷۱	خدماتی - زیرساختی	

منبع: یافته‌های تحقیق

### سنجش سطح رضایت گردشگران از فعالیت‌های گردشگری آشپزی

در این بخش از محاسبات جهت سنجش میزان رضایت گردشگران از فعالیت‌های گردشگری آشپزی در روستای سرولات، از روش رگرسیون و مدل ACSI به شرح زیر استفاده شده است:

#### تعیین میانگین نمره رضایت و ضریب اهمیت شاخص‌ها

در این قسمت ابتدا ارزش متوسط هر یک از شاخص‌های مورد مطالعه که پیش از این توسط گردشگران ارائه شده بود، تعیین گردید. سپس جهت محاسبه ضریب اهمیت شاخص‌های پژوهش از میان دو روش: ارزش «مشتق شده» و ارزش «بیان شده»، به دلیل اعتبار بیشتر نتایج، از روش اول استفاده گردید. بدین منظور رابطه عددی میان نمره رضایت تک تک شاخص‌ها با شاخص رضایت کلی از طریق رگرسیون چند متغیره محاسبه و رگرسیون به دست آمده برای هر شاخص به عنوان ضریب اهمیت آن به کار گرفته شد. شایان ذکر است با توجه به مقدار t به دست آمده، تمامی شاخص‌ها معنی دار تلقی گردید.

ارزش متوسط هر یک از شاخص‌های مورد مطالعه و ضریب اهمیت آنها در جدول شماره (۷) قابل مشاهده است.

جدول ۷. ارزش متوسط و ضریب اهمیت شاخص‌های مورد مطالعه

شناسه	شاخص‌های پژوهش	میانگین نمره رضایت	ضریب اهمیت
W1	کیفیت دسترسی ها و شبکه های ارتباطی	3.39	0.631
W2	کیفیت اطلاع رسانی در زمینه موضوعات مختلف در مقصد	2.81	0.599
W3	رضایتمندی از رفتار و برخورد ساکنان مقصد	4.04	0.761
W4	مطلوبیت چشم انداز و مناظر پیرامون	4.53	0.568
W5	مطلوبیت امکانات رفاهی اماکن مختلف در مقصد	2.78	0.680
W6	تنوع و کیفیت غذاهای محلی ارایه شده	4.52	0.950
W7	تطابق قیمت غذاها با کیفیت آنها	3.66	0.806
W8	برخورد مناسب و اصولی کارکنان	3.42	0.868
W9	متعهد بودن کارکنان به انجام خدمات مفید و کافی	3.27	0.827
W10	سرعت ارایه خدمات و میزان زمان انتظار.	3.07	0.721
W11	تطابق ارزش زمان انتظار با کیفیت خدمات ارایه شده در مقصد	3.69	0.871
W12	پاکیزگی و رعایت بهداشت در اماکن مختلف ارایه خدمات در مقصد	4.51	0.913
W13	تطابق انتظارات پیش از مراجعه با کیفیت خدمات ارایه شده.	3.82	0.806

مأخذ: محاسبات نگارنده

#### محاسبه ضریب رضایتمندی گردشگران با استفاده از مدل ACSI

در نهایت، با استفاده شاخص های مطرح شده در مدل ACSI (ارزش درک شده، کیفیت درک شده و انتظارات مشتری) و فرمول محاسباتی آن (فرمول شماره ۱) میزان رضایتمندی گردشگران از فعالیتهای گردشگری غذا در روستای سرولات تعیین گردید.

$$\text{CSI} = \frac{\sum_1^N W_i \bar{X}_i - \sum_1^N W_i X_{min}}{\sum_1^N W_i X_{max} - \sum_1^N W_i X_{min}} \times 100 \quad \text{(فرمول شماره ۱)}$$

با توجه به استفاده از طیف لیکرت در ارزشگذاری، مقدار  $X_{min}$  و  $X_{max}$  به ترتیب ۱ و ۵ تعیین شده و پس از محاسبات تفصیلی در نرم‌افزار، مقدار  $\sum_1^N W_i \bar{X}_i$  برابر ۳۶۸۶ و شاخص رضایتمندی گردشگران از مجموع فعالیت‌های گردشگری آشپزی در مقیاس صد، ۶۷.۱۶ محاسبه گردید. مراحل محاسبات در جدول شماره (۸) قابل مشاهده است.

جدول ۸. مراحل محاسبه شاخص رضایتمندی گردشگران با استفاده از مدل ACSI

شناسه شاخص			شناسه شاخص				
W1	2.1375	0.6315	W8	3.1573	2.9639	0.8679	4.3396
W2	1.6807	0.5992	W9	2.9959	2.7046	0.8271	4.1354
W3	3.0691	0.7606	W10	3.8031	2.2126	0.7207	3.6036
W4	2.5695	0.5678	W11	2.8392	3.2088	0.8708	4.3538
W5	1.8901	0.6799	W12	3.3995	4.1110	0.9125	4.5627
W6	4.2921	0.9496	W13	4.7479	3.0756	0.8062	4.0310
W7	2.9466	0.8062		4.0310	CSI = 67.16		

مأخذ: محاسبات نگارنده

### نتیجه گیری و ارایه پیشنهادات

امروزه شاخه‌های مختلف گردشگری از پررونق‌ترین فعالیت‌ها محسوب شده و آثار ملموسی بر ابعاد مختلف زندگی جوامع و ساکنان آن برجای گذاشته است. گردشگری آشپزی نیز از این قضیه مستثنی نیست. شهرها و روستاهای استان گیلان مانند بسیاری از مناطق دیگر کشور، به دلیل غنای فرهنگی ساکنان از تنوع غذایی ویژه‌ای برخوردار بوده و می‌توانند نقش مهمی در توسعه گردشگری آشپزی کشور ایفا نمایند. روستای سرولات یکی از مقاصد مورد بحث می‌باشد که در صورت برنامه‌ریزی صحیح، فعالیت‌های گردشگری آشپزی می‌تواند به پایداری و رشد اقتصادی این منطقه کمک شایانی نماید. از سوی دیگر، تداوم و پایداری رشد گردشگری در یک مقصد، از طریق ایجاد حس رضایت در گردشگران و بازدیدکنندگان ممکن بوده و ضرورت آن مبرهن است. از آنجا که تاکنون وضعیت گردشگری آشپزی در روستای سرولات بررسی نشده و برنامه‌ریزی مدونی جهت سنجش توسعه این شاخه تخصصی گردشگری صورت نگرفته است، پژوهش حاضر در گام اول به سنجش میزان اثرگذاری گردشگری آشپزی بر ابعاد مختلف توسعه در روستای سرولات از دیدگاه ساکنان محلی و کارشناسان پرداخته سپس سطح رضایتمندی گردشگران از فعالیت‌های این شاخه از گردشگری را مورد بررسی قرار داده است. رهیافت‌های حاصل از پژوهش نشان می‌دهد:

- از دیدگاه دو گروه کارشناسان و ساکنان، گردشگری آشپزی بیشترین اثر را بر توسعه اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی روستا داشته است. در واقع می‌توان اذعان داشت، ابراز علاقه و توجه گردشگران آشپزی به نمادهای فرهنگی این روستا باعث احیاء بسیاری از آنها مانند انواع غذاهای محلی یا بسیاری از صنایع دستی که توسط زنان روستا تولید می‌شود، گردیده است. همچنین بازدید از بازارهای محلی و علاقه‌مندی گردشگران به دریافت

دستور پخت غذاها یا آموزش صنایع دستی موجب شده ساکنان تمایل زیادی به ارایه فرهنگ خود در زمینه‌های مختلف را بروز دهند. از سوی دیگر ورود گردشگران به این روستا که اغلب به‌منظور صرف غذاهای محلی و استفاده از مناظر صورت می‌گیرد، موجب ایجاد اشتغال و ارایه خدمات ویژه در این شاخه از گردشگری مانند: پخت انواع غذا، مربا و ترشیجات، اجاره منازل، فروش صنایع دستی و محصولات کشاورزی، اجاره پارکینگ گردیده و رونق نسبی اقتصادی را به همراه داشته است. هر چند این رشد، به دلیل سنتی و خودجوش بودن فعالیت‌ها، با شرایط استاندارد فاصله قابل توجهی دارد. شایان ذکر است، تخریب زمین‌های کشاورزی و تبدیل آنها به ویلاهایی که اغلب به عنوان خانه‌های دوم مورد استفاده قرار می‌گیرد، موجب افزایش قیمت زمین‌های روستا گردیده است.

- تأثیر گردشگری آشپزی بر ابعاد «خدماتی - زیرساختی»، «محیط زیستی» و «دولتی - نهادی» ناچیز و کم اثر بوده است. علت اساسی این امر به ویژه در زمینه ابعاد «خدماتی - زیرساختی» و «دولتی - نهادی» را می‌توان در خودجوش بودن فعالیتها در منطقه و عدم وجود برنامه‌ریزی مدون و اقدامات حرفه‌ای از سوی سازمان‌های متولی جستجو نمود. همچنین همانطور که نتایج حاصل از تحلیل متغیرها نشان می‌دهد، رشد بی‌برنامه گردشگری در این روستا موجب تخریب محیطی آن گردیده است. آلودگی‌های حاصل از افزایش زیاده‌ها، از بین رفتن زمین‌های کشاورزی، از بین رفتن جنگل، آلودگی صوتی حاصل از ازدحام گردشگران و خودروهای آنها و... از جمله پیامدهای منفی زیست محیطی گردشگری در این روستا می‌باشد.

- شاخص رضایتمندی گردشگران از مجموع فعالیت‌های گردشگری آشپزی در سرولات، در مقیاس صفر تا صد، ۶۷.۱۶ محاسبه گردید. کمترین رضایت اعلام شده از سوی گردشگران در شاخص‌های «مطلوبیت امکانات رفاهی اماکن مختلف در مقصد»، «کیفیت اطلاع‌رسانی در زمینه موضوعات مختلف در مقصد» و «سرعت ارایه خدمات و میزان زمان انتظار» تظاهر یافته که بیشتر، نشان‌دهنده کاستی‌های زیرساختی و خدماتی در مقصد می‌باشد.

- در پایان، پیشنهادت زیر در راستای رفع چالش‌ها، افزایش میزان اثرگذاری مثبت فعالیت‌های گردشگری آشپزی بر ابعاد مختلف زندگی ساکنان روستا و افزایش رضایتمندی گردشگران ارایه می‌گردد:

- تهیه برنامه همه‌سونگر و مدون در زمینه گردشگری آشپزی در منطقه و روستای سرولات.
- تهیه برنامه ویژه جهت حفاظت از محیط زیست روستا.
- زمینه‌سازی و تشویق جامعه محلی جهت مشارکت در تمام زمینه‌های فعالیتی مرتبط.
- جلب حمایت‌های مالی سرمایه‌گذاران خصوصی جهت استانداردسازی تجهیزات، زیرساخت‌ها و خدمات.
- برگزاری جشنواره غذا و کارگاه‌های آموزش آشپزی و صنایع دستی توسط افراد بومی برای گردشگران.



## کتابشناسی

۱. پناهی، حسین و همکاران (۱۳۹۴). بررسی تأثیر کیفیت خدمات بر رضایت گردشگران موردشناسی: گنبد سلطانیه، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری-منطقه‌ای، شماره ۱۵، صص ۱۱۶-۱۰۱؛
۲. ابراهیم پور، حبیب و همکاران (۱۳۹۰). عوامل مؤثر بر رضایت و وفاداری گردشگران در استان اردبیل (مطالعه موردی منطقه گردشگری سرعین). فصلنامه مطالعات گردشگری، شماره ۱۴، صص ۹۲-۶۹؛
۳. ایزدی، حسن (۱۳۹۴). گردشگری غذا فرصتی برای توسعه پایدار روستایی در ایران. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۶، شماره ۱، صص ۹۶-۶۵؛
۴. پاپلی‌یزدی، محمدحسین (۱۳۸۵). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت)؛
۵. خدابنده، رقیه (۱۳۹۰). توریسم غذا، نخستین مجله تخصصی هتل داری، شماره ۳، صص ۱-۱۲؛
۶. شریف‌زاده، ابوالقاسم و مرادنژادی، همایون (۱۳۸۱). توسعه پایدار و توریسم روستایی، ماهنامه جهاد، سال ۲۲، شماره ۲۵۰-۲۵۱، وزارت جهاد سازندگی، صص ۶۵-۵۷؛
۷. طیبی، سید کمیل و همکاران (۱۳۸۶). بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران. پژوهشنامه علوم انسانی و علوم اجتماعی، شماره ۲۶، صص ۱۱۰-۸۳؛
۸. قادری، اسماعیل (۱۳۸۲). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی، پایان‌نامه دکتری جغرافیا، دانشگاه تربیت مدرس؛
۹. گریف، آلن و الدورجان، پیتر (۱۳۸۱). ارتباط برای تغییر رفتار و سلامت، ترجمه طیبه وزیر نیا، مشهد، انتشارات آهنگ قلم؛
۱۰. الوانی، سید مهدی (۱۳۸۵). مدیریت توسعه پایدار، فصلنامه مدیریت و توسعه، شماره ۴، مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت، صص ۱-۱۰؛
11. Chaney, Stephen, Ryan, Chris, 2012, Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism, *International Journal of Hospitality Management*, No.31, pp 309- 318;
12. Du Rand ,G.E. ,Heath, E., & Alberts, N.,2003,The role of local and regional food in destination marketing: A south African situation analysis. In C.M. Hall (Ed.),*Wine ,food and tourism marketing* ,14,(3/4),97-112;
13. Deng, W.J., Yeh, M.L., Sung, M.L., 2013, A customer satisfaction index model for international tourist hotels: Integrating consumption emotions in to the American Customer Satisfaction Index, *International Journal of Hospitality Management*, No.35, pp 133-140;
14. Hal l, M., & Mitchell ,R, 2002, tourism as aforce for gastronomic globalization and localization .A.M.,Hjalager and G.Richardrs.(Ed),*tourism and Gastronomy* (pp,71-87), London: Routledge;
15. Jahromy, z& Tajik, Y., 2011, Tourism and Local Food and Beverages consumption. The case of Mazandaran Province, North of Iran, Master program Business Administration, Luleå University of Technology;
16. Lia, c., 2009, Malaysia as a Culinary Tourism Destiation: International Tourists '. Department of Food service and management Faculty of Food Science and Technology Perspective University putra Malaysia;
17. Long, L., 2004, Culinary Tourism (First Ed.), Lexington: University Press of Kentucky;
18. Noseworthy, Theodore J., 2005, culinary tourism: A localized economic assessment of Niagara, shool of hospitality and tourism management, Ryerson University;
19. Richards, G, 2000, Tourism and the world of culture and heritage. *Tourism Recreation Research*, 25(1), pp 9-17;

20. Richards, G, 2002, Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption consumption. In A.M. Hjalager & G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 3-20). London and New York: Routledge;
21. Sajnas, shenoy, 2005, food tourism and the culinary tourist, a thesis presented to the graduate school Clemson University;
22. Silkes, c. et al, 2008, *Food and Wine Festivals and Events around the World: Development, Management and Markets: chapter4: Conceptualizing festival-based culinary tourism in rural destinations*, Routledge press;
23. Wolf, Erik, 2002, *Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition*. Retrieved from [www.culinarytourism.org](http://www.culinarytourism.org);
24. Yanova, Natalia, 2015, Assessment of Satisfaction with the Quality of Education: Customer Satisfaction Index, *Social and Behavioral Sciences*, No.182, pp 566 – 573;
25. Yun, D.Hennessey, S.M.Macdonald, R, 2011, Understanding culinary tourists: segmentations based on past culinary Experiences and Attitudes toward food –related behavior. University of prince Edward Island. Internationa ICHRIE Conference-Refereed Track 2011 ICHRIE Conference.

Archive of SID