Kharazmi University

Space Economy and Rural Development

Online ISSN: 2588-476x
Homepage: https://khu.ac.ir

# Explaining the Distribution of Economic Benefits of "Kebab Bonab" Gastronomy Tourism from the Perspective of Local Residents

**Abual-Qasim Taghizad Fanid [1]✉ | Sajedeh Dinparast [2] | Sadegh Saghafi Asl [3] | Saeid Nasire Zare [4] | Hassan Ghasemloo [5]**

1. Corresponding Author, Department of Rural Planning, Faculty of Environmental Sciences and Planning, Tabriz University, Tabriz, Iran. E-mail: Fanid@tabrizu.ac.ir
2. Department of Rural Planning, Faculty of Environmental Sciences and Planning, Tabriz University, Tabriz, Iran. E-mail: Sajedeh.dinparast71@gmail.com
3. Department of Rural Planning, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran. E-mail: Ssaghafiasl@gmail.com
4. Department of Rural Planning, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran. E-mail: Std_nasire_saeid@khu.ac.ir
5. Department of Rural Planning, Faculty of Environmental Sciences and Planning, Tabriz University, Tabriz, Iran. E-mail: H.artan71@gmail.com

## Article Info

**Article type:**
Research Article

**Article history:**
Received 18 December 2024
Received in revised form 11 September 2025
Accepted 15 November 2025
Published online 22 February 2026

**Keywords**:
Bonab County,
Kebab Bonab,
Gastronomic Tourism,
Tourism.

## ABSTRACT

**Objective**: The effects of tourism, especially in rural areas, vary by spatial location. In fact, if tourism activities are to be accepted as an approach for sustainable economic development in rural areas, it is necessary to examine the distribution of their benefits and make the necessary plans for their equitable distribution. The present study, while addressing this issue, examines the economic effects of gastronomic tourism "Kebab Bonab" as a geographical phenomenon in rural areas of Bonab County.

**Methods**: The present study is of an applied type and quantitative in nature that uses the survey method. The problem, background, and theoretical framework were examined through field observations and a library study. Data related to the economic effects of gastronomic tourism were collected by determining indicators and completing a questionnaire by 242 villagers, and analyzed using one-sample t-test, cluster analysis, spatial autocorrelation, and weighted geographic regression.

**Results**: The tourist attraction of "Bonab Kebab" has led to the development of employment, marketing, and sales of local products of the villagers, as well as increasing the income of residents. On the other hand, the spatial and human proximity factor has been among the main factors in attracting the economic benefits of tourism in the rural settlements of the study area. In these settlements, the necessary human resources, having jobs in restaurants and Bonab Kebab dishes and related jobs in the city of Bonab or in the nearest rural settlement, have played a major role in attracting economic benefits.

**Conclusions**: Fair and appropriate distribution of benefits from the tourism industry can improve the quality of life of residents, strengthen community participation, and even make this type of industry sustainable. In order to achieve such a function, it is important to understand the spatial distribution of its benefits and plan for it in rural settlements.

**Cite this article:** Taghizad Fanid, A-Q., Dinparast, S., Saghafi Asl, S., Nasire Zare, S., & Ghasemloo, H. (2026). Explaining the Distribution of Economic Benefits of "Kebab Bonab" Gastronomy Tourism from the Perspective of Local Residents. *Space Economy and Rural Development*, 14 (54), 111-132. http//doi.org/10.66224/serd.14.54.2

© The Author(s)
Publisher: Kharazmi University
DOI: http//doi.org/10.66224/serd.14.54.2

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

# EXTENDED ABSTRACT

## *Introduction*

Food tourism is considered a subset of cultural and artistic tourism. The types of food and beverages that are offered to tourists are known as an important potential source in sustainable economic, cultural, and environmental development in tourism destinations. In other words, food can become an important factor for differentiating destinations. Meanwhile, Bonab City has more than 200 grills and more than 50 barbecue grills participated in the 6th Bonab National Grill Festival, which was held in this city in 2023. On this basis, food tourism is a desirable capacity for economic development and tourism, especially in the rural areas of this city. This research while paying attention to this issue; The economic effects of gastronomy tourism defined "Kebab Bonab" as a geographical phenomenon and studied it in the geographical spaces of Bonab County.

## *Methods*

In terms of the fundamental goal and in terms of the way of conducting the research, the research is in the category of survey research, and in terms of the nature of the data, it is of the type of quantitative research. On the other hand, since in the research, the manner and extent of the effects of the variables and their correlation with each other are studied, the research is also considered a type of correlational research. However, in the research, to collect and study the theoretical literature, the background of the research, as well as the research parameters, the study of documents related to the topic in question was used. In the research, according to the subject, economic indicators were obtained in 9 dimensions by examining the dimensions and related research. Investigating the economic effects of gastronomy tourism was done by designing a questionnaire for 242 participants in rural areas, collecting it, and using a one-sample t-test, cluster analysis, spatial autocorrelation, and geographic weighted regression.

## *Results*

Tourism is one of the human activities in life that provides new experiences for those who encounter it. In addition, tourism leads to impacts and impacts on host communities. The tourism attraction in the studied rural area has led to the development of employment, marketing, and sales of local products of the villagers, as well as increasing the income of the residents. High/low clustering analysis measures the density and clustering of high or low values of a variable in a geographical area. Therefore, in this research, this spatial statistic is used to study the spatial pattern of the economic benefits of gastronomy tourism. The results of this section show that the factor of geographical and human proximity has been studied as one of the main factors in attracting the economic benefits of tourism in the settlements of rural areas. In these settlements, the necessary manpower has played a major role in attracting the economic benefits of this type of tourism by having businesses, restaurants, and Bonab kebabs in the city or in the nearest rural settlement. But in order to study how factors and geographical conditions cause the weight of the benefits of gastronomy tourism to the studied rural settlements, geographic weighted regression was used. In this model, spatial indicators and variables were selected after field study and observation, and after de-scaling, they were determined as independent variables, and the variable of economic benefits of gastronomy tourism was determined as a dependent variable. Based on the results, the human factor has the most determining value in the distribution of the economic benefits of gastronomy tourism among the studied rural settlements. In this factor, two variables are the population and the number of economic workers.

## *Conclusion*

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

Today, tourism and its activities have been an integral part of countries' economies due to the economic benefits they have for regions. In this context, one of the significant sectors in tourism is food tourism. This type of tourism is also known as cultural tourism; An important option for economic development in rural areas is through the diversification of income sources of villagers. But the significant issue is the distribution of economic benefits of this tourist attraction. The pattern of enjoying the economic benefits of gastronomy tourism in rural areas is clustered. In this model, rural settlements do not have the same conditions in space to attract economic benefits, and the geographical proximity and human factors have played an important role in enjoying these benefits. The settlements located in the western half and on the communication route of tourists from the provinces of West Azarbaijan to the city of Bonab have gained more benefits. In these settlements, there is sufficient and necessary employment force to create jobs related to "Kebab Bonab" in the city (Banab city) or in the desired village (due to the location of the village for the presence of tourists and the larger population of the village). This issue has caused the transfer of a greater part of the profit and economic benefits from the center and the main focus of publication (Banab city) to these areas. However, the gastronomic tourism of "Kebab Bonab" is like other tourist attractions that attract the tourist population throughout the year; As a food festival, it welcomes tourists for 3 days every year. In this context, improving the position of Bonab city to attract tourism can play a major role in attracting the tourist population throughout the year. This research guides the planners to understand the spatial behavior patterns of tourist attractions and to plan for investment and development of related economic activities in low-income settlements.

***Keywords***: Bonab County, Kebab Bonab, Gastronomic Tourism, Tourism.

### *Author Contributions*
The level of participation of the authors in this article is equal.

### *Data Availability Statement*
Data will be available upon request.

### *Acknowledgements*
The authors express their gratitude to all participants in the present study.

### *Ethical considerations*
The authors adhered to ethical principles in conducting and publishing this research, and all authors approve this statement.

### *Funding*
This research received no specific grant from any public, commercial, or nonprofit funding agency.

### *Conflict of interest*
The authors declare that there is no conflict of interest.

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

دانشگاه خوارزمی

**اقتصاد فضا و توسعه روستایی**

*شاپا الکترونیکی:* ۲۵۸۸-۴۷۶X

Homepage: https://khu.ac.ir

# تبیین توزیع منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی «کباب بناب» از دیدگاه ساکنان محلی

**ابوالقاسم تقی‌زاده فانید [۱] ✉| ساجده دین‌پرست [۲] | صادق ثقفی اصل [۳]| سعید نصیری زارع [۴]| حسن قاسملو [۵]**

۱. نویسنده مسئول، گروه برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. رایانامه: Fanid@tabrizu.ac.ir

۲. گروه برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. رایانامه: Sajedeh.dinparast71@gmail.com

۳. گروه برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. رایانامه: Ssaghafiasl@gmail.com

۴. گروه برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. رایانامه: Std_nasire_saeid@khu.ac.ir

۵. گروه برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم و برنامه‌ریزی محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. رایانامه: H.artan71@gmail.com

**اطلاعات مقاله**

**نوع مقاله:**
مقاله پژوهشی

**تاریخ دریافت:** ۱۴۰۳/۰۹/۲۸
**تاریخ بازنگری:** ۱۴۰۴/۰۶/۲۰
**تاریخ پذیرش:** ۱۴۰۴/۰۸/۲۴
**تاریخ انتشار:** ۱۴۰۴/۱۱/۳۰

**کلیدواژه‌ها:**
شهرستان بناب،
کباب بناب،
گردشگری گاسترونومی،
گردشگری.

## چکیده

**هدف:** اثرات گردشگری به‌ویژه در فضاهای روستایی برحسب موقعیت‌های فضایی متفاوت است. درواقع، اگر بنا بر این باشد تا فعالیت‌های گردشگری به عنوان یک رویکرد برای توسعه پایدار اقتصادی در نواحی روستایی پذیرفته شود، لازم است تا توزیع منافع حاصل از آن بررسی شود و برنامه‌ریزی‌های لازم برای توزیع عادلانهء آن انجام گردد. پژوهش حاضر ضمن توجه کردن به این موضوع، اثرات اقتصادی گردشگری گاسترنومی «کباب بناب» را به عنوان یک پدیده جغرافیایی در فضاهای روستایی شهرستان بناب مطالعه کرده است.

**روش پژوهش:** پژوهش حاضر از نوع کاربردی و از لحاظ ماهیت، کمّی است که از روش پیمایش بهره جسته است. بررسی مسئله، پیشینه و چارچوب نظری با مشاهدات میدانی و مطالعه کتابخانه‌ای انجام شد. داده‌های مربوط به اثرات اقتصادی گردشگری گاسترونومی با تعیین شاخص‌ها و تکمیل پرسشنامه توسط ۲۴۲ نفر از روستاییان، جمع‌آوری و با آزمون تی تک‌نمونه‌ای، تحلیل خوشه‌ای، خودهمبستگی فضایی مکانی و رگرسیون وزن‌دار جغرافیایی بررسی شد.

**یافته‌ها:** جاذبه گردشگری «کباب بناب» موجب توسعه اشتغال، بازاریابی و فروش محصولات محلی روستائیان و همچنین افزایش درآمد ساکنان محلی گردیده است. در سوی دیگر، عامل مجاورت مکانی و انسانی ازجمله عوامل اصلی در جذب منافع اقتصادی گردشگری در سکونتگاه‌هایروستایی ناحیه مورد مطالعه بوده است. در این سکونتگاه‌ها، نیروی انسانی لازم با داشتن مشاغل در رستوران‌ها و اغذیه‌های کباب بناب و مشاغل مرتبط با آن در شهر بناب و یا در نزدیکترین سکونتگاه روستایی، نقش اصلی در جذب منافع اقتصادی داشته است.

**نتیجه‌گیری:** توزیع عادلانه و مناسب منافع حاصل از صنعت گردشگری می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی، تقویت مشارکت جوامع و حتی پایداری این نوع از صنعت گردد. در جهت رسیدن به چنین عملکردی، شناخت توزیع فضایی منافع آن و برنامه‌ریزی برای آن در سکونتگاه‌های روستایی حایز اهمیت است.

**استناد:** تقی‌زاده فانید، ابوالقاسم؛ دین‌پرست، ساجده؛ ثقفی اصل، صادق؛ نصیری زارع، سعید؛ و قاسملو، حسن (۱۴۰۴). تبیین توزیع منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی «کباب بناب» از دیدگاه ساکنان محلی. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۴ (۵۴)، ۱۱۱-۱۳۲.
http//doi.org/10.66224/serd.14.54.2

ناشر: دانشگاه خوارزمی

© نویسندگان



[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

## مقدمه

گردشگری به عنوان یک بخش خدمات با رشد سریع در کشورهای درحال توسعه است (فبر و گابرت[1]، ۲۰۱۹) که اهمیت فزاینده‌ای در توسعه دارد (کونس و توماس[2]، ۲۰۱۵؛ کاردناس گارکیا[3] و همکاران، ۲۰۱۵). این بخش در بسیاری از کشورها یک منبع مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در بخش‌های رسمی و غیررسمی (مالیک[4] و همکاران، ۲۰۱۹)، که مناطق محروم و کم توسعه می‌توانند از طریق آن توسعه یابند (منزور[5] و همکاران، ۲۰۱۹). اما گردشگری، از بزرگترین صنایع در جهان است که در دهه‌های اخیر به دلیل افزایش شدید انواع روش‌های گذران اوقات فراغت و افزایش سهولت سفر برای بسیاری از افراد رونق گرفته است. این رونق به ویژه در قالب انواع گردشگری تجربی مانند اکوتوریسم، گردشگری ماجراجویانه و گردشگری کشاورزی و گردشگری مواد غذایی که معمولاً در مناطق روستایی برگزار می‌شود، چشمگیر است (داگرتی[6]، ۲۰۱۳). با رونق و گسترش جهانی این صنعت در دهه‌های اخیر، تعداد فزآینده‌ای از مناطق در کشورهای در حال توسعه اهمیت گردشگری را به منزله عامل مهم در توسعه اقتصاد منطقه‌ای درک کرده‌اند (یانگ و فیک[7]، ۲۰۱۴). یکی از زیرشاخه‌های مهم صنعت گردشگری در دنیا، گردشگری غذا است.

گردشگری غذا، به عنوان یک نوع صنعت گردشگری شامل ارائه انواع غذاها و نوشیدنی‌ها به گردشگران است. این نوع به عنوان منبع بالقوه مهمی در توسعه پایدار اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی در مقصدهای گردشگری شناخته می‌شو که می‌تواند به عاملی مهم برای متمایزسازی مقصدها تبدیل شود (یارتسون و کایا[8]، ۲۰۱۱). براین اساس کشور ما نیز یکی از غنی‌ترین کشورهای جهان در این زمینه می‌باشد، به طوری که در حدود ۲۵۰۰ نوع غذا و ۱۰۹ نوع نوشیدنی و انواع شیرینی و نان در سطح کشور شناسایی شده است (حری، ۱۳۹۶). در این میان شهرستان بناب نیز با بیش از ۲۰۰ کبابی بوده و در ششمین جشنواره ملی کباب بناب که در سال ۱۴۰۱ در این شهرستان برگزار شد، بیش از ۵۰ کباب پز در این جشنواره شرکت نمودند (سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی شهرستان بناب، ۱۴۰۱). بر این شالوده، گردشگری غذا به عنوان ظرفیتی مطلوب برای توسعه اقتصادی و گردشگری به خصوص در مناطق روستایی این شهرستان است.

اما با توجه به ضرورت بررسی موضوع مورد نظر در پژوهش؛ گرچه مطالعات مختلفی به واکاوی تحلیل اثرات گردشگری در توسعه روستایی و شهری پرداخته‌اند. با این حال، مطالعات کمی به بررسی توزیع منافع گردشگری و مطالعه الگوهای فضایی آن پرداخته‌اند. این در حالی است که در موضوع مورد نظر، آنچه که بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد آن است که گردشگری گاسترونومی «کباب بناب» برخلاف سایر جاذبه‌های گردشگری (که در طول سال جاذبه جمعیت گردشگری قرار دارند)؛ به عنوان یک جشنواره غذایی مطرح بوده و سالیانه، ۳ روز پذیرای جمعیت گردشگران است. هرچند به دلیل شهرت جشنواره و اینکه رستوران‌ها و اغذیه‌های متعددی در شهر بناب وجود دارد، گردشگران در طول سال نیز به این شهر مسافرت می‌کند. اما عمده مسافرت گردشگران در طول برگزاری جشنواره بوده و همین موضوع وجه تمایز گردشگری گاسترونومی کباب بناب با سایر جاذبه‌های گردشگری در سایر مناطق است. در این میان به دلیل شهرت ملی برگزاری این جشنواره، بسیاری از فعالیت‌ها و کسب‌وکارهای مرتبط نه تنها در شهر بناب بلکه در سکونتگاه‌های روستایی این شهرستان نیز رواج دارد. در حقیقت بسیاری از ساکنین یا با داشتن کسب‌وکارهای مرتبط در روستا و یا شهر نقش بااهمیتی در این صنعت دارند. از این‌روی شناخت و بررسی توزیع منافع آن در سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه مهم است. زیرا نابرابری در بهره‌مندی از این منافع به خصوص می‌تواند منجر به تشدید شکاف اقتصادی و حتی کاهش پایداری این نوع از صنعت گردشگری شود. در مقابل، توزیع عادلانه و مناسب این منافع می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی ساکنان

[1] - Faber & Gaubert
[2] - Koens & Thomas
[3] - Cárdenas-García
[4] - Malik
[5] - Manzoor
[6] - Dougherty
[7] - Yang & Fik
[8] - Yurtseven & Kaya

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

محلی، تقویت مشارکت جوامع در فعالیت‌های گردشگری و توسعه پایدار منطقه‌ای شود. به همین دلیل پرسش‌های پژوهش بدین صورت مطرح می‌شود که گردشگری گاسترونومی کباب بناب به عنوان یک ظرفیت بالقوه توسعه، چه منافع اقتصادی برای ساکنین در نواحی روستایی آن داشته است؟ اگر این نوع از گردشگری منافعی برای ناحیه داشته چگونه بین زیرنواحی و مناطق روستایی آن توزیع شده است؟

## پیشینه پژوهش

### ۱. پیشینه نظری

#### ۱-۱. گردشگری غذا

گردشگری گاسترونومی از مهم‌ترین فعالیت‌های انسان معاصر است که همراه با به وجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می‌کند. این مقوله یکی از عوامل بسیار مهم در راستای تبادل فرهنگی و آشنایی با ملل دیگر از ابعاد متعدد طبیعی، فرهنگی و ... است که به عنوان مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر به سزایی در تقویت بنیان‌های اجتماعی- اقتصادی جوامع دارد. این نوع از گردشگری، منبع جدیدی برای اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی بوده که رشد و توسعه سایر صنایع را سبب می‌شود (سعیده زرآبادی و عبدالله، ۱۳۹۳).

گردشگری مرتبط با غذا شامل ارائه انواع خوراکی و آشپزی به گردشگران است (پستک و سینجارویچ[1]، ۲۰۱۴). لانگ[2] در سال (۱۹۹۸)، برای اولین بار اصطلاح گردشگری غذا را به عنوان هنر تجربه فرهنگ‌ها از طریق غذا تعریف کرد که طیف کاملی از رفتارها شامل معرفی و نحوه ارائه، آماده‌سازی و مصرف موادغذایی را در بر می‌گیرد (لانگ، ۱۹۹۸). گردشگری غذا، می‌تواند به جاذبه خوبی جهت بازدید گردشگران تبدیل شود و تجربه فرهنگی خوبی از جامعه میزبان در اختیار گردشگران قرار دهد. گردشگری غذا گونه‌ای از گردشگری را معرفی می‌کند که ماده غذایی را به عنوان یکی از عوامل ایجاد انگیزه برای سفر به شمار می‌آورد (برتلا[3]، ۲۰۱۱). اسمیت[4] و همکارانش، گردشگری غذا را این گونه تعریف می‌کنند: بازدید از مقصدهایی که انگیزه اولیه سفر به آن‌ها علاقه به آشپزی یک قوم، ملت یا منطقه است و می‌تواند شامل خوردن و نوشیدن یادگیری در مورد فرآیندهای تولید محصولات غذایی، خرید خوراک و نوشیدنی یا شرکت در دوره‌های آموزش آشپزی باشد. انجمن جهانی سفر مبتنی بر غذا در سال ۲۰۱۳ نیز گردشگری غذا را کل صنعت غذا نام می‌برد و آن را شامل: دستیابی و لذت بردن از غذای منحصر به فرد و به یادماندنی و چشیدن طعم نوشیدنی در مکان‌های دور و نزدیک، تعریف می‌کند. این تعریف بیانگر مشارکت خدمات غذا، نوشیدنی و گردشگری دارد. رستوران‌ها، فروشندگان غذاهای خیابانی، بازارهای محلی و کافه‌ها لذت منحصر به فرد و تجربه‌هایی فراموش نشدنی را هنگام سفر برای گردشگر به وجود می‌آورند (جعفری مهرآبادی و همکاران، ۱۳۹۶).

هال و میشل[5] (هال و میشل، ۲۰۰۵)، نیز گردشگری غذا را به حالت زیر دسته‌بندی می‌کنند:

۱- گردشگران خوش خوراک: این افراد به رستوران‌ها یا نوشیدنی فروشی‌های بسیار گران قیمت یا با اعتبار می‌روند.

۲- گردشگران خورد و خوراک/ آشپز: این گروه به مسائل گسترده‌تر چون فرهنگ و چشم‌اندازی علاقمندند که غذا و نوشیدنی در آن بستر تهیه می‌شود.

۳- گردشگران خوراک‌پردازی: این دسته به سبک آشپزی خاصی از یک کشور یا منطقه علاقمندند. گردشگران غذا به طور متوسط فرهیخته‌تر از سایر گردشگران هستند، بدون فرزند مسافرت نمی‌کنند و معمولاً در گروه‌های AB (قشر اجتماعی متوسط به بالا) یا CI (متوسط به پایین) قرار دارند (اسمیت و همکاران، ۱۳۹۱).

---

[1] - Peštek & Činjarević
[2] - Lang
[3] - Bertella
[4] - Smith
[5] - Hall & Michelle

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

گردشگری در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بسیاری از کشورها نقش حیاتی دارد. ازجمله نتایج و پیامدهای عمده مثبت گردشگری می‌توان به مزایای اقتصادی آن اشاره کرد. بر مطالعات سازمان جهانی جهانگردی هر سال ۶۰۰ میلیون نفر با انگیزه‌های غذا و معنوی در سرتاسر جهان سفر می‌کنند و به همین دلیل است که امروزه کشورهای جهان بیش از پیش به دنبال توسعه گردشگری غذا به‌عنوان منبعی برای اشتغال و درآمدزایی هستند (آقاکشی زاده، ۱۳۹۶).

**جدول ۱. آثار گردشگری غذا در بخش اقتصاد**

| آثار اقتصادی مثبت | آثار اقتصادی منفی |
|---|---|
| ایجاد فرصت‌های شغلی (به‌خصوص برای افراد بومی و یا در مناطق دورافتاده و محروم) | تورم |
| افزایش درآمد ارزی و ریالی | اشتغالات فصلی و بیکاری |
| رونق صنایع‌دستی | افزایش قیمت زمین و تغییر کاربری زمین در منطقه |
| تحرک سرمایه مالی | توسعه نامتعادل منطقه |
| توسعه صادرات غیرنفتی | توسعه بخش خدمات و تحلیل تولید کالا |

## ۱-۲. گردشگری غذا و توسعه پایدار اقتصادی

گردشگری غذا در مناطق برای دستیابی به توسعه محلی و ترویج و توزیع محصولات غذایی محلی شناخته و به عنوان نقش اصلی در اقتصاد روستایی شناخته می‌شود (ارمستولوپز و مارتین[۱]، ۲۰۰۶؛ ماری و هارالدسدوتیر[۲]، ۲۰۰۴). این نوع از گردشگری می‌تواند به بهبود فرهنگ و میراث غذایی کمک نماید (بسیر و تایبر[۳]، ۲۰۱۳). در این میان نیز از آغاز قرن ۲۱، برنامه‌ریزی گردشگری روستایی به واسطه گنجاندن گردشگری غذا تقویت شده (اسچلاتر[۴]، ۲۰۱۱) و به نظر می‌رسد که گردشگری مواد غذایی محلی در مقایسه با گردشگری کشاورزی سهم بالقوه بیشتری در توسعه اقتصادی جوامع روستایی دارد. گردشگری غذای محلی ارتباط میان بخش‌های متعدد را در اقتصاد محلی فراهم می‌سازد. با این که گردشگری کشاورزی به دلیل آنکه اغلب مستقل است به صورت خصوصی فعالیت می‌کند، سهم کمتری در توسعه اقتصادی در مناطق روستایی دارد (داگرتی، ۲۰۱۳). اما در مقابل گردشگری غذا مزایای متعددی برای مقاصد روستایی در هر دو سطح فردی و جمعی فراهم می‌کند؛ از قبیل افزایش فروش در مکان‌های تولید، بهبود تصویر مقصد گردشگری و همچنین افزایش تعداد گردشگران در مناطق روستایی (دی. لا. تور[۵] و همکاران، ۲۰۱۴).

در کنار مباحث مرتبط با مزایای اقتصادی گردشگری که مورد تأکید اصلی پژوهش بوده، برنامه‌ریزی در جهت آن یک مقوله بسیار حیاتی است. برخی مطالعات حاکی از آن هستند که برنامه‌ریزی گردشگری، ناشی از نیاز به رشد فرصت‌های شغلی است (بیانچی[۶]، ۲۰۱۸؛ لهمان و نتو[۷]، ۲۰۱۶؛ گولدنر و ریتچی[۸]، ۲۰۰۷). براین اساس، برنامه‌ریزی به‌عنوان یک فرآیند کلیدی به حداکثر سود بلندمدت مشاغل مسافرتی تلقی می‌شود (بیانچی، ۲۰۱۸؛ گیبسون[۹]، ۲۰۰۹). مسلماً، بسیاری از برنامه‌ریزی‌های گردشگری با محوریت کسب‌وکار به شیوه‌ای جامع پیش‌بینی شده‌اند و به جهت دسترسی به یک الگوی رشد توسعه‌ای سوق داده‌شده است که قادر به پاسخگویی به مسائل اجتماعی و تغییر نیست (لؤپاریستا[۱۰]، ۲۰۱۷). درواقع، اگر برنامه‌ریزی گردشگری مبتنی بر حل مسئله باشد، چنین شیوه‌های برنامه‌ریزی نیز می‌بایست بر طبق ارزش موضوعات زمینه‌ای موجود بتواند بینش مفهومی لازم را ارائه دهد.

[1] - Armesto López & Martin
[2] - Murray & Haraldsdottir
[3] - Bessiere & Tibere
[4] - Schlüter
[5] - De La Torre
[6] - Bianchi
[7] - Lohmann & Netto
[8] - Goeldner & Ritchie
[9] - Gibson
[10] - LEO PARISTA

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

اما مطابق با مباحث ارائه شده، شناخت توزیع فضایی منافع آن حاصل از آن نیز عنوان یکی از مقوله‌های اصلی در جهت برنامه‌ریزی برای آن است.

### ۱-۳. توزیع فضایی منافع گردشگری

شناخت تحولات فضایی در جغرافیا اهمیت ویژه‌ای دارد (فاریوکیو[1] و همکاران، ۲۰۰۳). به گونه‌ای که شیفر (۱۹۵۳)، جغرافیا را علم قوانین حاکم بر پراکندگی و توزیع فضایی پدیده‌ها و چهره‌های و سطح زمین می‌داند (ریچتس[2]، ۲۰۰۳؛ تانسر و لی‌سیور[3]، ۲۰۰۲). وی در دهه ۱۹۵۰ مفهوم «فضا» را با مقاله‌ای که در مورد استثناگرایی انجام داده بود، وارد ادبیات جغرافیایی کرد. در ارتباط با مفهوم فضا و مباحث پیرامون پخش فضایی، بیشتر نظریه پخش فضایی هاگراستراند[4] قرار دارد. در این نظریه این فرض وجود دارد که یک الگوی فرهنگی مشترک یا واقعیت‌های فرهنگی مشابه، از یک منبع منحصر به فرد به وجود می‌آیند و بدعت‌گذاری تنها یکبار اتفاق می‌افتد و در زمان‌های مختلف توسط گروه‌های مختلف تکرار نمی‌شود (هریسون، ۱۳۷۷). وی تئوری پخش فضایی را ابتدا در سال ۱۹۵۳ مطرح و سپس در سال ۱۹۶۸ و در کتاب «انتشار فضایی فرآیند نوآوری» اصول تازه آن را مطرح و سپس آن را بسط داد (هاگراستراند، ۱۹۶۸). هاگراستراند با همکاران خود نظریه پخش فضایی را در زمینه گسترش نوآوری‌ها و پدیده‌های کشاورزی به کار گرفت. اما برمبنای این تئوری؛ ماهیت انتشار فضایی در دو سطح مورد بررسی قرار می‌گیرد:

پخش ناحیه‌ای: مرحله‌ای است که در آن اطلاعات، مواد، کالا، مد، امراض، تولیدات و نظایر آن از ناحیه‌ای به ناحیه دیگر می‌رسد و بین جمعیت ناحیه جدید گسترش می‌یابد.

پخش مکانی: همان مراحل پخش را می‌گذراند، اما مکان اصلی پخش اطلاعات، مواد، امراض و نوآوری‌ها به تدریج از اطلاعات، مواد و امراض خالی می‌شود و در واقع سرچشمه پخش می‌خشکد. مهاجرت‌های روستایی از روستا به شهر، جابه‌جایی اراء انتخاباتی احزاب، دورشدن گتونشنان از گتوهای اصلی در شهرها نمونه‌هایی از این نوع پخش می‌باشد (کوکس و من[5]، ۱۹۷۲).

بنابر نظریه پخش فضایی هاگراستراند؛ گردشگری و به طور کلی فعالیت‌های آن نیز به عنوان یک پدیده و عنصر که منافع اقتصادی، اجتماعی و ... آن در طول زمان و در مکان‌های مختلف انتشار می‌یابد، بیان می‌گردد. به طور نمونه، گردشگران برای اقامت، خرید کالاهای محلی و خدمات؛ پول پرداخت می‌کنند. این پول‌ها و هزینه‌ها در فعالیت‌های محلی جریان می‌یابد و موجب تحرک ساکنین محلی در تأمین نیازهای گردشگران در ناحیه می‌گردد. یا ساکنین محلی به موجب منافع اقتصادی حاصل از گردشگری اقدام به سرمایه‌گذاری و توسعه فعالیت‌های اقتصادی در ناحیه مورد نظر می‌کنند. در سوی دیگر حضور گردشگران، موجب افزایش تولیدات محلی در ناحیه و به دنبال آن رونق زنجیره رسته فعالیت‌های آن که در نواحی مختلف تأمین می‌گردد؛ می‌شود. با این حساب، در پژوهش، گردشگری به عنوان یک پدیده جغرافیایی تعریف می‌گردد؛ که نتایج و پیامدهای آن به صورت یک پخش فضایی در فضای جغرافیایی مطالعه می‌گردد.

## ۲. پیشینه تجربی

استفاده از ظرفیت‌های مناطق و توسعه فعالیت‌های گردشگری به خصوص در کشورهایی که اقتصاد بیشتر آن متکی بر نفت بوده، می‌تواند راهگشای مهمی در به گردش در آوردن اقتصاد آن کشور باشد. این موضوع در مناطق روستایی نیز به دلیل جاذبه‌های طبیعی و تاریخی و بکر بودن نسبت به مناطق شهری؛ می‌تواند منبع درآمد مناسبی برای دولت‌ها و به خصوص ساکنین روستایی باشد (عطایی و همکاران، ۱۳۹۵). با توجه به این موضوع، فعالیت‌های گردشگری، به عنوان یک پتانسیل اقتصادی در مناطق روستایی کشورمان مورد توجه قرار گرفته و پژوهش‌های متعددی در بررسی ابعاد و زمینه‌های آن پرداخته‌اند. اما آنچه که پیداست

[1] - Faruque
[2] - Ricketts
[3] - Tanser & Le Sueur
[4] - Hagerstrand
[5] - Cox & Man

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

گردشگری و ابعاد آن متفاوت بوده و موضوع پژوهش متمرکز بر گردشگری غذا بوده که بررسی پیشینه پژوهش نیز مرتبط با این موضوع خواهد بود، جدول (۲).

**جدول ۲. بررسی پیشینه مرتبط با موضوع پژوهش**

| موضوع تحقیق | محقق | سال | نتایج تحقیق |
|---|---|---|---|
| گردشگری غذا، فرصتی برای توسعه پایدار روستایی ایران | ایزدی | ۱۳۹۴ | گردشگری غذا در اغلب کشورهایی که در برنامه‌ریزهای خود بدان توجه مناسب کرده‌اند، توانسته است آثار مثبتی در توسعهٔ پایدار روستایی و منطقه‌ای ایجاد کند و منجر به رونق اقتصادی و شکل‌گیری هویت منحصربه فرد برای این جوامع شود. |
| ارزیابی عملکرد گردشگری آشپزی در روستای سرولات از دیدگاه ذینفعان (جامعه محلی، کارشناسان و گردشگران) | تبریزی | ۱۳۹۵ | هم ازدیدگاه 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»، «محیط‌زیستی» و «دولتی- نهادی» ناچیز بوده است. همچنین شاخص رضایتمندی گردشگران از مجموع فعالیت‌های گردشگری آشپزی در روستای سرولات، در مقیاس صفر ۶۷/۱۶ محاسبه گردید که بیشتر، نشان‌دهنده کاستی‌های زیرساختی و خدماتی در مقصد می‌باشد. |
| مدل‌یابی ساختاری- تفسیری عوامل موثر بر توسعه گردشگری غذا (مطالعه موردی: شهر رشت) | جعفری مهرآبادی و همکاران | ۱۳۹۶ | نتایج پژوهش مشخص کرد که دو عامل: تهیه غذای سالم و رعایت اصول بهداشتی در مراحل مختلف تهیه آن و نیز داشتن اصالت غذایی از جمله مهمترین عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری غذا است. |
| تحلیلی بر بازآفرینی اقتصادی شهر با رویکرد گردشگری گاسترونومی (مطالعه موردی: رویداد جشنواره آش شهر زنجان) | حیدری و همکاران | ۱۳۹۸ | توسعهٔ زیرساخت‌ها و حمایت دولت از بخش خصوصی، مردم و کارآفرینان، مهمترین عامل بازآفرینی اقتصادی گردشگری گاسترونومی هستند. بررسی تحلیلی مبتنی بر تحلیل مسیر نیز نشان داد: مؤلفه‌های نهادی (۰/۵۱۷) و اقتصادی (۰/۵۳۷)، از عوامل اصلی در شکل‌گیری و بازآفرینی اقتصادی گردشگری مبتنی بر گاسترونومی شهر زنجان بوده و در این میان، مؤلفهٔ اقتصادی در قالب جریان‌های اعتباری، منابع ملی و بازار، بیشترین نقش را در بازآفرینی مکان با رویکرد گردشگری دارند. |
| بررسی ظرفیت‌های گردشگری غذا (مطالعه موردی: بررسی غذاهای بومی محلی استان قم) | صادقی و آقا زاده | ۱۴۰۱ | نتایج بررسی نشان می‌دهد غذاهای محلی قم، از ظرفیت‌های بالایی در جذب و ماندگاری گردشگر برخوردار است و متولیان امر با بها دادن به این موضوع، می‌توانند گردشگران بیشتری را در مدت زمانی طولانی‌تر در قم میزبانی کرده و این استان را از مزایای فرهنگی و اقتصادی آن بهره‌مند سازند. |
| توریسم غذایی: فرصتی برای توسعه محلی در کاتالونیا؟ تحلیل سهامداران | لندونو[1] | ۲۰۱۱ | وی با توجه به مصاحبه‌های انجام شده و اطلاعات به دست آمده به این نتیجه رسیده است که گردشگری غذایی یک پدیده در حال رشد در کاتالونیا بوده که این امر اعتقاد به ترویج و بازاریابی محصولات محلی، دستی و بومی را با در نظر گرفتن حفاظت از مکان جغرافیایی نشان می‌دهد. |
| ارزیابی گردشگری غذای محلی و ارتباط آن به عنوان یک استراتژی برای ترویج گردشگری پایدار و توسعه اقتصادی (مورد مطالعه: تانزانیا) | مگونجا[2] | ۲۰۱۵ | نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که دانش و اعتقادات در مورد غذاهای محلی تحت تأثیر درک کلی فرد در مورد غذاهای محلی است |
| بررسی چشم‌انداز گردشگری غذایی و اهداف توسعه پایدار اقتصادی در استان ظفار عمان: به حداکثر رساندن منافع ذینفعان | آنزنباخر[3] | ۲۰۱۹ | نتایج نشان می‌دهد که گردشگری غذایی مسیرهایی را برای توسعه اقتصادی پایدار نشان می‌دهد و به طیف‌های وسیعی از سهامداران سود می‌رساند |
| از مزرعه به چنگال: آیا گردشگری غذایی شکل پایدار توسعه اقتصادی است؟ | استار[4] و همکاران | ۲۰۲۰ | نتایج نشان می‌دهد رویداد گردشگری غذایی تروفل در منطقه کانبرای استرالیا، باعث ایجاد مازاد مصرف کننده ۷۵۴ دلار برای هر نفر و بیش از ۸ میلیون دلار |

[1] - Londoño

[2] - Mgonja

[3] - Enzenbacher

[4] - Star

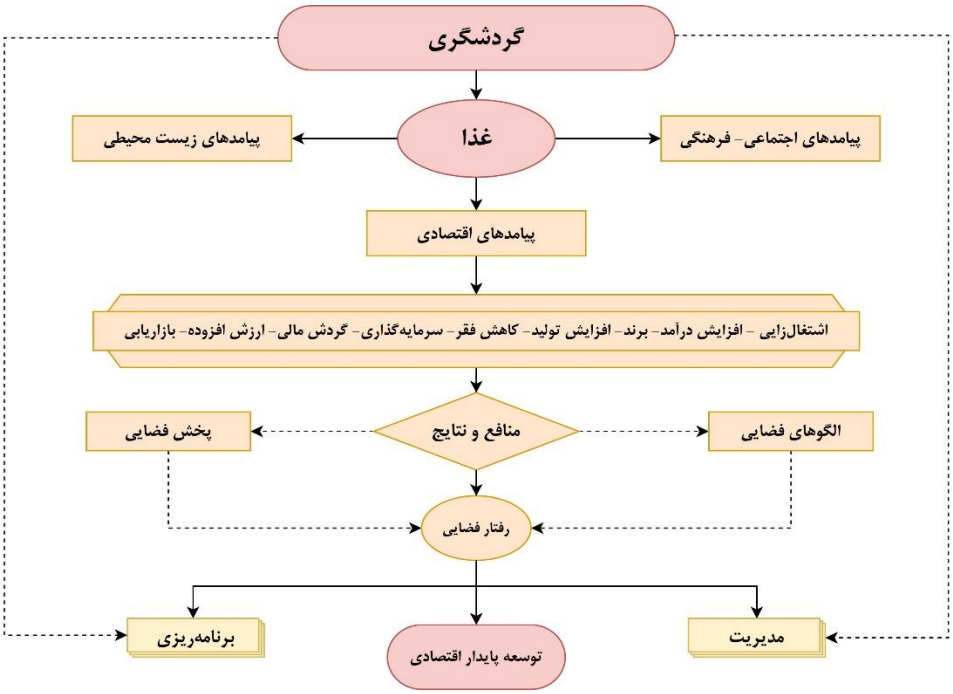
[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

| موضوع تحقیق | محقق | سال | نتایج تحقیق |
|---|---|---|---|
| | | | به طور کلی در سال ۲۰۱۶ شده است و برای پیاده‌سازی بیشتر تجارب غذایی به عنوان یک استراتژی توسعه اقتصادی، برای اطمینان از پایداری آن‌ها نیاز به بررسی بیشتر و ارتباط با کشاورزی، محیط زیست و جامعه است |

نتایج بررسی پیشینه پژوهش مشخص می‌کند که موضوع پرداختن به «گردشگری غذا» یکی از جهت‌گیری‌های مورد توجه در توسعه مناطق بوده است. در این زمینه نتایج نیز بیانگر پیامدهای مثبت آن است. اما آنچه که پر واضح است، مطالعات محدود و اندکی به مطالعه اثرات فضایی گردشگری پرداخته شده است. در این زمینه شاید تنها می‌توان به پژوهش جوان (۱۳۹۸) در رساله دکتری وی اشاره کرد. او به مطالعه تبیین نظام توزیع منافع گردشگری مبتنی بر نگرش اقتصاد فضا در ناحیه روستایی رضوانشهر می‌پردازد. پژوهش وی بنیادی و کاربردی که در سه تیپ روستای: دشتی، ساحلی و کوهپایه‌ای انجام می‌شود. وی منافع حاصل از گردشگری را در ناحیه روستایی طبقه‌بندی می‌کند. سپس بیان می‌کند که مقدار ارزش کمی شاخص‌های اقتصادی متأثر از گردشگری در تیپ روستاهای کوهپایه‌ای/ کوهستانی بیشتر است. همچنین مقایسه جذب منافع توسط افراد جامعه محلی نیز یکسان نبوده و مالکان ابزار تولید (سرمایه‌داران) منافع بیشتری نسبت به صاحبان نیروی کار کسب می‌کنند. بنابراین پژوهش پیش‌رو ضمن توجه به محدودیت‌های اندک در این زمینه به بررسی توزیع منافع و اثرات اقتصادی گردشگری گاسترونومی در ناحیه روستایی مورد مطالعه می‌پردازد. در اهمیت داشتن این موضوع نیز همین نکته که نگاه فضایی و کشف و شناسایی الگوهای فضایی در تمامی سطوح برنامه‌ریزی از محلی تا ملی و در تمامی موضوعات و مباحث قابل ملاحظه است. در چارچوب برنامه‌ریزی توسعه فعالیت‌های گردشگری و اینکه مفهوم توزیع منافع آن نیز لازم است که نگاه برنامه‌ریزی بر پایه درک و شناخت الگوهای فضایی استوار گردد؛ اهمیت و ضرورت دارد.

## ۳. مدل مفهومی

با توجه به مطالب بیان شده، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل شماره ۱ خواهد بود.



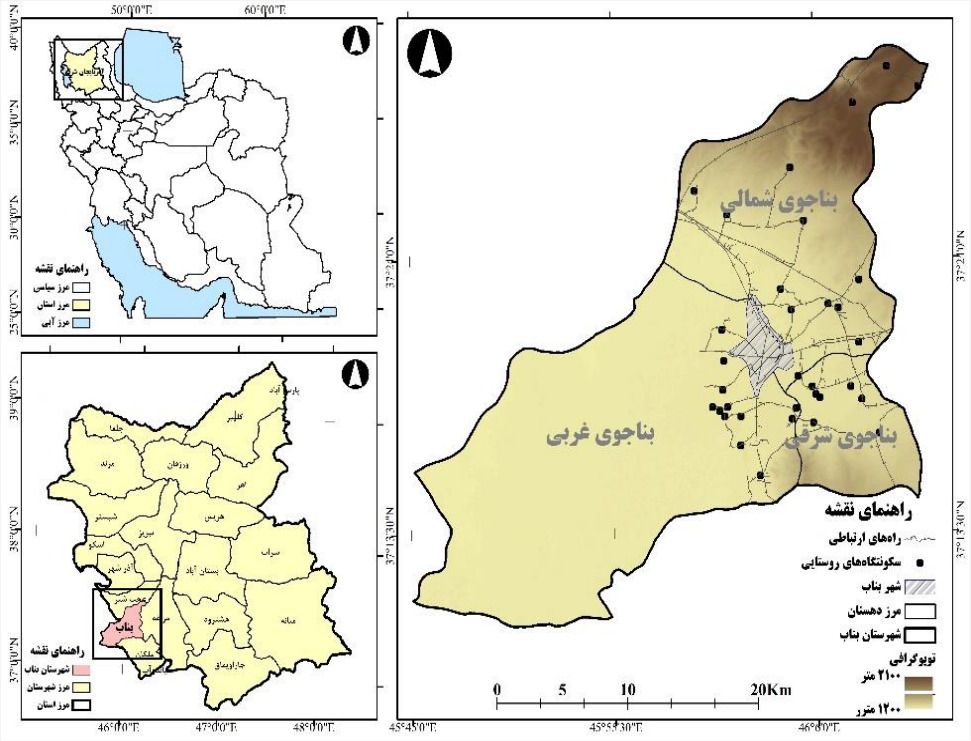

**شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق**

## روش‌شناسی پژوهش

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

## ۱. قلمرو جغرافیایی مورد مطالعه

شهرستان بناب در جنوب غربی استان آذربایجان شرقی واقع شده است. این شهرستان از یک بخش مرکزی تشکیل و دارای ۳ دهستان می‌باشد. دهستان بناجوی غربی به مرکزیت روستای خانه برق جدید، دهستان بناجوی شرقی به مرکزیت روستای خوشه مهر و دهستان بناجوی شمالی به مرکزیت روستای روشت بزرگ قرار دارند. شهرستان بناب از یک شهر به نام بناب و تعداد ۲۹ روستا تشکیل شده است. این شهرستان علاوه بر جاذبه‌های طبیعی و تاریخی خود، توانمندی‌های بالقوه‌ای در زمینه گردشگری غذا دارد. «کباب بناب» یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های گردشگری غذایی در این شهرستان محسوب می‌شود که علاوه بر قدمت تاریخی، نحوه تهیه و پخت آن در سراسر کشور و همچنین کشورهای همسایه شهرت دارد و همه‌ساله گردشگران بسیاری را به شهرستان بناب برای لذت از طعم لذیذ آن گرد هم می‌آورد. جشنواره کباب ملی بناب به عنوان یکی از جشنواره‌های مهم استان آذربایجان شرقی، هرساله در این شهرستان با حضور کباب پزان برگزار می‌شود. همین جشنواره موجب حضور بخش بزرگی از گردشگران به این شهرستان می‌گردد که می‌تواند به عنوان پتانسیلی برای توسعه منطقه گردد. شکل (۲)، موقعیت جغرافیایی مناطق روستایی مورد مطالعه و شهرستان بناب را نشان می‌دهد.




**شکل ۲. موقعیت جغرافیایی سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه**

## ۲. داده ها و روش کار

پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نگرش به شیوه اجرای پژوهش، در زمره پژوهش‌های پیمایشی و برحسب ماهیت داده‌ها، از نوع پژوهش‌های کمی است. از سوی دیگر، از آن جا که در پژوهش، نحوه و میزان تأثیرات متغیرها و همبستگی آن‌ها با یکدیگر مورد مطالعه قرار می‌گیرد، پژوهش از نوع تحقیقات همبستگی نیز به شمار می‌آید. برای جمع‌آوری و مطالعه ادبیات نظری، پیشینه پژوهش و همچنین سنجه‌های پژوهش از مطالعه تحقیقات مرتبط با موضوع مورد نظر استفاده گردید. در پژوهش با توجه به موضوع مورد نظر شاخص‌های اقتصادی در ۹ بعد با بررسی ابعاد و پژوهش‌های مرتبط به دست آمد، جدول (۳).

**جدول ۳. شاخص‌ها و متغیرهای اقتصادی مورد مطالعه در پژوهش**

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

| شاخص | معرف |
|---|---|
| اشتغال‌زایی | افزایش سطح اشتغال در روستا – رونق فعالیت‌های اقتصادی وابسته به ساخت‌وساز مانند: بنایی، نجاری، سنگ‌کاری و ... در روستا – توسعه مشاغل خرده‌فروشی در روستا – توسعه امکانات اقامتی (هتل، مسافرخانه، رستوران) در روستا و منطقه– توسعه تربیت و آموزش آشپزها و مهمان‌نوازی |
| افزایش درآمد | افزایش درآمد ساکنین روستا از مشاغل مرتبط با گردشگری – افزایش قیمت زمین و مسکن در روستا – افزایش قدرت خرید ساکنین محلی در روستا – افزایش قیمت زمین‌های کشاورزی ساکنین در روستا – تنوع بخشی به منابع درآمدی ساکنین روستا |
| برند | توسعه برندهای جدید محصولات غذایی و ... در روستا و در منطقه – بهبود شهرت و اعتبار مواد غذایی محلی روستا – کمک به شناسایی نام محصولات غذایی و کشاورزی ساکنین در روستا |
| افزایش تولید | افزایش تولیدات محلی (محصولات کشاورزی، صنایع دستی و ...) در روستا – بهبود کیفیت محصولات غذایی و محلی در روستا – تنوع‌سازی در تولید محصولات |
| کاهش فقر | افزایش منابع درآمدی و نقدینگی ساکنین روستا و مردم محلی – تنوع منابع درآمدی ساکنین در روستا – کاهش شکاف و اختلاف درآمدی میان ساکنین در روستا – تمایل به نوسازی و بازسازی مسکن در روستا – تناسب میان درآمد و هزینه‌های زندگی |
| سرمایه‌گذاری | افزایش جذب سرمایه در بخش خصوصی در روستا – جذب بیشتر بودجه‌های دولتی در روستا و در منطقه – خلق فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری در روستا و منطقه – تمایل به سرمایه‌گذاری برای کسب‌وکار در روستا |
| گردش مالی | توسعه گردش مالی در روستا و در منطقه – توسعه مراودات مالی ساکنین روستا با گردشگران – توسعه خرید و فروش املاک سرمایه‌ای میان ساکنین روستا |
| ارزش افزوده | ایجاد ارزش افزوده جدید برای تولیدات غذایی – تشکیل خوشه‌های کسب‌وکار مواد غذایی و آشپزی |
| بازاریابی | ایجاد بازارهای جدید برای فروش محصولات محلی در روستا و منطقه – تشویق و ترویج مصرف غذاهای محلی – توسعه تبلیغات و آگاهی‌رسانی در مبادی ورودی روستا و مقاصد گردشگری– ایجاد و توسعه تورهای گردشگری غذا |

منبع: راستای و همکاران، ۱۴۰۰؛ نیک‌رفتار و همکاران، ۱۳۹۷؛ جعفری مهرآبادی و همکاران، ۱۳۹۶؛ سرور و همکاران، ۱۳۹۶؛ تبریزی، ۱۳۹۵؛ ایزدی، ۱۳۹۴؛ سعیده زرآبادی و عبدالله، ۱۳۹۳؛ استینمتز[1]، ۲۰۱۰؛ متلوکوا و پومپرا[2]، ۲۰۱۳.

همچنین در پژوهش، جهت بررسی مسئله مورد نظر و شناخت منطقه مورد مطالعه، از تکنیک مشاهده و مصاحبه‌های فردی با ساکنین مناطق روستایی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش نیز شامل تمام روستاهای شهرستان بناب بوده که بنابر بررسی مطالعه میدانی محققان از اینکه اقدامات و تأثیرات گردشگری بیشتر در سکونتگاه‌های بزرگتر نمود داشته و از جهتی دیگر بنابر نظر خبرگان و نیاز پژوهش، سکونتگاه‌های روستایی بیشتر از ۲۰۰ خانوار مورد بررسی قرار گرفتند. لذا براساس فرمول کوکران و با توجه به اینکه در ناحیه روستایی مورد مطالعه ۱۵۴۰۹ خانوار بوده، ۲۴۲ خانوار به عنوان نمونه تعیین گردید.

رابطه ۱.

$$n = \frac{\frac{t^2.p\,q}{d^2}}{1+\frac{1}{N}\left(\frac{t^2.pq}{d^2}-1\right)} = \frac{\frac{(1.96^2)\times(0.8)(0.2)}{(0.05^2)}}{1+\frac{1}{15409}\left(\frac{(1.96^2)\times(0.8)(0.2)}{(0.05^2)}-1\right)}$$

جهت روایی محتوایی پرسشنامه نیز نخست از نظرات ۵ تن از خبرگان و متخصصین در حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی روستایی استفاده گردید. سپس جهت پایایی پرسشنامه یک نمونه اولیه ۳۰ تایی تهیه گردید و پایایی آن جهت اطمینان تکمیل و بررسی گردید. پس از اطمینان از سطح مورد قبول نمونه اولیه، پرسشنامه نهایی جهت جمع‌آوری اطلاعات در ناحیه روستایی آماده گردید، جدول (۴).

**جدول ۴. پایایی آلفای کرونباخ ابعاد اقتصادی گردشگری**

| شاخص | تعداد آیتم | آلفای کرونباخ ۳۰ نمونه اولیه پرسشنامه | آلفای کرونباخ ۲۴۲ پرسشنامه نهایی |
|---|---|---|---|
| اشتغال‌زایی | ۵ | ۰/۶۵۱ | ۰/۶۴۴ |
| افزایش درآمد | ۵ | ۰/۹۰۱ | ۰/۸۳۰ |

[1] - Steinmetz

[2] - Matlovičová & Pompura

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

| شاخص | تعداد آیتم | آلفای کرونباخ ۳۰ نمونه اولیه پرسشنامه | آلفای کرونباخ ۲۴۲ پرسشنامه نهایی |
|---|---|---|---|
| برند | ۳ | ۰/۷۴۵ | ۰/۶۹۹ |
| افزایش تولید | ۳ | ۰/۸۱۶ | ۰/۷۴۹ |
| کاهش فقر | ۵ | ۰/۶۶۴ | ۰/۶۵۱ |
| سرمایه‌گذاری | ۴ | ۰/۸۷۰ | ۰/۸۲۸ |
| گردش مالی | ۳ | ۰/۸۰۱ | ۰/۷۴۵ |
| ارزش افزوده | ۳ | ۰/۹۳۲ | ۰/۸۴۸ |
| بازاریابی | ۴ | ۰/۸۰۰ | ۰/۶۸۰ |

توزیع پرسشنامه نیز در مناطق روستایی برای جلوگیری از سوگیری محقق در انتخاب نمونه‌ها به صورت تصادفی و در موارد محدودی از افراد حاضر در جشنواره «کباب بناب» که از ساکنین محلی بودند، جمع‌آوری گردید. تجزیه و تحلیل‌های اطلاعات جمع‌آوری شده نیز بر پایه آزمون‌های توصیفی- استنباطی و همچنین مدل‌ها و تحلیل‌های جغرافیایی که شامل: تحلیل خوشه‌بندی، خودهمبستگی فضایی مکانی و رگرسیون وزن‌دار جغرافیایی بود؛ انجام گردید. در جدول (۵) نیز توزیع تعداد پرسشنامه در هر کدام از مناطق روستایی مورد مطالعه مشخص گردیده است.

**جدول ۵. توزیع تعداد پرسشنامه در سکونتگاه‌های ناحیه روستایی مورد مطالعه**

| دهستان | روستا | خانوار | جمعیت | پرسشنامه | دهستان | سکونتگاه روستایی | خانوار | جمعیت | پرسشنامه |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| باجوی شرقی | تازه‌کندخوشه مهر | ۴۳۸ | ۱۳۵۸ | ۷ | باجوی غربی | چپقلو | ۱۰۹۶ | ۳۶۴۴ | ۱۸ |
| | ینگی کندخوشه مهر | ۳۱۴ | ۱۰۶۱ | ۵ | | خلیلوند | ۳۹۰ | ۱۳۱۳ | ۶ |
| | خوشه مهر/ خواجه امیر | ۱۰۷۱ | ۳۵۲۸ | ۱۸ | | خانه برق قدیم | ۴۹۷ | ۱۶۵۰ | ۸ |
| | دیزج پروانه | ۲۹۲ | ۹۳۱ | ۵ | | خانه برق جدید | ۷۸۵ | ۲۴۲۶ | ۱۳ |
| | چلقایی | ۱۱۸۵ | ۳۴۱۲ | ۲۰ | | قشلاق خانه برق | ۴۲۹ | ۱۴۲۴ | ۷ |
| باجوی شمالی | زاوشت | ۱۴۰۶ | ۴۵۳۹ | ۲۳ | | ینگی کندخانه برق | ۴۲۸ | ۱۳۶۶ | ۷ |
| | روشت کوچک | ۴۵۵ | ۱۵۲۴ | ۷ | | قره چپق | ۱۷۶۱ | ۵۴۵۶ | ۲۹ |
| | روشت بزرگ | ۷۲۱ | ۲۲۳۱ | ۱۲ | | علی خواجه | ۵۱۶ | ۱۶۶۳ | ۸ |
| | دوش | ۳۲۱ | ۱۰۰۳ | ۵ | | زوارق | ۶۵۴ | ۲۵۳۹ | ۱۱ |
| | القو | ۵۰۷ | ۱۵۶۴ | ۸ | | اخوندقشلاق | ۱۴۳۶ | ۴۶۱۱ | ۲۴ |

## یافته‌های پژوهش

گردشگری از جمله فعالیت‌های انسانی در زندگی بوده که تجربه‌های جدیدی را برای کسانی که به آن مبادرت می‌ورزند، فراهم می‌کند. علاوه بر این گردشگری منجر به تأثیرات و اثرگذاری در جوامع میزبان می‌گردد. اما در پژوهش، ۲۴۲ مشارکت کننده، برای پاسخ به سؤالات پرسشنامه همکاری نمودند. برای انتخاب این نمونه‌ها با توجه به اهمیت موضوع، سعی گردید علاوه بر انتخاب تصادفی نمونه‌ها، تا حد ممکن ارزیابی معیارها توسط گروه‌های متفاوتی در روستاهای نمونه که به صورت مستقیم و غیرمستقیم در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری گاسترونومی نقش داشته‌اند، انجام شود. جدول (۶). مردان و وضعیت متأهل بیشترین فراوانی را داشته است. تحصیلات جامعه نمونه غالباً دیپلم و بیشترین افراد نمونه نیز در گروه سنی، ۴۰- ۲۰ سال قرار داشته‌اند. با توجه به شرایط اقتصادی غالب در سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه؛ فعالیت‌های باغداری فعالیت اقتصادی غالب افراد نمونه است. سایر فعالیت‌های اقتصادی مانند: مغازه‌داری، فعالیت‌های خدماتی حمل‌ونقل، تولیدکننده صنایع‌دستی و ... نیز در زمره بیشترین فعالیت‌های اقتصادی است.

**جدول ۶. مشخصات فردی مشارکت‌کنندگان در پژوهش**

| جنسیت | فراوانی | درصد | وضعیت تأهل | فراوانی | درصد | شغل | فراوانی | درصد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| مرد | ۱۵۴ | ۶/۶۳ | متأهل | ۱۹۴ | ۲/۸۰ | زراعت | ۳۱ | ۸/۱۲ |
| زن | ۸۸ | ۴/۳۶ | مجرد | ۴۶ | ۸/۱۹ | باغداری | ۷۹ | ۶/۳۲ |
| **تحصیلات** | **فراوانی** | **درصد** | **گروه سنی** | **فراوانی** | **درصد** | دامداری | ۳۶ | ۹/۱۴ |

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

| جنسیت | فراوانی | درصد | وضعیت تأهل | فراوانی | درصد | شغل | فراوانی | درصد |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ابتدایی | ۹ | ۷/۳ | کمتر از ۲۰ سال | ۱۳ | ۴/۵ | خانه‌دار | ۲۵ | ۳/۱۰ |
| راهنمایی | ۴۱ | ۹/۱۶ | ۲۰ تا ۴۰ سال | ۱۳۱ | ۱/۵۴ | دولتی | ۱۲ | ۵ |
| دبیرستان | ۶۸ | ۱/۲۸ | ۴۰ تا ۶۰ سال | ۷۹ | ۶/۳۲ | سایر | ۵۹ | ۴/۲۴ |
| دیپلم | ۷۸ | ۲/۳۲ | بیشتر از ۶۰ سال | ۱۹ | ۹/۷ | تعداد کل نمونه= ۲۴۲ | | |
| دیپلم و بالاتر | ۴۶ | ۱۹ | - | | | | | |

## ۱. اثرات و پیامدهای اقتصادی گردشگری گاسترونومی

در پژوهش، نخست اثرات گردشگری گاسترونومی در وضعیت اقتصادی ساکنین ناحیه روستایی مورد مطالعه بررسی گردید. جهت این بررسی از آزمون تی‌تک نمونه‌ای استفاده شد، جدول (۷).

**جدول ۷. بررسی اثرات گردشگری گاسترونومی بر ابعاد اقتصادی در ناحیه روستایی مورد مطالعه**

| شاخص‌های پژوهش | مقدار T | میانگین عددی | سطح معنی‌داری | اختلاف میانگین | فاصله اطمینان ۹۵ درصد | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | حد بالا | حد پایین |
| توسعه اشتغال | ۱۲/۰۴۵ | ۴/۰۱۹ | ۰/۰۰۰ | ۱/۰۱۹ | ۰/۷۸۸ | ۰/۵۶۹ |
| افزایش درآمد | ۸/۰۷۳ | ۳/۲۲۳ | ۰/۰۰۰ | ۰/۲۲۳ | ۰/۶۶۹ | ۰/۴۰۱ |
| برندسازی محصولات | ۳/۵۱۱ | ۳/۰۷۷ | ۰/۰۰۴ | ۰/۰۷۷ | ۰/۳۷۰ | ۰/۱۰۰ |
| افزایش تولیدات محلی | ۵/۱۵۹ | ۳/۱۷۸ | ۰/۰۰۰ | ۰/۱۷۸ | ۰/۴۷۷ | ۰/۲۱۹ |
| کاهش میزان فقر | ۳/۲۴۸ | ۲/۱۱۶ | ۰/۰۶۱ | -۰/۸۸۴ | ۰/۱۱۶ | -۰/۰۹۲ |
| توسعه سرمایه‌گذاری | ۲/۴۶۳ | ۲/۱۸۸ | ۰/۰۱۴ | -۰/۸۱۲ | ۰/۳۱۹ | ۰/۰۳۰ |
| میزان گردش مالی | ۳/۴۹۶ | ۳/۱۰۹ | ۰/۰۰۱ | ۰/۱۰۹ | ۰/۳۹۴ | ۰/۱۱۸ |
| توسعه ارزش افزوده | ۳/۱۱۱ | ۳/۱۰۱ | ۰/۰۰۰ | ۰/۱۰۱ | ۰/۳۶۹ | ۰/۰۹۸ |
| بازاریابی و فروش | ۷/۱۹۷ | ۳/۷۳۸ | ۰/۰۰۰ | ۰/۷۳۸ | ۰/۶۴۸ | ۰/۳۶۳ |

براساس نتایج، گردشگری گاسترونومی اثرات متفاوتی از جنبه اقتصادی در ناحیه روستایی مورد مطالعه داشته است. در میان شاخص‌های اقتصادی، ایجاد اشتغال، بازاریابی و فروش محصولات محلی روستائیان و همچنین افزایش درآمد؛ بالاترین میانگین را داشته است. در مقابل شاخص اقتصادی، «کاهش میزان فقر» تنها شاخص اقتصادی بوده که به لحاظ آماری معنی‌دار نبوده و افراد جامعه روستایی نسبت به این شاخص رضایت پایین‌تری از حد مطلوب داشته‌اند. اما در پژوهش و آنچه که بیشتر در موضوع مورد مطالعه قرار دارد، تبیین اثرات فضایی ابعاد اقتصادی گردشگری گاسترونومی کباب بناب در نواحی روستایی مورد مطالعه است. آنچه که مسلم است؛ سکونتگاه‌ها اعم از شهری و یا روستایی در تعامل با یکدیگر بوده و کشف، درک و شناخت الگوهای فضایی در این پدیده‌های انسانی منجر به درک بهتر پدیده‌ها، روابط و کنش‌ها در سطح فضا می‌شود. در این بررسی نمره ارزیابی هر کدام از ساکنین مناطق روستایی به گویه‌های پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت.

## ۲. توزیع الگوی منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی

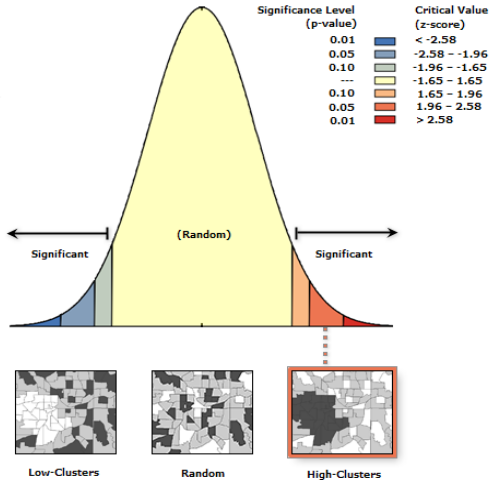
گردشگری و به طور کلی فعالیت‌های گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی در فضاهای روستایی دارای اثرات متنابهی است. در این زمینه و بر طبق نظریه پخش فضایی هاگستراند نیز؛ هرگاه یک پدیده اعم از اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در یک ناحیه فراگیر شده باشد و دارای پیامدهای ویژه‌ای باشد، در صورت فراهم شدن شرایط لازم، آن پدیده یا نتایج به سایر نواحی نفوذ و آن‌ها را نیز تحت‌الشعاع قرار می‌دهد (ابراهیم‌زاده و بدرافشان، ۱۳۸۶). در این زمینه بررسی الگوهای فضایی توزیع منافع و اثرات اقتصادی گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند بهتر این الگو را نشان دهد. تحلیل خوشه‌بندی زیاد/ کم به اندازه‌گیری میزان تراکم و خوشه‌بندی مقادیر زیاد و یا کم یک متغیر در یک محدوده جغرافیایی می‌پردازد. لذا در پژوهش از این آماره فضایی جهت مطالعه الگوی فضایی منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی پرداخته می‌شود. جدول (۸).

**جدول ۸. آماره‌های الگوی پراکنش فضایی منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی در نواحی روستایی مورد مطالعه**

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

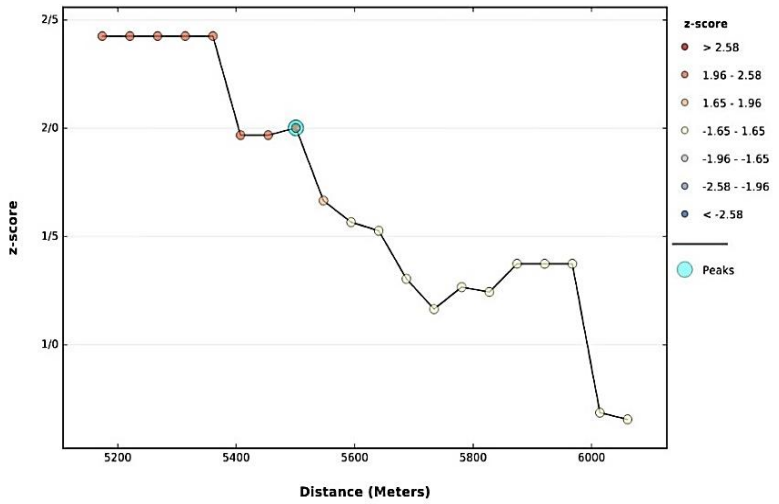
| متغیر | شاخص G | واریانس | نمره Z | سطح اطمینان | الگو |
|---|---|---|---|---|---|
| منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی | ۰/۰۰۰۱۵۹ | ۰/۰۰۶ | ۲/۵۶۰ | ۰/۰۱۰ | خوشه‌ای |

براساس نتایج به دست آمده و مقدار شاخص G و نمره Z، الگوی فضایی توزیع منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی در مناطق روستایی به صورت خوشه‌ای بوده که این احتمال در ۹۹ درصد مورد قبول قرار گرفته است، شکل (۳).




**شکل ۳. موقعیت جغرافیایی سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه**

اما در جهت مطالعه اینکه الگوی توزیع فضایی منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی در ناحیه روستایی مورد مطالعه چگونه بوده است، از مدل خودهمبستگی فضایی فاصله‌ای جهت تحلیل استفاده گردید. در مدل خودهمبستگی فضایی فاصله‌ای؛ افزایش یک متغیر در یک عارضه و به تناوب افزایش آن متغیر در عارضه‌های کنار ان موجب خودهمبستگی فضایی مثبت و در مقابل کاهش یک متغیر در یک عارضه و کاهش مقدار آن متغیر در عارضه‌های نزدیک به آن موجب خودهمبستگی فضایی منفی می‌گردد. نتایج مدل در شکل (۴)، نشان داده شده است.




**شکل ۴. خودهمبستگی فضایی توزیع منافع اثرات اقتصادی گردشگری گاسترونومی**

براساس نتایج پژوهش، در فاصله ۵/۱۷۴ کیلومتری، ضریب موران ۰/۳۲۸ و مقدار Z-Score برابر با ۲/۴۲۶ است که این مقدار بیانگر خودهمبستگی فضایی مثبت که در سطح اطمینان ۹۹ درصد مورد پذیرش قرار گرفته است. در مقابل با افزایش فاصله مقدار ضریب موران کمتر شده و سطح اطمینان نیز معنی‌دار نبوده است. در واقع، میان کاهش فاصله سکونتگاه‌های روستایی و اثرات و

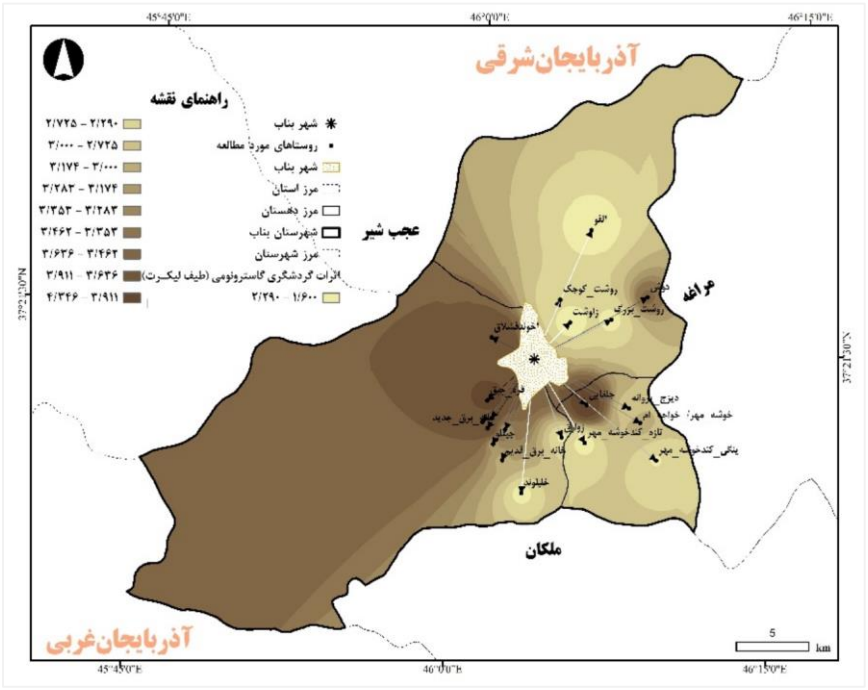
[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

پیامدهای اقتصادی گردشگری گاسترونومی؛ یک خودهمبستگی فضایی مثبت است. این موضوع بیانگر توزیع منافع و اثرات گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی در فواصل نزدیک به یکدیگر است.

**جدول ۹. مقادیر آماری خودهمبستگی فضایی فاصله‌ای توزیع منافع اثرات اقتصادی گردشگری گاسترونومی**

| سطح اطمینان | نمره استاندارد | واریانس | شاخص موران | فاصله (متر) |
|---|---|---|---|---|
| ۰/۰۱۵۳ | ۲/۴۲۶ | ۰/۰۲۴۶ | ۰/۳۲۸ | ۵۱۷۴ |
| ۰/۰۱۵۳ | ۲/۴۲۶ | ۰/۰۲۴۶ | ۰/۳۲۸ | ۵۲۲۱ |
| ۰/۰۱۵۳ | ۲/۴۲۶ | ۰/۰۲۴۶ | ۰/۳۲۸ | ۵۲۶۷ |
| ۰/۰۱۵۳ | ۲/۴۲۶ | ۰/۰۲۴۶ | ۰/۳۲۸ | ۵۳۱۴ |
| ۰/۰۱۵۳ | ۲/۴۲۶ | ۰/۰۲۴۶ | ۰/۳۲۸ | ۵۳۶۰ |
| ۰/۰۴۹۰ | ۱/۹۶۸ | ۰/۰۲۴۶ | ۰/۲۴۲ | ۵۴۰۷ |
| ۰/۰۴۹۰ | ۱/۹۶۸ | ۰/۰۲۴۶ | ۰/۲۴۲ | ۵۴۵۴ |
| ۰/۰۴۵۲ | ۲/۰۰۲ | ۰/۰۲۱۶ | ۰/۲۴۲ | ۵۵۰۱ |
| ۰/۰۹۶ | ۱/۶۶۶ | ۰/۰۲۰۰ | ۰/۱۸۲ | ۵۵۴۷ |
| ۰/۱۱۷ | ۱/۵۶۶ | ۰/۰۱۹۴ | ۰/۱۶۶ | ۵۵۹۴ |
| ۰/۱۲۷ | ۱/۵۳۱ | ۰/۰۱۷۴ | ۰/۱۴۹ | ۵۶۴۱ |
| ۰/۱۹۲ | ۱/۳۰۵ | ۰/۰۱۷۸ | ۰/۱۱۷ | ۵۶۸۷ |
| ۰/۲۴۴ | ۱/۱۶۵ | ۰/۰۱۷۰ | ۰/۰۹۸ | ۵۷۳۴ |
| ۰/۲۰۵ | ۱/۲۶۸ | ۰/۰۱۶۳ | ۰/۱۰۹ | ۵۷۸۱ |
| ۰/۲۱۴ | ۱/۲۴۴ | ۰/۰۱۶۱ | ۰/۱۰۵ | ۵۸۲۸ |
| ۰/۱۶۹ | ۱/۳۷۴ | ۰/۰۱۶۰ | ۰/۱۲۱ | ۵۸۷۴ |
| ۰/۱۶۹ | ۱/۳۷۴ | ۰/۰۱۶۰ | ۰/۱۲۱ | ۵۹۲۱ |
| ۰/۱۶۹ | ۱/۳۷۴ | ۰/۰۱۶۰ | ۰/۱۲۱ | ۵۹۶۸ |
| ۰/۴۹۲ | ۰/۶۸۷ | ۰/۰۱۳۵ | ۰/۰۲۷ | ۶۰۱۴ |
| ۰/۵۱۲ | ۰/۶۵۵ | ۰/۰۱۲۶ | ۰/۰۲۱ | ۶۰۶۱ |

در شکل (۵) نیز توزیع فضایی اثرات و منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی نشان داده شده است.




**شکل ۵. توزیع فضایی منافع اثرات اقتصادی گردشگری گاسترونومی کباب بناب در نواحی روستایی مورد مطالعه**

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

نقطه ثقل بیشترین اثرات و منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی در مناطق غربی و سکونتگاه‌های روستایی این نواحی است. در این مناطق، روستاهای خانه برق جدید، قره چپق و آخوند قشلاق قرار دارند. این سکونتگاه‌ها در فواصل کمتر نسبت به یکدیگر و در موقعیت مرزی شهرستان قرار دارند. به نظر می‌رسد مسافران و مقصد اصلی گردشگران گاسترونومی که غالباً از استان‌های آذربایجان غربی و شهرستان ارومیه بوده بیشتر از این نواحی بوده و گردشگران پس از شهر بناب بیشترین اقامت و حضور خود را در این نواحی می‌گذرانند.

## ۳. مدل‌سازی الگوی توزیع منافع گردشگری گاسترونومی

اما در جهت اینکه چگونه عوامل و شرایط جغرافیایی موجب ثقل منافع گردشگری گاسترونومی به سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه گردیده، از رگرسیون وزن‌دار جغرافیایی استفاده شد. در این مدل شاخص‌ها و متغیرهای فضایی پس از مطالعه و مشاهده میدانی انتخاب و پس از بی‌مقیاس‌سازی به عنوان متغیرهای مستقل و متغیر منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی به عنوان متغیر وابسته تعیین گردید.

**جدول ۱۰. شاخص‌ها و متغیرهای فضایی[1]**

| عامل | شاخص‌ها و متغیر فضایی | تعریف شاخص |
|---|---|---|
| طبیعی | تعداد جاذبه‌ها و مراکز گردشگری | مراکز گردشگری و جاذبه‌های طبیعی روستا، موجب جذب گردشگران گاسترونومی از شهر بناب می‌شود. |
| | موقعیت طبیعی روستا | قرارگیری روستا در یک موقعیت طبیعی نزدیکی دریا، رودخانه، کوهستانی و یا جنگلی؛ موجب حضور گردشگران گاسترونومی از شهر بناب می‌شود. |
| انسانی | تعداد جمعیت روستایی | جمعیت بیشتر در روستا؛ عامل اصلی جذب اعتبارات دولتی و خدمات اجتماعی و زیرساختی می‌گردد. |
| | تعداد شاغلین اقتصادی | شاغلین بیشتر در گروه‌های مختلف اقتصادی؛ موجب جذب سرمایه و توسعه فعالیت‌های اقتصادی گردشگری گاسترونومی در روستا می‌شود. |
| فیزیکی- زیرساختی | فاصله از مرکز شهرستان | گردشگران گاسترونومی به سکونتگاه‌های روستایی نزدیک در شهر بناب، دسترسی مناسبی دارند. |
| | تعداد خدمات موجود در روستا | خدمات بیشتر، امکان حضور گردشگران گاسترونومی از شهر بناب در روستا می‌شود. |

نتایج این بخش در جدول (۱۱)، ارائه شده است.

**جدول ۱۱. نتایج رگرسیون وزن‌دار جغرافیایی**

| مدل | متغیر | شاخص | آماره | مقدار |
|---|---|---|---|---|
| اول | وابسته | منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی کباب بناب | مربعات باقی مانده | ۴/۹۲۷ |
| | مستقل | عامل طبیعی: تعداد جاذبه‌ها و مراکز گردشگری - موقعیت طبیعی روستا | ضریب تعیین R2 | ۰/۶۵۸ |
| | | | ضریب تعیین تعدیل شده | ۰/۵۴۶ |
| دوم | وابسته | منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی کباب بناب | مربعات باقی مانده | ۳/۷۰۱ |
| | مستقل | عامل انسانی: تعداد جمعیت روستایی - تعداد شاغلین اقتصادی | ضریب تعیین R2 | ۰/۷۴۳ |
| | | | ضریب تعیین تعدیل شده | ۰/۶۳۸ |
| سوم | وابسته | منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی کباب بناب | مربعات باقی مانده | ۶/۵۵۱ |
| | مستقل | عامل فیزیکی: فاصله از مرکز شهرستان - تعداد خدمات موجود در روستا | ضریب تعیین R2 | ۰/۵۵۱ |
| | | | ضریب تعیین تعدیل شده | ۰/۳۵۲ |
| چهارم | وابسته | منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی کباب بناب | مربعات باقی مانده | ۴/۳۹۸ |
| | مستقل | عامل طبیعی- عامل انسانی – عامل فیزیکی | ضریب تعیین R2 | ۰/۶۹۵ |
| | | | ضریب تعیین تعدیل شده | ۰/۵۵۴ |

[1] - هر کدام از شاخص‌ها و متغیرهای فضایی مورد نظر پس از مشاهده میدانی و مصاحبه با تعدادی از گردشگران و افراد محلی به دست آمد.

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

براساس نتایج، بیشترین تغییرات در منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی توسط عامل دوم انسانی توضیح داده می‌شود. این مقدار نشان می‌دهد که متغیر انسانی، تأثیر قابل‌توجهی بر جذب منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی در ناحیه روستایی داشته است. زیرا که جمعیت بیشتر در یک ناحیه موجب رونق یافتن کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری می‌شود و می‌تواند منافع بیشتری را جذب نماید.

## بحث

گردشگری و فعالیت‌های آن امروزه به دلیل منافع اقتصادی که برای مناطق دارد، بخش جدایی ناپذیر از اقتصاد کشورها بوده است. در این زمینه، یکی از بخش‌های قابل توجه در گردشگری، گردشگری غذا است. گردشگری غذا که آمیخته با فرهنگ و سنت جامعه محلی بوده نقش محوری در تقویت هویت مناطق روستایی و حفظ و پایداری میراث فرهنگی این مناطق ایفا می‌نماید. این نوع از گردشگری که به عنوان یک گردشگری فرهنگی نیز شناخته می‌شود؛ یک گزینه مهم برای توسعه اقتصادی در مناطق روستایی از طریق تنوع بخشی به منابع درآمدی روستاییان است. در این زمینه تأثیرگذاری فعالیت‌های گردشگری به عنوان یک عامل اقتصادی بر پایه تغییرات و تحولات همواره مورد تأکید محققان بوده (اوهلان[1]، ۲۰۱۷؛ کریستیان[2] و همکاران، ۲۰۱۵؛ کامر[3] و همکاران، ۲۰۱۵)؛ اما از ویژگی‌های قابل اهمیت فعالیت‌های گردشگری خصوصاً در فضاهای جغرافیایی، اثرات آن است که شدت و ویژگی آن برحسب موقعیت‌های فضایی متفاوت است. پژوهش به بررسی اثرات اقتصادی گردشگری گاسترونومی و توزیع منافع آن در سکونتگاه‌های روستایی شهرستان بناب پرداخت. فعالیت‌های گردشگری اثرات مختلفی در فضاهای جغرافیایی دارد که این نتایج در ناحیه روستایی موجب توسعه اشتغال (گاوریلا پوران[4]، ۲۰۱۵؛ راستای و همکاران، ۱۴۰۰؛ مطیعی‌لنگرودی و کاتب ازگمی، ۱۳۹۶؛ حسام، ۱۳۹۵)، بازاریابی و فروش محصولات محلی روستائیان (راستای و همکاران، ۱۴۰۰) و همچنین افزایش درآمد ساکنین محلی (راستای و همکاران، ۱۴۰۰) گردیده است. اما موضوع قابل توجه، توزیع منافع اقتصادی این جاذبه گردشگری است. جوان (۱۳۹۸)، بیان می‌کند که سکونتگاه‌های روستایی در موقعیت‌های جغرافیایی متفاوتی قرار دارند و توزیع نامتعادل اثرات و پیامدهای گردشگری موجب عدم تعادل فضایی می‌گردد. نتایج پژوهش در این زمینه مشخص کرد که الگوی برخورداری از منافع اقتصادی گردشگری گاسترونومی در ناحیه روستایی به صورت خوشه‌ای است. در این الگو، سکونتگاه‌های روستایی شرایط یکسانی در فضا برای جذب منافع اقتصادی ندارند و مجاورت مکانی و عامل انسانی نقش مهمی در برخورداری از این منافع داشته‌اند. سکونتگاه‌های برخودار که در نیمه غربی و در مسیر ارتباطی گردشگران از استان‌های آذربایجان غربی به شهر بناب قرار دارند، منافع بیشتری به دست آورده‌اند. در این سکونتگاه‌ها، نیروی اشتغال کافی و لازم برای ایجاد مشاغل مرتبط با «کباب بناب» در شهر (شهر بناب) و یا در روستای مورد نظر (به دلیل موقعیت روستا برای حضور گردشگران و جمعیت بیشتر روستا) وجود دارد. همین موضوع موجب انتقال بخش بیشتری از سود و منافع اقتصادی از مرکز و کانون اصلی انتشار (شهر بناب) به این مناطق شده است. نتایج این بخش با نتایج پژوهش جوان (۱۳۹۸)، همسو بوده است.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی در بسیاری از کشورها و مناطق جهان محسوب می‌شود که تأثیر مستقیمی بر توسعه پایدار، اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی دارد. در این میان، گردشگری گاسترونومی که بر پایه تجربه‌های غذایی و آشپزی محلی شکل گرفته است، به یکی از پویاترین شاخه‌های صنعت گردشگری تبدیل شده است. این نوع گردشگری نه‌تنها باعث جذب گردشگران داخلی و خارجی می‌شود، بلکه می‌تواند تأثیرات قابل‌توجهی بر اقتصاد محلی، اشتغال‌زایی و حفظ فرهنگ بومی داشته

[1] - Ohlan
[2] - Cristian
[3] - Kumar
[4] - Gavrilă-Paven

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

باشد. در این میان، نواحی روستایی که اغلب دارای جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و سنت‌های منحصربه‌فرد هستند، ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری دارند. در این مناطق، این صنعت به‌عنوان ابزاری برای بهبود معیشت محلی، ایجاد اشتغال و افزایش درآمدهای جامعه معرفی می‌شود. با این حال، رشد گردشگری در این مناطق نه‌تنها به وجود جاذبه‌های گردشگری بستگی دارد، بلکه به عواملی همچون جمعیت، فعالیت‌های اقتصادی و مشارکت جوامع محلی نیز وابسته است. گردشگری گاسترونومی «کباب بناب» به مانند سایر جاذبه‌های گردشگری که در طول سال به عنوان جاذبه جمعیت گردشگری قرار دارند؛ به عنوان یک جشنواره غذایی در شهر بناب بوده و سالیانه، ۳ روز پذیرای جمعیت گردشگران است. با این حال آنچه بسیار مهم است، شناخت توزیع منافع این نوع از گردشگری است. این بررسی ضروری است، زیرا نابرابری در بهره‌مندی از این منافع می‌تواند منجر به تشدید شکاف اقتصادی و حتی کاهش پایداری این نوع از صنعت گردشگری شود. در مقابل، توزیع عادلانه و مناسب این منافع می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی، تقویت مشارکت جوامع در فعالیت‌های گردشگری و توسعه پایدار منطقه‌ای شود.

پژوهش به بررسی پیامدهای اقتصادی گردشگری گاسترونومی در سکونتگاه‌های روستایی شهرستان بناب و توزیع منافع آن پرداخت. نتایج و پیامدهای اقتصادی این نوع از گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی بیانگر چگونگی تأثیرگذاری آن است. با این حال آنچه که نتایج نشان می‌دهد سکونتگاه‌های روستایی از سطوح یکسانی از منافع برخوردار نیستند و با فاصله سکونتگاه‌ها نسبت به یکدیگر و جمعیت آن‌ها، بهره‌مندی کمتری از منافع این نوع از گردشگری دارند. در جهت تحقق و رفع چنین موانعی، پیشنهاداتی ارائه می‌شود:

نخستین موضوع، توسعه خوشه‌های کسب‌وکار گردشگری گاسترونومی در نواحی روستایی است: در این خصوص می‌توان با تقویت همکاری میان کسب‌وکارهای محلی برای ایجاد زنجیره تأمین مشترک، مثل تأمین مواد اولیه از روستاهای کم‌برخوردار برای رستوران‌ها و اغذیه‌های کباب بناب در شهر و روستاهای بزرگتر که جاذب جمعیت بیشتری هستند، منافع را برای نواحی روستایی کم‌برخوردار نیز تسری داد. از سوی دیگر به دلیل اینکه برخی از سکونتگاه‌ها به خصوص در مناطق غربی شهرستان بناب که به دلیل قرارگیری در مسیرهای ارتباطی گردشگران، منافع بیشتری از گردشگری داشتند نیز می‌توان با طراحی مسیرهای گردشگری غذا که از چندین روستا عبور کند و گردشگران را به نقاط کم‌بازدیدتر هدایت کند، پرداخت.

موضوع دوم، بهبود زیرساخت‌ها و دسترسی‌های عمومی است. سکونتگاه‌های روستایی در کشورمان و چه بسا در ناحیه روستایی؛ غالباً از زیرساخت‌های ارتباط مناسبی برخوردار نیستند. ارتقای حمل‌ونقل عمومی و مسیرهای ارتباطی مناسب میان سکونتگاه‌ها و مراکز بزرگ گردشگری (شهر بناب) می‌تواند یکی از عوامل اصلی در حضور گردشگران در این نواحی باشد. در این زمینه همچنین می‌توان با سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی در مراکز گردشگری (شهر بناب)، به معرفی ظرفیت‌های گردشگری روستاهای ناحیه پرداخت و امکان حضور بیشتری از گردشگران را برای اقامت و تردد در این نواحی انجام داد.

موضوع سوم، توزیع هوشمند رویدادهای گردشگری غذا در ناحیه روستایی است. با توجه به اینکه جشنواره غذا در شهر بناب برگزار می‌شود؛ می‌توان از یکسو به برگزاری سایر جشنواره‌های غذا (مرتبط با کباب بناب) در روستاهای کمتر شناخته‌شده پرداخت. همچنین طراحی رویدادهای گردشگری متنوع که گردشگران را به تجربه‌های مختلف (مثل کارگاه‌های پخت غذاهای محلی) در روستاهای مختلف تشویق کند نیز می‌تواند مناسب باشد.

موضوع چهارم، توانمندسازی جوامع محلی است. شرایط و عوامل‌های زمینه‌ای، مسلماً نقش با اهمیتی در جذب منافع گردشگری در نواحی روستایی دارند. در این زمینه آموزش ساکنین نسبت به توسعه کسب‌وکارهای کوچک و خانوادگی برای جذب گردشگران می‌توان مهم باشد. در سوی دیگر می‌توان از نوآوری‌ها در پخت و ارائه محصولات غذایی متنوع از سوی ساکنین نیز حمایت نمود و با ایجاد پلتفرم‌های آنلاین برای معرفی و فروش محصولات غذایی محلی به رونق یافتن جشنواره کمک نمود.

همچنین در موضوع پنجم و پایانی به سیاست‌گذاری و انجام حمایت‌های دولتی اقدام نمود. در این زمینه ارائه مشوق‌های اقتصادی (مثل وام‌های کم‌بهره) برای سرمایه‌گذاری در مناطق کم‌برخوردار و اجرای سیاست‌های حمایتی برای توزیع عادلانه درآمد گردشگری بین روستاهای مختلف پرداخت.

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

## ملاحظات اخلاقی

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آن‌هاست.

## مشارکت نویسندگان

میزان مشارکت نویسندگان در مقاله به طور یکسان بوده است.

## تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.


## حامی مالی

مقاله حاضر حمایت مالی نداشته است.

## سپاسگزاری

از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.


## منابع


ابراهیم‌زاده، عیسی و بذرافشان، جواد (۱۳۸۶). مدل پخش فضایی هاگراستراند و پخشایش فضایی زعفران در خراسان. *مجله جغرافیا و توسعه*، ۵(۹)، ۷۶- ۵۷. https://doi.org/10.22111/gdij.2007.3675

اسمیت، ملانی؛ مک لئود، نیکولا و هارت روبرتسون، مارگارت (۱۳۹۱). *مفاهیم کلیدی در مطالعات گردشگری*. ترجمه جعفر باپیری، انتشارات: مهکامه، تهران، چاپ اول.

ایزدی، حسن (۱۳۹۴). گردشگری غذا، فرصتی برای توسعه‌پایدار روستایی در ایران. *مجله پژوهش‌های روستایی*، ۶(۱)، ۹۴-۶۵. https://doi.org/10.22059/jrur.2015.54232

آقاکشی زاده، نسرین (۱۳۹۶). *نقش گردشگری مذهبی اربعین بر توسعه زیرساخت‌های استان ایلام*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی، موسسه آموزش عالی باختر ایلام.

تبریزی، نازنین (۱۳۹۵). ارزیابی عملکرد گردشگری آشپزی در روستای سرولات از دیدگاه ذینفعان (جامعه محلی، کارشناسان و گردشگران). *فصلنامه جغرافیا*، ۱۴(۴۹)، ۲۹۴- ۲۷۷. https://ecc.isc.ac/showJournal/1177/98686/1268251

جغری مهرآبادی، مریم؛ اکبری، مجید؛ عطایی، فرزانه و رازقی چمازکتی، فرزانه (۱۳۹۶)، مدل‌یابی ساختاری- تفسیری عوامل موثر بر توسعه گردشگری غذا (مطالعه موردی: شهر رشت). *مجله مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی (چشم‌انداز جغرافیایی)*، ۱۲(۳)، ۶۹۸-۶۸۱ http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_535978.html

جغری مهرآبادی، مریم؛ اکبری، مجید؛ عطایی، فرزانه و رازقی، فرزانه (۱۳۹۶). مدل‌یابی ساختاری- تفسیری عوامل موثر بر توسعه گردشگری غذا (مطالعه موردی: شهر رشت). *مجله مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی (چشم‌انداز جغرافیایی)*، ۱۲(۳)، ۶۹۸- ۶۸۱. http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_535978.html

جوان، فرهاد (۱۳۹۸). *تبیین نظام توزیع منافع گردشگری مبتنی بر نگرش اقتصاد فضا مورد: ناحیه روستایی رضوانشهر*. رساله دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی گرایش نظام سیاست‌گذاری در برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی دانشگاه خوارزمی تهران.

حری، ایمان (۱۳۹۶). *نقش گردشگری در توسعه نواحی روستایی شهرستان ساری با تأکید بر گردشگری غذا*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم گردشگری.

حسام، مهدی (۱۳۹۵). سنجش نگرش جامعه میزبان به تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و محیطزیستی توسعه گردشگری مطالعه موردی: روستاهای بخش لاریجان شهرستان آمل. *مجله آمایش جغرافیایی فضا*، ۶(۲۱)، ۶۰- ۴۵. https://gps.gu.ac.ir/article_41671.html

حیدری، محمدتقی؛ احدنژادروشتی، محسن و محرمی، سعید (۱۳۹۸). تحلیلی بر بازآفرینی اقتصادی شهر با رویکرد گردشگری گاسترونومی (مطالعه موردی: رویداد جشنواره آش شهر زنجان). *مجله اقتصاد شهری*، ۴(۲)، ۵۴- ۳۷. https://doi.org/10.22108/ue.2020.123690.1147


[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

راستای، عبدالقادر؛ هادیانی، زهره و طیب‌نیا، سید هادی (۱۴۰۰). تحلیل اثرات گردشگری بر جامعه میزبان نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستای تمین در شهرستان میرجاوه). *مجله روستا و توسعه پایدار فضا*، ۲(۴)، ۷۸- ۵۷. https://doi.org/10.22077/vssd.2022.4770.1042

سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی شهرستان بناب، (۱۴۰۱).

سرور، رحیم؛ اکبری، مجید و درویش، بهروز (۱۳۹۶)، طراحی مدل توسعه گردشگری غذا در ایران با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری. *مجله جغرافیا (فصلنامه علمی پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران)*، ۱۵(۵۳)، ۸۰- ۷۸. https://mag.iga.ir/article_254314.html

سعیده زرآبادی، زهرا سادات و عبدالله، بهار (۱۳۹۳). ارزیابی عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری منطقه آزاد چابهار با بهره‌گیری از روش فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP). *مجله علمی پژوهشی انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران*، ۴(۶)، ۴۸- ۳۷. https://www.isau.ir/article_61973_378d26b43559499a3fa7c845c37ba5fc

صادقی، حسین و آقا زاده، محمد (۱۴۰۱). بررسی ظرفیت‌های گردشگری غذا (مطالعه موردی: بررسی غذاهای بومی محلی استان قم). *مجله علوم زیست‌محیطی و دانش جغرافیا*، ۳(۲)، ۱۵-۱. http://jiu.ir/Article/37240/FullText

عطایی، پوریا؛ ایزدی، نسیم و یعقوبی فرانی، احمد (۱۳۹۵). سازه‌های تعیین‌کننده جذب گردشگران در مناطق روستایی از دیدگاه جامعه میزبان روستای اسفیدان شهرستان بجنورد. *مجله راهبردهای توسعه روستایی*، ۳(۱)، ۱۲۵- ۱۱۳. https://doi.org/10.22048/rdsj.2016.13612

مطیعی‌لنگرودی، سید حسن و کاتب ازگمی، زهرا (۱۳۹۶). پیامدهای اقتصادی توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی در شهرستان بندر انزلی مطالعه موردی: دهستان لیچارکی حسن‌رود، *مجله اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۶(۳)، ۱۶- ۱. http://serd.khu.ac.ir/article-1-2895-fa.html

نیک‌رفتار، طیبه؛ کریمی زاده، الهه و حسینی، الهه (۱۳۹۷)، شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری غذاهای محلی در استان گیلان. *مجله علمی پژوهشی گردشگری و توسعه*، ۷(۴)، ۱۳۳- ۱۲۵. https://doi.org/10.22034/jtd.2019.120397.1351

هریسون، دیوید (۱۳۷۷). *جامعه‌شناسی نوسازی و توسعه*، ترجمه علیرضا کلدی، تهران: انتشارات دانشگاه علوم بهزیستی و توان‌بخشی.

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

## References


Aghakshizadeh, N. (2018). *The role of Arbaeen religious tourism on the development of infrastructure in Ilam province*. master's thesis in the field of tourism management, Bakhtar Ilam Institute of Higher Education. [In Persian]

Armesto López, X. A., & Martin, B. G. (2006). Tourism and quality agro-food products: an opportunity for the Spanish countryside. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 97(2), 166–177. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-9663.2006.00510.x

Ataei, P., Yazidi, N., & Yagoubi Farani, A. (2017). Determining structures of attracting tourists in rural areas from the perspective of the host community of Esfidan village, Bojnord city. *Journal of Rural Development Strategies*, 3(1), 113-125. [In Persian] https://doi.org/10.22048/rdsj.2016.13612

Bertella, G. (2011). Knowledge in food tourism: the case of Lofoten and Maremma Toscana. *Current Issues in Tourism*, 14(4), 355–371. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2010.489638

Bessiere, J., & Tibere, L. (2013). Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 93(14), 3420–3425. https://scijournals.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jsfa.6284

Bianchi, C. (2018). *Exploring the attractiveness of Chile as a vacation destination for international tourists*. Tourism Analysis, 23(3), 351–364. https://doi.org/10.3727/108354218X15305418666977

Cárdenas-García, P. J., Sánchez-Rivero, M., & Pulido-Fernández, J. I. (2015). Does tourism growth influence economic development? *Journal of Travel Research*, 54(2), 206–221. https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0047287513514297

Cox, K. R., & Man, L. (1972). *Behavior: An Introduction to Human Geography*. New York et al.

Cristian-Constantin, D., Radu-Daniel, P., Daniel, P., Georgiana, C. L., & Igor, S. (2015). The role of SPA tourism in the development of local economies from Romania. *Procedia Economics and Finance*, 23, 1573–1577. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00400-1

De La Torre, G. M. V., Fernández, E. M., & Naranjo, L. M. P. (2014). Gastronomic tourism, protected designations of origin and rural development in Andalusia: present situation. *Boletin de La Asociacion de Geografos Espanoles*, 65, 437–439. https://www.bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/download/1764/1680

Dougherty, M. L., Brown, L. E., & Green, G. P. (2013). The social architecture of local food tourism: Challenges and opportunities for community economic development. *Journal of Rural Social Sciences*, 28(2), 1. https://egrove.olemiss.edu/jrss/vol28/iss2/1/

Ebrahimzadeh, I., & Bazrafshan, J. (2008). Hagrastrand spatial distribution model and saffron spatial distribution in Khorasan. *Journal of Geography and Development*, 5(9): 57-76. [In Persian] https://doi.org/10.22111/gdij.2007.3675

Eizidi, H. (2016). Food tourism, an opportunity for sustainable rural development in Iran. *Rural Research*, 6(1): 65-94. [In Persian] https://doi.org/10.22059/jrur.2015.54232

Enzenbacher, D. J. (2020). Exploring the food tourism landscape and sustainable economic development goals in Dhofar Governorate, Oman: Maximising stakeholder benefits in the destination. *British Food Journal*, 122(6), 1897-1918. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-09-2018-0613/full/html

Faber, B., & Gaubert, C. (2019). Tourism and economic development: Evidence from Mexico's coastline. *American Economic Review*, 109(6), 2245–2293. https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.20161434

Faruque, F. S., Lofton, S. P., Doddato, T. M., & Mangum, C. (2003). Utilizing geographic information systems in community assessment and nursing research. *Journal of Community Health Nursing*, 20(3), 179–191. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327655JCHN200304

Gavrilă-Paven, I. (2015). Tourism opportunities for valorizing the authentic traditional rural space–study case: Ampoi and Mures Valleys Microregion, Alba County, Romania. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 111–115. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.345

Gibson, C. (2009). Geographies of tourism: Critical research on capitalism and local livelihoods. *Progress in Human Geography*, 33(4), 527–534. https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0309132508099797


[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2007). *Tourism principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.

Hagerstrand, T. (1968). *Innovation diffusion as a spatial process*. Innovation Diffusion as a Spatial Process. https://www.cabidigitallibrary.org/doi/full/10.5555/19691800901

Hall, C. M., & Mitchell, R. (2005). Gastronomic Tourism-Comparing Food and Wine. Niche Tourism. Contemporary Issues, Trends and Cases, Elsevier: *Barking*. Http://Www. Tourismtaat. Siam. Edu/Images/Magazine/M8b1/Bb8. Pdf.(Accessed 1 September 2018).

Hari, I. (2018). *The role of tourism in the development of rural areas of Sari city with an emphasis on food tourism*. Master's thesis in tourism management, Faculty of Tourism Sciences. [In Persian]

Harrison, D. (1999). *Sociology of modernization and development*, translated by Alireza Kaldi. Tehran: Publications of University of Welfare and Rehabilitation Sciences. [In Persian]

Hessam, M. (2017). Assessing the attitude of the host community to the economic, social and environmental effects of tourism development, a case study: the villages of Larijan district of Amel city. *Journal of Space Geographical Analysis*, 6(21): 45-60. [In Persian] https://gps.gu.ac.ir/article_41671.html

Heydari, M. T., Ahdanjad Roshti, M., & Moharrami, S. (2020). An analysis on the economic regeneration of the city with the approach of gastronomy tourism (Case study: Ash festival event in Zanjan city). *Urban Economy Quarterly*, 4(2), 37- 54. [In Persian] https://doi.org/10.22108/ue.2020.123690.1147.

Jafari Mehrabadi, M., Akbari, M., Ataei, F., & Razeghi Chamazketi, F. (2017), Structural-interpretive modeling of factors affecting the development of food tourism (case study: Rasht city). *Journal of Human Settlement Planning Studies (Geographical Perspective)*, 12(3), 681-698. [In Persian] http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_535978.html

Jafari Mehrabadi, M., Akbari, M., Atai, F., & Razeghi, Farzaneh. (2018). Structural-interpretive modeling of factors affecting the development of food tourism (case study: Rasht city). *Human settlement planning studies (geographic perspective)*, 12(3): 698-681. [In Persian] http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_535978.html

Javan, F. (2020). *Explanation of the distribution system of tourism benefits based on the perspective of spatial economy, case: Rezvanshahr rural area*. PhD dissertation in geography and rural planning, policy system orientation in rural planning, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran. [In Persian]

Koens, K., & Thomas, R. (2015). Is small beautiful? Understanding the contribution of small businesses in township tourism to economic development. Development Southern Africa, 32(3), 320–332. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0376835X.2015.1010715

Kumar, R. R., Loganathan, N., Patel, A., & Kumar, R. D. (2015). Nexus between tourism earnings and economic growth: A study of Malaysia. *Quality & Quantity*, 49(3), 1101–1120. https://doi.org/10.1007/s11135-014-0037-4

LEO PARISTA, K. (2017). *Accommodation sharing economy of rural tourism areas in Karangasem*, Bali, Indonesia. https://hdl.handle.net/10589/143945

Lohmann, G., & Netto, A. P. (2016). Tourism theory: Concepts, models and systems. Cabi.

Londoño, M. D. P. L. (2011). *Gastronomy tourism: An opportunity for local development in Catalonia? A stakeholder analysis*. https://www.econstor.eu/handle/10419/120176

Long, L. M. (1998). *Culinary tourism: A folkloristic perspective on eating and otherness*. Southern Folklore, 55(3), 181.

Malik, S., Chaudhry, I. S., Sheikh, M. R., & Farooqi, F. S. (2010). Tourism, economic growth and current account deficit in Pakistan: Evidence from co-integration and causal analysis. European. *Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 22(22), 21–31. http://www.eurojournals.com.

Manzoor, F., Wei, L., Asif, M., Haq, M. Z. ul, & Rehman, H. U. (2019). The contribution of sustainable tourism to economic growth and employment in Pakistan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(19), 3785. https://doi.org/10.3390/ijerph16193785

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

Matlovičová, K., & Pompura, M. (2013). The culinary tourism in Slovakia case study of the traditional local sheep's milk products in the regions of Orava and Liptov. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 2(12), 129-144.

Mgonja, J. T. (2015). Evaluating local food-tourism linkages as a strategy for promoting sustainable tourism and economic development: A case of Tanzania (Doctoral dissertation, Clemson University). https://www.proquest.com/openview/6938b3bcbb4314d236c2f2c885db45c5

Motiei-Lengroudi, S. H., & Kateb Azgami, Z. (2018). Economic consequences of the development of rural tourism activities in Bandar Anzali city, a case study: Licharki Hasanroud village. *Journal of Space Economics and Rural Development*, 6(3): 1-16. [In Persian] http://serd.khu.ac.ir/article-1-2895-fa.html

Murray, I., & Haraldsdottir, L. (2004). Developing a rural culinary tourism product: Considerations and resources for success. Administrative Sciences Association of Canada, Quebec City, Quebec. https://www.researchgate.net.

Nikraftar, T., Karimizadeh, E., & Hosseini, E. (2018), Identifying factors affecting local food tourism in Guilan Province. *Journal of Tourism and Development*, 7(4), 125-133. [In Persian] https://doi.org/10.22034/jtd.2019.120397.1351

OCH. (2023). *Organization of cultural heritage, tourism and crafts of Bonab city*, 202. [In Persian]

Ohlan, R. (2017). The relationship between tourism, financial development and economic growth in India. *Future Business Journal*, 3(1), 9–22. https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.01.003

Peštek, A., & Činjarević, M. (2014). Tourist perceived image of local cuisine: the case of Bosnian food culture. *British Food Journal*, 116(11), 1821–1838. https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2014-0046

Rastai, A. Q., Hadiani, Z., & Tayabnia, S. H. (2022). Analysis of the effects of tourism on the host community in rural areas (case study: Tamin village in Mirjaveh). *Journal of Rural and Sustainable Space Development*, 2(4), 57-78. [In Persian] https://doi.org/10.22077/vssd.2022.4770.1042

Ricketts, T. C. (2003). Geographic information systems and public health. *Annual Review of Public Health*, 24(1), 1–6. https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.24.100901.140924

Sadeghi, H., & Aghazadeh, M. (2023), review of food tourism capacities (case study: review of local indigenous foods of Qom province). *Quarterly Journal of Environmental Sciences and Geography*, 2(3), 1-15. [In Persian] http://jiu.ir/Article/37240/FullText

Sarvar, R., Akbari, M., & Darvish, B. (2017). Designing a Food Tourism Development Model in Iran with an Interpretive Structural Modeling Approach. *Journal of Geography (Quarterly Scientific Research and International Journal of the Iranian Geographical Society)*, 15(53), 78-80. [In Persian] https://mag.iga.ir/article_254314.html

Schlüter, R. (2011). Anthropological roots of rural development: A culinary tourism case study in Argentina. *Tourismos*, 6(3), 77–91. https://doi.org/10.26215/tourismos.v6i3.249

Smith, M., McLeod, N., & Hart Robertson, M. (2013). *Key Concepts in Tourism Studies*, translated by Jafar Bapiri. Publishers: Mehkameh, Tehran, first edition. [In Persian]

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. https://doi.org/10.1016/j.eap.2020.04.009

Steinmetz, R. (2010). Food, tourism and destination differentiation: The case of Rotorua, New Zealand. http://aut. researchgateway. ac. nz/bitstream/handle/10292/1090/SteinmetzR. pdf

Tabrizi, N. (2017). Evaluation of the performance of culinary tourism in Serulat village from the perspective of stakeholders (local community, experts and tourists). *Geography Quarterly*, 14(49), 277-294. [In Persian] https://ecc.isc.ac/showJournal/1177/98686/1268251

Tanser, F. C., & Le Sueur, D. (2002). The application of geographical information systems to important public health problems in Africa. *International Journal of Health Geographics*, 1, 1–9. https://doi.org/10.1186/1476-072X-1-4

Yang, Y., & Fik, T. (2014). Spatial effects in regional tourism growth. *Annals of Tourism Research*, 46, 144–162. https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.03.007

Yurtseven, R., & Kaya, O. (2011). Local food in local menus: The case of Gokceada. *Tourismos*, 6(2), 263–275. https://doi.org/10.26215/tourismos.v6i2.230

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]
[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]
[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]

Zarabadi, Z. S. S., & Abdollah, B. (2015). Evaluation of effective factors in the development of tourism industry in Chabahar Free Zone using the method of network analysis process (ANP). *Scientific Research Journal of the Scientific Association of Architecture and Urban Planning of Iran*, 4(6), 37-48. [In Persian] https://www.isau.ir/article_61973_378d26b43559499a3fa7c845c37ba5fc

[ Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-06 ]

[ DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.54.6.0 ]

[ DOI: 10.66224/serd.14.54.2 ]