

Analyzing the Rural Tourism Value Chain and Its Impact on the Economic Development of Rural Areas in Western Mazandaran, Iran

Farhad Javan^{1*} and Mostafa Mohammadi²

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

2. Associate Professor of Tourism Management, Department of Handicraft, Faculty of Art & Architecture, University of Mazandaran, Babolsar, Iran.

* Corresponding Author, f.javan@umz.ac.ir

Received Date:
22/02/2026

Revise Date:
29/04/2026

Accepted Date:
01/06/2026

Published Date:
20/09/2024

Article Info Abstract

Research Paper
Volume 7, Issue 24, Summer 2026
Pages 1-17

Rural tourism is widely recognized as one of the most effective strategies for promoting economic development, contributing significantly to employment generation, income growth, and value creation in local communities. Despite the rich natural, cultural, and economic resources of the rural areas in western Mazandaran, the absence of a value chain-based management approach has limited the efficient utilization of these capacities. Therefore, this study aimed to analyze the rural tourism value chain and examine its effects on the economic development of rural areas in western Mazandaran, Iran. This research is applied in terms of purpose and adopts a descriptive-survey design with an analytical approach. The statistical population consisted of tourists, tourism stakeholders, and local entrepreneurs, from which a sample of 384 respondents was selected using Cochran's formula. Data were collected through a researcher-developed questionnaire and analyzed using the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure, Bartlett's test of sphericity, exploratory and confirmatory factor analyses, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis. The findings revealed that six key dimensions of the rural tourism value chain—destination marketing and branding, infrastructure and accessibility, accommodation and hospitality services, local products and handicrafts, community participation, and institutional support—collectively explained 74.4% of the total variance. Furthermore, all value chain dimensions had positive and statistically significant effects on the economic development of rural areas. Among these dimensions, local products and handicrafts exerted the strongest influence on regional economic development, with a standardized beta coefficient of 0.35. Based on Porter's Value Chain Model, strengthening the integration between primary and support activities, improving infrastructure, enhancing tourism services, promoting destination marketing, and supporting local production can substantially increase value added, generate sustainable employment, and foster the economic development of rural communities in western Mazandaran, Iran.

Keywords: Value Chain, Economic Development, Rural Tourism, Rural Areas, Western Mazandaran.

Cite this article:

Javan, F., & Mohammadi, M. (2026). Analyzing the Rural Tourism Value Chain and Its Impact on the Economic Development of Rural Areas in Western Mazandaran, Iran. *Journal of Economic Geoghrapy Research*, 7(24), 1-17.

 <https://doi.org/10.30470/jegr.2026.2093551.1414>



2821-2266 © University of Zanjan.

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

Extended Abstract

Introduction

Over the past few decades, rural tourism has emerged as one of the most effective strategies for promoting economic development and diversifying the livelihoods of rural communities. Despite the abundance of valuable natural, cultural, historical, and productive resources across many rural regions of Iran, these areas continue to capture only a limited share of the economic benefits generated by tourism. One of the primary reasons for this shortcoming is the lack of a systemic approach to value creation in tourism, with development efforts often focusing solely on infrastructure expansion or increasing tourist arrivals. In this context, the rural tourism value chain approach, derived from Porter's Value Chain Model, provides a comprehensive framework for analyzing the relationships among the primary and support activities of tourism and understanding how local resources can be transformed into sustainable economic value. Western Mazandaran, endowed with outstanding natural attractions, designated tourism villages, rich handicrafts, indigenous agricultural products, and a distinctive local culture, represents one of Iran's leading rural tourism destinations. However, the absence of effective integration among the components of the tourism value chain has prevented a substantial share of tourism-generated economic benefits from reaching local communities. Accordingly, this study aims to analyze the role of the rural tourism value chain in the economic development of rural areas in western Mazandaran and to examine the contribution of each value chain component to regional economic development. The findings are expected to provide practical insights for enhancing destination competitiveness and promoting sustainable rural economic development.

Methodology

This study is applied in terms of its objective and employs a descriptive-analytical survey design. The statistical population comprised households residing in tourism-oriented villages in western Mazandaran Province, Iran. A sample of 384 respondents was determined

using Cochran's formula and selected through simple random sampling. Data were collected using a researcher-developed questionnaire designed based on the relevant literature and previous studies. The questionnaire measured six dimensions of the rural tourism value chain: destination marketing and branding, infrastructure and accessibility, accommodation and hospitality services, local products, community participation, and institutional support and investment. The content validity of the instrument was confirmed by experts in tourism and rural planning, while its reliability was assessed using Cronbach's alpha, yielding satisfactory results. Data analysis was conducted using both descriptive and inferential statistical techniques in SPSS, including Pearson's correlation analysis, multiple regression analysis, and analysis of variance (ANOVA). In addition, the findings were interpreted within the framework of Porter's Value Chain Model, which classifies tourism activities into primary and support activities to explain the process of economic value creation in rural tourism.

Results and discussion

The findings revealed that all dimensions of the rural tourism value chain have positive and statistically significant relationships with the economic development of rural areas in western Mazandaran. Pearson's correlation analysis indicated that local products exhibited the strongest association with economic development ($r = 0.72$), followed by accommodation and hospitality services ($r = 0.64$), community participation ($r = 0.61$), destination marketing and branding ($r = 0.58$), infrastructure and accessibility ($r = 0.55$), and institutional support and investment ($r = 0.49$). Multiple regression analysis further demonstrated that the value chain dimensions collectively explained 64.2% of the variance in rural economic development ($R^2 = 0.642$), indicating a substantial explanatory power and a well-fitting model. Moreover, the analysis of variance (ANOVA) confirmed the overall statistical significance of the regression model ($P < 0.001$), demonstrating that the combined effects of the rural tourism value chain

dimensions make a significant contribution to the economic development of the study area.

The standardized regression coefficients indicated that local products exerted the strongest influence on rural economic development, with a standardized beta coefficient of $\beta = 0.35$. This finding underscores the pivotal role of handicrafts, agricultural products, traditional foods, and local souvenirs in generating value added, creating employment opportunities, and increasing household income in rural communities. The remaining dimensions ranked in descending order of influence were accommodation and hospitality services ($\beta = 0.28$), community participation ($\beta = 0.22$), destination marketing and branding ($\beta = 0.21$), infrastructure and accessibility ($\beta = 0.19$), and institutional support and investment ($\beta = 0.14$). Interpreted through the lens of Porter's Value Chain Model, the findings suggest that destination marketing and adequate infrastructure constitute the initial stages of the tourism value chain by facilitating tourist arrivals. Subsequently, high-quality accommodation and hospitality services encourage longer stays and greater visitor expenditure, while the provision of local products and handicrafts generates the highest level of economic value added for rural households. Furthermore, community participation and institutional support, as key support activities within the value chain, enhance service quality, stimulate investment, and strengthen the overall competitiveness of rural tourism destinations.

Conclusion

The findings of this study indicate that the economic development of rural areas in western Mazandaran depends less on the mere existence of natural attractions and more on the quality of management and the coherence of the rural tourism value chain. In other words, economic value in rural tourism is created when marketing, infrastructure, tourism services, local products, community participation, and institutional support are integrated through coordinated and efficient linkages. The results suggest that prioritizing the development and commercialization of local products, improving the quality of

accommodation services, enhancing community participation, strengthening destination marketing and branding systems, and upgrading tourism infrastructure can substantially increase the share of local communities in the economic benefits generated by tourism. Although institutional support and investment exhibited the smallest effect size among the studied dimensions, their facilitating role in strengthening the other links of the value chain remains undeniable. Therefore, it is recommended that policymakers and tourism managers adopt an integrated value chain management approach by expanding markets for indigenous products, empowering local communities, supporting rural entrepreneurship, increasing investment in tourism infrastructure, and promoting collaboration among the public sector, private sector, and local communities. Such measures can contribute to sustainable economic development, employment generation, reduction of regional inequalities, and enhancement of the competitiveness of rural tourism in western Mazandaran. Moreover, this approach may serve as an effective model for other rural regions of the country that possess similar tourism potentials.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

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

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی و تبیین اثرات آن بر توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران

فرهاد جوان^{۱*} و مصطفی محمدی^۲

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

۲. دانشیار مدیریت جهانگردی، گروه صنایع دستی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

تاریخ انتشار:

۱۴۰۵/۰۵/۱۸

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۵/۰۳/۱۱

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۵/۰۲/۰۹

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۱۲/۰۴

اطلاعات مقاله چکیده

گردشگری روستایی به عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه اقتصادی، نقش مؤثری در افزایش اشتغال، درآمد و ارزش افزوده جوامع محلی دارد. با وجود ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی و اقتصادی روستاهای غرب مازندران، نبود مدیریت مبتنی بر زنجیره ارزش، بهره‌برداری بهینه از این ظرفیت‌ها را با چالش مواجه کرده است. از این رو، پژوهش حاضر با هدف تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی و تبیین اثرات آن بر توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی با رویکرد تحلیلی است. جامعه آماری شامل گردشگران، فعالان گردشگری و بهره‌برداران محلی بود که بر اساس فرمول کوکران، ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته گردآوری و از طریق آزمون‌های KMO و بارتلت، تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه تحلیل شدند. نتایج نشان داد شش بعد اصلی زنجیره ارزش شامل بازاریابی و برندسازی مقصد، زیرساخت و دسترسی، خدمات اقامتی و پذیرایی، محصولات و صنایع دستی محلی، مشارکت جامعه محلی و حمایت‌های نهادی، در مجموع ۴/۷۴ درصد از واریانس متغیرها را تبیین می‌کنند. همچنین، تمامی ابعاد زنجیره ارزش اثر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصاد نواحی روستایی دارند و در میان آن‌ها، محصولات و صنایع دستی محلی با ضریب استاندارد ۳۵/۰ بیشترین تأثیر را بر توسعه اقتصادی منطقه داشته است. بر اساس مدل زنجیره ارزش پورتر، تقویت هماهنگی میان فعالیت‌های اصلی و پشتیبان، توسعه زیرساخت‌ها، ارتقای خدمات گردشگری، بازاریابی مقصد و حمایت از تولیدات محلی، می‌تواند زمینه‌ساز افزایش ارزش افزوده، اشتغال پایدار و توسعه اقتصاد روستاهای غرب مازندران باشد.

دوره ۷، شماره ۲۴، تابستان ۱۴۰۵
مقاله پژوهشی
صص ۱۷-۱

کلید واژه‌ها: زنجیره ارزش، توسعه اقتصادی، گردشگری روستایی، نواحی روستایی، غرب مازندران.

* نویسنده مسئول: f.javan@umz.ac.ir

ارجاع به این مقاله: جوان، فرهاد؛ و محمدی، مصطفی. (۱۴۰۵). تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی و تبیین اثرات آن بر توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، ۷(۲۴)، ۱-۱۷.

 <https://doi.org/10.30470/jegr.2026.2093551.1414>



بیان مساله

گردشگری روستایی در دهه‌های اخیر به یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه اقتصادی، تنوع‌بخشی به منابع درآمدی و افزایش تاب‌آوری جوامع روستایی تبدیل شده است (Lane & Kastenholz, 2015؛ شیخی و پازوکی، ۱۳۹۶). این نوع گردشگری با ایجاد فرصت‌های اشتغال، افزایش درآمد خانوارهای روستایی، رونق کسب‌وکارهای محلی، توسعه صنایع دستی و حفظ میراث طبیعی و فرهنگی، نقش مؤثری در تحقق توسعه پایدار نواحی روستایی ایفا می‌کند (OECD, 2020؛ خداپناه، ۱۴۰۲). با این حال، تجربه بسیاری از مناطق گردشگری‌پذیر نشان می‌دهد که برخورداری از جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی به تنهایی تضمین‌کننده توسعه اقتصادی نیست و در بسیاری از موارد، به دلیل ضعف در برنامه‌ریزی، نبود هماهنگی میان ذی‌نفعان، ناکارآمدی نظام بازاریابی، کمبود زیرساخت‌ها و عدم تکمیل زنجیره ارزش، بخش قابل توجهی از منافع اقتصادی گردشگری از محدوده مقصد خارج شده و سهم اندکی از آن به جامعه محلی می‌رسد (نیکزاد و همکاران، ۱۴۰۴).

در این میان، رویکرد زنجیره ارزش گردشگری که برگرفته از نظریه زنجیره ارزش مایکل پورتر است، چارچوبی مناسب برای تحلیل فرآیند خلق ارزش در فعالیت‌های گردشگری به شمار می‌رود (Porter, 1985; Yilmaz & Bititci, 2006؛ دلشاد و اسدیان‌اردکانی، ۱۴۰۲). بر اساس این رویکرد، ارزش اقتصادی زمانی ایجاد می‌شود که تمامی حلقه‌های مرتبط با گردشگری، از بازاریابی و معرفی مقصد، دسترسی و زیرساخت‌ها، خدمات اقامتی و پذیرایی، تولید و عرضه محصولات محلی، مشارکت جامعه میزبان تا حمایت‌های نهادی و سرمایه‌گذاری، به صورت هماهنگ و مکمل عمل کنند. هرگونه ضعف در هر یک از این حلقه‌ها می‌تواند موجب کاهش رقابت‌پذیری مقصد، افزایش نشت اقتصادی، کاهش ارزش افزوده و محدود شدن اثرات توسعه‌ای گردشگری شود. از این رو، تحلیل زنجیره ارزش می‌تواند نقاط قوت و ضعف نظام گردشگری را شناسایی کرده و زمینه تدوین سیاست‌های مؤثر برای توسعه اقتصادی مناطق روستایی را فراهم سازد. غرب استان مازندران به دلیل برخورداری از جنگل‌های هیرکانی، سواحل دریای خزر، آب‌وهوای مناسب، روستاهای دارای چشم‌انداز طبیعی، فرهنگ بومی غنی، صنایع دستی، محصولات کشاورزی متنوع و اقامتگاه‌های بوم‌گردی، از مهم‌ترین کانون‌های گردشگری روستایی کشور محسوب می‌شود. با وجود این ظرفیت‌ها، بسیاری از روستاهای این منطقه هنوز نتوانسته‌اند از مزایای اقتصادی گردشگری به صورت پایدار بهره‌مند شوند. وابستگی فعالیت‌های گردشگری به فصول خاص، ضعف در برندسازی مقصد، محدود بودن بازار فروش محصولات محلی، نارسایی برخی زیرساخت‌ها، پراکندگی خدمات گردشگری، مشارکت محدود برخی ذی‌نفعان و نبود مدیریت یکپارچه زنجیره ارزش، از جمله چالش‌هایی است که مانع از تحقق کامل ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری در این منطقه شده است. در نتیجه، بخشی از درآمد حاصل از گردشگری به خارج از اقتصاد محلی منتقل شده و فرصت‌های اشتغال و ارزش‌آفرینی برای ساکنان روستاها به طور کامل محقق نمی‌شود.

مرور پیشینه پژوهش نیز نشان می‌دهد که مطالعات انجام‌شده در ایران عمدتاً بر اثرات اقتصادی، اجتماعی یا زیست‌محیطی گردشگری روستایی، توسعه پایدار، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری یا اولویت‌بندی شاخص‌های توسعه متمرکز بوده‌اند و کمتر پژوهشی با رویکرد زنجیره ارزش به بررسی ارتباط میان حلقه‌های مختلف گردشگری و توسعه اقتصاد نواحی روستایی پرداخته است. همچنین، با وجود اهمیت غرب مازندران به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری کشور، مطالعه‌ای که به صورت جامع اثر زنجیره ارزش گردشگری را بر توسعه اقتصاد روستایی این منطقه تحلیل کند، مشاهده نمی‌شود. این خلأ پژوهشی ضرورت انجام مطالعه حاضر را دوچندان می‌کند.

بر این اساس، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که حلقه‌های مختلف زنجیره ارزش گردشگری روستایی در غرب مازندران چه وضعیتی دارند و هر یک از این حلقه‌ها تا چه اندازه بر توسعه اقتصاد نواحی روستایی اثرگذار هستند؟ همچنین، کدام یک از ابعاد زنجیره ارزش نقش مؤثرتری در ایجاد ارزش افزوده، افزایش اشتغال، تقویت درآمدهای محلی و تحقق توسعه اقتصادی روستاها ایفا می‌کنند؟ پاسخ به این پرسش‌ها می‌تواند ضمن غنای ادبیات علمی حوزه گردشگری روستایی، مبنای مناسبی برای برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و مدیریت یکپارچه گردشگری در راستای توسعه پایدار اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران فراهم آورد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گردشگری روستایی در دهه‌های اخیر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای توسعه پایدار نواحی روستایی مورد توجه پژوهشگران، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران قرار گرفته است. این نوع گردشگری با تکیه بر ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی، تاریخی و اجتماعی روستاها، زمینه ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی، حفظ میراث فرهنگی و بهبود کیفیت زندگی ساکنان را فراهم می‌کند (دهقانی و همکاران، ۱۴۰۴). از این رو، بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، گردشگری روستایی را به‌عنوان یک راهبرد توسعه‌ای برای توانمندسازی جوامع محلی، رشد اقتصادی و حفظ فرهنگ و سنت‌های بومی مورد توجه قرار داده‌اند (شمس‌الدینی، ۱۴۰۴). امروزه گردشگری روستایی به یکی از ارکان مهم اقتصاد روستایی تبدیل شده و به‌عنوان ابزاری راهبردی برای تقویت توسعه مناطق روستایی شناخته می‌شود (Polukhina et al., 2021).

توسعه جامعه از طریق گردشگری در نواحی روستایی، روندی رو به رشد در سطح جهانی است که می‌تواند نقش مؤثری در تحقق اهداف توسعه پایدار سازمان ملل ایفا کند (Altassan, 2023). در این راستا، توسعه گردشگری روستایی علاوه بر ایجاد فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد، زمینه تنوع‌بخشی به اقتصاد روستاها، کاهش وابستگی به فعالیت‌های سنتی و افزایش تاب‌آوری اقتصادی جوامع محلی را فراهم می‌سازد (غلامی و شفیی، ۱۴۰۰؛ جوان و همکاران، ۱۴۰۰؛ امینی‌کاشانی و علی‌الحسابی، ۱۴۰۰).

گردشگری روستایی به‌منزله یکی از اشکال مهم گردشگری، در صورتی که با در نظر گرفتن ویژگی‌ها، نیازها و مسائل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جوامع محلی و هم‌زمان با توجه به خواسته‌ها و انتظارات گردشگران برنامه‌ریزی و مدیریت شود، می‌تواند نقش مؤثری در کاهش فقر، ایجاد اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی نواحی روستایی ایفا کند (نیکبخت و همکاران، ۱۴۰۲). با این حال، تجربه بسیاری از مناطق روستایی نشان می‌دهد که برخورداری از جاذبه‌های گردشگری به‌تنهایی برای تحقق توسعه اقتصادی کافی نیست؛ بلکه موفقیت این بخش به نحوه مدیریت، برنامه‌ریزی، مشارکت ذی‌نفعان و ایجاد ارتباط مؤثر میان تمامی اجزای فعالیت‌های گردشگری وابسته است. بنابراین، دستیابی به منافع اقتصادی پایدار مستلزم اتخاذ رویکردهایی است که بتوانند تمامی عوامل مؤثر در خلق ارزش را به‌صورت یکپارچه مدیریت کنند.

در این میان، مفهوم زنجیره ارزش یکی از مهم‌ترین رویکردهای تحلیلی در اقتصاد و مدیریت به شمار می‌رود که نخستین بار توسط مایکل پورتر در سال ۱۹۸۵ مطرح شد (مومنی و همکاران، ۱۴۰۴). زنجیره ارزش مجموعه‌ای از فعالیت‌های مرتبط است که از تأمین نهاده‌ها تا تولید، بازاریابی، توزیع و ارائه خدمات پس از فروش، به خلق ارزش برای مشتری منجر می‌شود و در تعامل با عرضه‌کنندگان، توزیع‌کنندگان و خریداران، نظام ارزش را شکل می‌دهد (عزیزی و همکاران، ۱۴۰۱؛ Vijayan et al., 2020). در حوزه گردشگری نیز زنجیره ارزش به شبکه‌ای از سازمان‌ها، بنگاه‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی اطلاق می‌شود که هر یک بخشی از خدمات و محصولات گردشگری را ارائه کرده و در مجموع تجربه گردشگر و ارزش نهایی مقصد را شکل می‌دهند (Song, 2012).

از سوی دیگر، پارادایم توسعه درون‌زای روستایی که از دهه ۱۹۹۰ میلادی مطرح شد، بر استفاده از ظرفیت‌ها، منابع و دانش بومی و مشارکت فعال جامعه محلی در فرایند توسعه تأکید دارد (مختاری کرچگانی و همکاران، ۱۴۰۳). بر اساس این رویکرد، بهره‌گیری از سرمایه‌های طبیعی، فرهنگی، انسانی و اجتماعی روستاها می‌تواند زمینه ایجاد اشتغال پایدار، افزایش درآمد خانوارها و تقویت اقتصاد محلی را فراهم سازد. در همین راستا، رویکرد گردشگری مبتنی بر جامعه محلی نیز بر مشارکت فعال ساکنان در تمامی مراحل برنامه‌ریزی، اجرا و بهره‌برداری از گردشگری تأکید دارد؛ زیرا مشارکت جامعه محلی علاوه بر توزیع عادلانه‌تر منافع اقتصادی، موجب تقویت سرمایه اجتماعی، افزایش احساس تعلق و حفظ هویت فرهنگی می‌شود (کاظمی و همکاران، ۱۴۰۳).

همچنین نظریه توسعه پایدار بر ایجاد تعادل میان ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی تأکید دارد. بر این اساس، توسعه گردشگری زمانی موفق خواهد بود که علاوه بر ایجاد درآمد و اشتغال، به حفاظت از منابع طبیعی، صیانت از میراث فرهنگی و ارتقای کیفیت زندگی

تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی ... / جوان و محمدی

جامعه محلی نیز منجر شود (زارع، ۱۴۰۴). از این رو، مدیریت تعامل میان ذی‌نفعان، تقویت سرمایه اجتماعی و کاهش تعارضات محلی از الزامات توسعه موفق گردشگری روستایی به شمار می‌رود (Dai et al., 2021).

بر این اساس، زنجیره ارزش گردشگری می‌تواند بستری مناسب برای تحقق توسعه پایدار روستایی فراهم آورد؛ زیرا با ایجاد پیوند مؤثر میان تولیدکنندگان محلی، ارائه‌دهندگان خدمات، سرمایه‌گذاران، نهادهای مدیریتی و بازار، ضمن افزایش ارزش افزوده، زمینه توزیع عادلانه‌تر منافع اقتصادی و ارتقای توان رقابتی مقصد را فراهم می‌سازد. بنابراین، مبانی نظری پژوهش حاضر بر این دیدگاه استوار است که توسعه اقتصاد نواحی روستایی صرفاً نتیجه وجود جاذبه‌های گردشگری نیست، بلکه حاصل عملکرد هماهنگ تمامی حلقه‌های زنجیره ارزش گردشگری است. هرچه بازاریابی مقصد، زیرساخت‌ها، خدمات گردشگری، محصولات محلی، مشارکت جامعه و حمایت‌های نهادی از انسجام و کارآمدی بیشتری برخوردار باشند، امکان خلق ارزش افزوده، افزایش اشتغال، توسعه سرمایه‌گذاری، تقویت کسب‌وکارهای محلی و در نهایت تحقق توسعه اقتصادی پایدار در نواحی روستایی نیز افزایش خواهد یافت. این مبانی نظری چارچوب مفهومی مناسبی برای تحلیل رابطه میان ابعاد زنجیره ارزش گردشگری و توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب استان مازندران فراهم می‌آورد.

به‌منظور تبیین بهتر مبانی نظری و شناسایی خلأهای پژوهشی، مرور مطالعات انجام‌شده در زمینه گردشگری روستایی، زنجیره ارزش گردشگری و توسعه اقتصادی نواحی روستایی ضروری است. بررسی پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که هر یک از مطالعات، ابعاد مختلف این موضوع را از منظرهای اقتصادی، مدیریتی، اجتماعی و سیاست‌گذاری مورد توجه قرار داده‌اند و نتایج آن‌ها می‌تواند مبنای مناسبی برای تبیین چارچوب نظری پژوهش حاضر باشد.

سوتومو و همکاران^۱ (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان ارزیابی محیط سیاست‌گذاری برای گردشگری روستایی مبتنی بر جامعه: دیدگاه چندذی‌نفعی در زنجیره ارزش گردشگری به بررسی نقش سیاست‌های حمایتی و تعامل ذی‌نفعان در توسعه زنجیره ارزش گردشگری روستایی پرداختند. نتایج نشان داد که هماهنگی میان نهادهای دولتی، جامعه محلی و بخش خصوصی موجب تقویت زنجیره ارزش، افزایش مشارکت جوامع محلی و ارتقای پایداری اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی می‌شود. این پژوهش تأکید می‌کند که سیاست‌گذاری یکپارچه، نقش مهمی در افزایش ارزش افزوده و رقابت‌پذیری گردشگری روستایی دارد. یون و پتره^۲ (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای با عنوان تحلیل تأثیر عوامل بخش گردشگری بر ارزش افزوده ناخالص روستایی در کشورهای اتحادیه اروپا با استفاده از تحلیل مقطعی، اثر مؤلفه‌های گردشگری بر اقتصاد نواحی روستایی را بررسی کردند. یافته‌ها نشان داد که توسعه گردشگری روستایی به‌طور معناداری موجب افزایش ارزش افزوده، اشتغال و رشد اقتصادی مناطق روستایی شده و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری، مهم‌ترین عامل ارتقای عملکرد اقتصادی این مناطق است. لی و همکاران^۳ (۲۰۲۴) در مقاله مروری با عنوان گردشگری روستایی چگونه بر توسعه پایدار روستاهای سنتی اثر گذاشته است؟ با مرور نظام‌مند ۹۲ پژوهش، ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی گردشگری روستایی را تحلیل کردند. نتایج نشان داد که توسعه گردشگری روستایی از طریق ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش درآمد خانوارها، تقویت کسب‌وکارهای محلی و حفظ میراث فرهنگی، نقش مهمی در توسعه پایدار روستاها دارد؛ با این حال، موفقیت این فرایند مستلزم مدیریت یکپارچه زنجیره ارزش، مشارکت ذی‌نفعان و برنامه‌ریزی پایدار است. لیو و همکاران^۴ (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان مزایای گردشگری برای توسعه جوامع روستایی به بررسی ابعاد اثرگذاری گردشگری بر توسعه جوامع محلی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که منافع اقتصادی مهم‌ترین پیامد توسعه گردشگری روستایی است و پس از آن، آثار اجتماعی، فرهنگی و محیط‌زیستی قرار دارند. همچنین، پژوهشگران تأکید کردند که توسعه گردشگری زمانی به نتایج مطلوب منجر می‌شود که مشارکت جامعه محلی و بهره‌برداری از ظرفیت‌های بومی در کانون برنامه‌ریزی قرار گیرد.

در میان مطالعات داخلی نیز، خادم‌حسینی و همکاران (۱۴۰۴) در پژوهشی با عنوان تبیین عوامل مؤثر در توسعه پایدار روستایی با رویکرد گردشگری (مورد مطالعه: شهرستان آباد) به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه پایدار روستایی در نواحی نیمه‌خشک ایران پرداختند. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که ۱۹ عامل مؤثر، ۸۶/۷۵ درصد از واریانس توسعه پایدار روستایی را تبیین می‌کنند که در سه بعد اصلی شامل برنامه‌ریزی اقتصادی، زیرساختی و اجتماعی، توسعه خدمات و دانش عمومی، و مدیریت، امنیت و آموزش طبقه‌بندی شدند. همچنین نتایج تحلیل راهبردی بیانگر آن بود که جذب سرمایه‌گذاری، برندسازی گردشگری، توسعه زیرساخت‌های اقامتی و افزایش درآمد و اشتغال روستاییان، مهم‌ترین راهبردهای تحقق توسعه پایدار گردشگری روستایی هستند. پژوهشگران نتیجه گرفتند که برنامه‌ریزی یکپارچه، تقویت زیرساخت‌ها، سرمایه‌گذاری و برندسازی مقصد می‌تواند نقش مؤثری در توسعه اقتصادی و پایداری نواحی روستایی ایفا کند. جوان و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان شناسایی تأثیرگذارترین و تأثیرپذیرترین عوامل توسعه گردشگری روستایی در راستای اقتصاد پایدار با بهره‌گیری از رویکرد آمیخته و تکنیک دیمتل فازی، عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی را شناسایی و اولویت‌بندی کردند. نتایج پژوهش نشان داد که شناسایی ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل گردشگری، تدوین و اجرای سند راهبردی توسعه گردشگری روستایی و اطلاع‌رسانی و بازاریابی مناسب جاذبه‌های گردشگری، از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری روستایی و تحقق اقتصاد پایدار هستند. همچنین، یافته‌ها بیانگر آن است که برنامه‌ریزی راهبردی، حمایت نهادی و معرفی مؤثر توانمندی‌های گردشگری، زمینه‌ساز افزایش اشتغال، درآمدزایی و پایداری اقتصادی در نواحی روستایی خواهد بود. نعیم‌آبادی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان گردشگری روستایی و اثرات اقتصادی آن بر جوامع میزبان (مطالعه موردی: روستاهای گردشگری شهرستان رضوانشهر) به بررسی پیامدهای اقتصادی گردشگری از دیدگاه جامعه محلی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که توسعه گردشگری روستایی موجب افزایش درآمد، ایجاد فرصت‌های شغلی، جذب سرمایه‌گذاری و رونق فعالیت‌های اقتصادی در روستاهای گردشگری پذیر شده است. همچنین، نتایج مدل ماتریس تعاملی نشان داد که شاخص اشتغال بیشترین میزان تأثیرپذیری را از توسعه گردشگری دارد و به‌عنوان مهم‌ترین محرک اقتصاد محلی شناخته می‌شود، در حالی که شاخص‌های قیمت زمین و سرمایه‌گذاری در سطوح بعدی اثرپذیری قرار دارند. این یافته‌ها بیانگر آن است که توسعه گردشگری روستایی، در کنار آثار مثبت اقتصادی، نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب برای کنترل پیامدهای منفی و دستیابی به توسعه پایدار است.

روش پژوهش

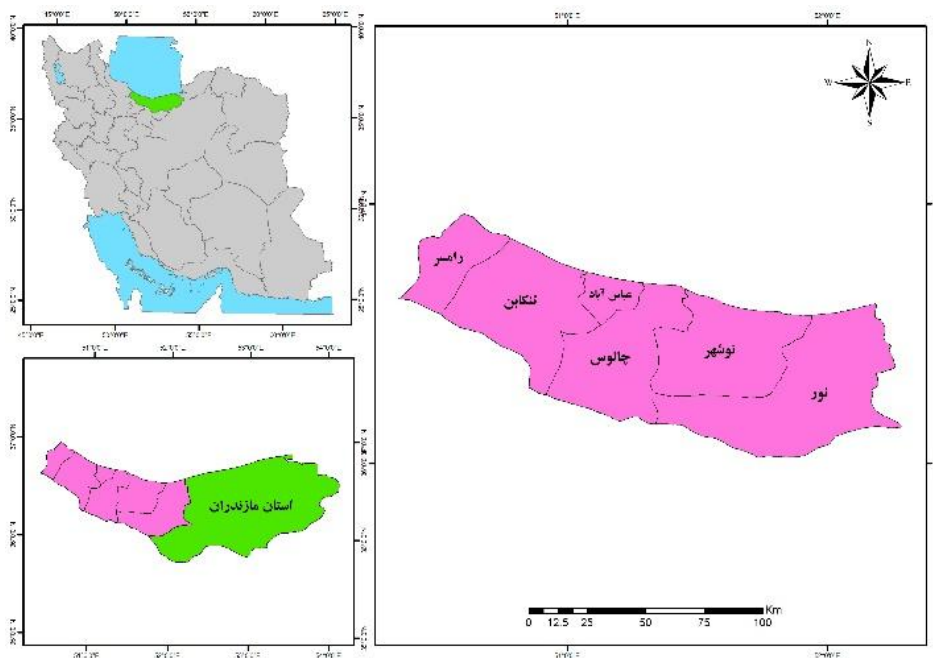
این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-پیمایشی با رویکرد تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش را گردشگران، فعالان حوزه گردشگری و بهره‌برداران محلی نواحی روستایی غرب مازندران تشکیل می‌دهند. با توجه به نامشخص بودن حجم جامعه آماری، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود، ۳۸۴ نفر برآورد و نمونه‌ها به شیوه نمونه‌گیری تصادفی در روستاهای دارای فعالیت گردشگری انتخاب شدند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته مبتنی بر مبانی نظری زنجیره ارزش گردشگری و مطالعات پیشین بود که در هفت سازه شامل بازاریابی و برندسازی مقصد، زیرساخت و دسترسی، خدمات اقامتی و پذیرایی، محصولات و صنایع‌دستی محلی، مشارکت و توانمندسازی جامعه محلی، حمایت‌های نهادی و سرمایه‌گذاری و توسعه اقتصاد نواحی روستایی طراحی شد. پرسشنامه با استفاده از طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) تنظیم گردید. روایی صوری و محتوایی ابزار با بهره‌گیری از نظر متخصصان حوزه گردشگری، برنامه‌ریزی روستایی و جغرافیای اقتصادی مورد تأیید قرار گرفت. به‌منظور بررسی روایی سازه، ابتدا تحلیل عاملی اکتشافی با استفاده از آزمون‌های کفایت نمونه KMO و کروییت بارتلت انجام شد و سپس ساختار عاملی با بهره‌گیری از تحلیل عاملی تأییدی مورد ارزیابی قرار گرفت. پایایی ابزار نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (CR) و میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) بررسی شد. در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها، ابتدا از آمار توصیفی شامل فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار برای توصیف ویژگی‌های پاسخ‌دهندگان و متغیرهای پژوهش استفاده شد. در ادامه، آزمون نرمال بودن

تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی ... / جوان و محمدی

داده‌ها، آزمون کفایت نمونه KMO و بارتلت، تحلیل عاملی اکتشافی (EFA)، تحلیل عاملی تأییدی (CFA)، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه به منظور بررسی روابط میان ابعاد زنجیره ارزش گردشگری و تبیین اثر آن‌ها بر توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران به کار گرفته شد. در نهایت، با اتکا به نتایج حاصل از تحلیل‌های آماری، زنجیره ارزش گردشگری روستایی بر اساس چارچوب نظری مدل زنجیره ارزش پورتر تحلیل و نقش هر یک از فعالیت‌های اصلی و پشتیبان در ایجاد ارزش افزوده، اشتغال و توسعه اقتصادی نواحی روستایی غرب مازندران تبیین شد. کلیه تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS²⁶ و AMOS²⁴ و در سطح اطمینان ۹۵ درصد انجام گرفت.

غرب استان مازندران در نوار جنوبی دریای خزر و در دامنه‌های شمالی رشته‌کوه البرز واقع شده است و از مهم‌ترین مناطق گردشگری شمال ایران به شمار می‌آید. این محدوده از غرب به استان گیلان، از شرق به شهرستان نور، از شمال به دریای خزر و از جنوب به ارتفاعات البرز و استان قزوین محدود می‌شود. غرب مازندران شامل شهرستان‌های رامسر، تنکابن، عباس‌آباد، چالوس، نوشهر، کلاردشت و نور است که از شمال به دریای خزر، از جنوب به رشته‌کوه‌های البرز، از شرق به شهرستان‌های مرکزی مازندران و از غرب به استان گیلان محدود می‌شود. به دلیل برخورداری از تنوع کم‌نظیر چشم‌اندازهای طبیعی، جنگل‌های هیرکانی، سواحل دریای خزر، رودخانه‌ها، آبشارها، بیلاقات و روستاهای کوهستانی، یکی از قطب‌های اصلی گردشگری کشور محسوب می‌شود. از نظر ویژگی‌های طبیعی، این منطقه دارای اقلیم معتدل و مرطوب خزری بوده و میانگین بارندگی سالانه و پوشش گیاهی متراکم، شرایط مناسبی برای توسعه انواع گردشگری به‌ویژه گردشگری روستایی، طبیعت‌گردی، اکوتوریسم و گردشگری کشاورزی فراهم کرده است. وجود شبکه ارتباطی مناسب از طریق محورهای چالوس، هراز و آزادراه تهران-شمال، دسترسی آسان گردشگران از کلان‌شهرهای کشور، به‌ویژه تهران و استان‌های مرکزی، را امکان‌پذیر ساخته و موجب افزایش تقاضای سفر به این منطقه شده است.

از منظر اقتصادی، بخش قابل‌توجهی از جمعیت روستایی غرب مازندران در فعالیت‌هایی نظیر کشاورزی، باغداری، دامداری، شیلات، صنایع دستی و خدمات گردشگری اشتغال دارند. در سال‌های اخیر، توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی، خانه‌های مسافر، رستوران‌های محلی، بازارهای صنایع دستی و فروش محصولات بومی، نقش گردشگری را در معیشت خانوارهای روستایی پررنگ‌تر کرده است. با این وجود، بهره‌برداری از ظرفیت‌های گردشگری منطقه همچنان با چالش‌هایی نظیر فصلی بودن تقاضا، تمرکز گردشگران در مقاصد خاص، ضعف زیرساخت‌ها، ناهماهنگی میان ذی‌نفعان و ناکامل بودن زنجیره ارزش گردشگری مواجه است که ضرورت برنامه‌ریزی و مدیریت یکپارچه را بیش از پیش آشکار می‌سازد. این منطقه به دلیل برخورداری هم‌زمان از ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی و اقتصادی، تنوع فعالیت‌های گردشگری و همچنین حضور گسترده جوامع روستایی، بستر مناسبی برای مطالعه زنجیره ارزش گردشگری روستایی و ارزیابی آثار آن بر توسعه اقتصادی و معیشت پایدار جوامع محلی فراهم می‌کند.



شکل ۱. نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

یافته‌ها و بحث

یافته‌های پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه شده است. در بخش یافته‌های توصیفی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان و وضعیت متغیرهای پژوهش بررسی و توصیف شده است. سپس، در بخش یافته‌های استنباطی، با استفاده از آزمون‌های آماری شامل تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه، ساختار ابعاد زنجیره ارزش گردشگری روستایی و اثرات آن بر توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفته است.

یافته‌های توصیفی

نتایج جدول (۱) نشان می‌دهد که ۵۸/۳ درصد از پاسخگویان مرد و ۴۱/۷ درصد زن هستند. بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۰ تا ۴۵ سال (۳۹/۳ درصد) است که بیانگر حضور فعال جمعیت مولد در فعالیت‌های گردشگری روستایی است. همچنین، ۶۴/۱ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی (کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری) هستند که ظرفیت مناسبی برای پذیرش نوآوری و توسعه فعالیت‌های اقتصادی مبتنی بر گردشگری فراهم می‌کند. از نظر نوع فعالیت اقتصادی نیز ۴۴ درصد پاسخگویان به‌طور مستقیم در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری اشتغال دارند.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۲۴	۵۸/۳
	زن	۱۶۰	۴۱/۷
سن	کمتر از ۳۰ سال	۷۴	۱۹/۳
	۳۰ تا ۴۵ سال	۱۵۱	۳۹/۳
	۴۶ تا ۶۰ سال	۱۲۰	۳۱/۳
	بیش از ۶۰ سال	۳۹	۱۰/۱
	ابتدایی	۴۲	۱۰/۹
	دیپلم	۹۶	۲۵/۰
تحصیلات	کارشناسی	۱۵۴	۴۰/۱
	کارشناسی ارشد	۷۳	۱۹/۰

تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی ... / جوان و محمدی

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد
نوع فعالیت اقتصادی	دکتری	۱۹	۵/۰
	گردشگری	۱۶۹	۴۴/۰
	کشاورزی	۱۱۱	۲۸/۹
	صنایع دستی	۶۱	۱۵/۹
	سایر فعالیت‌ها	۴۳	۱۱/۲

بیشترین فراوانی مربوط به افراد دارای ۵ تا ۱۰ سال سابقه فعالیت (۳۸ درصد) است. این موضوع نشان می‌دهد که توسعه گردشگری روستایی در غرب مازندران عمدتاً طی یک دهه اخیر گسترش یافته و بخش قابل توجهی از فعالان این حوزه دارای تجربه نسبتاً مناسبی هستند (جدول ۲).

جدول ۲. سابقه فعالیت در حوزه گردشگری

سابقه فعالیت	فراوانی	درصد
کمتر از ۵ سال	۱۲۷	۳۳/۱
۵ تا ۱۰ سال	۱۴۶	۳۸/۰
۱۰ تا ۱۵ سال	۷۷	۲۰/۱
بیش از ۱۵ سال	۳۴	۸/۸
جمع	۳۸۴	۱۰۰

میانگین تمامی مؤلفه‌های زنجیره ارزش از مقدار متوسط طیف لیکرت (۳) بیشتر است که نشان‌دهنده وضعیت نسبتاً مطلوب گردشگری روستایی در غرب مازندران است. بیشترین میانگین به خدمات اقامتی و پذیرایی (۴,۱۸) اختصاص دارد که بیانگر توسعه مناسب اقامتگاه‌های بوم‌گردی و خدمات پذیرایی در منطقه است. در مقابل، حمایت‌های نهادی و بازاریابی مقصد پایین‌ترین میانگین را دارند که نشان می‌دهد این دو حوزه همچنان نیازمند برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بیشتری هستند (جدول ۳).

جدول ۳. آمار توصیفی ابعاد زنجیره ارزش گردشگری روستایی

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات (درصد)	رتبه
خدمات اقامتی و پذیرایی	۴/۱۸	۰/۵۹	۱۴/۱	۱
پیوند گردشگری با تولیدات محلی	۴/۱۰	۰/۶۳	۱۵/۴	۲
زیرساخت و دسترسی	۳/۹۵	۰/۶۶	۱۶/۷	۳
مشارکت جامعه محلی	۳/۸۴	۰/۷۱	۱۸/۵	۴
بازاریابی و برندسازی	۳/۵۶	۰/۷۷	۲۱/۶	۵
حمایت‌های نهادی	۳/۴۱	۰/۸۱	۲۳/۸	۶

نتایج نشان می‌دهد که گردشگری روستایی بیشترین اثر را بر افزایش درآمد خانوارها، ایجاد اشتغال و توسعه کسب‌وکارهای محلی داشته است. در مقابل، شاخص‌های سرمایه‌گذاری محلی و کاهش نابرابری اقتصادی میان روستاها میانگین پایین‌تری دارند که بیانگر آن است که منافع اقتصادی گردشگری هنوز به‌صورت یکنواخت در سطح همه روستاهای غرب مازندران توزیع نشده است (جدول ۴).

جدول ۴. آمار توصیفی شاخص‌های توسعه اقتصادی نواحی روستایی

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات (درصد)	رتبه
افزایش درآمد خانوار	۴/۱۴	۰/۶۱	۱۴/۷	۱
اشتغال‌زایی	۴/۰۲	۰/۶۴	۱۵/۹	۲
توسعه کسب‌وکارهای محلی	۳/۹۶	۰/۶۷	۱۶/۹	۳
تنوع‌بخشی به معیشت	۳/۸۸	۰/۷۰	۱۸/۰	۴
سرمایه‌گذاری محلی	۳/۶۳	۰/۷۶	۲۰/۹	۵
کاهش نابرابری اقتصادی	۳/۴۲	۰/۸۲	۲۴/۰	۶

یافته‌های استنباطی

بر اساس نتایج جدول ۵، مقدار شاخص کفایت نمونه (KMO) برابر با ۰/۸۶۴ است که در دامنه ۰/۸۰ تا ۹۰/۰ قرار داشته و بیانگر کفایت بسیار مناسب حجم نمونه (۳۸۴ نفر) برای اجرای تحلیل عاملی است. همچنین، آزمون کرویت بارتلت با مقدار ۲۴۵۸/۱۲، درجه آزادی ۱۰۵ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ معنادار بوده و فرض همانی ماتریس همبستگی را رد می‌کند. بنابراین، بین گویه‌های پژوهش همبستگی کافی وجود داشته و داده‌ها از شرایط لازم برای اجرای تحلیل عاملی اکتشافی و استخراج ابعاد زنجیره ارزش گردشگری روستایی برخوردار هستند (جدول ۵).

جدول ۵. آزمون KMO و بارتلت

شاخص	مقدار نمونه
شاخص کفایت نمونه (KMO)	۰/۸۶۴
آماره خی‌دو بارتلت	۲۴۵۸/۱۲
درجه آزادی (df)	۱۰۵
سطح معنی‌داری (Sig.)	۰/۰۰۰

نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که بر اساس معیار مقدار ویژه بزرگ‌تر از یک، شش عامل اصلی از گویه‌های پژوهش استخراج شد که در مجموع ۷۴/۴ درصد از واریانس کل متغیرها را تبیین می‌کنند. عامل اول با مقدار ویژه ۳/۴۲ و تبیین ۲۲/۸ درصد از واریانس، بیشترین سهم را در تبیین ساختار زنجیره ارزش گردشگری روستایی داشته و بیانگر نقش محوری این بعد در شکل‌گیری سازه مورد مطالعه است. پس از آن، عامل‌های دوم تا ششم به ترتیب با مقادیر ویژه ۲/۱۵، ۱/۸۸، ۱/۴۵، ۱/۲۱ و ۱/۰۵، به ترتیب ۱۴/۳، ۹/۷، ۸/۱ و ۷/۰ درصد از واریانس کل را تبیین کرده‌اند. از آنجا که در پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی تبیین بیش از ۶۰ درصد از واریانس کل، نشان‌دهنده کفایت مناسب ساختار عاملی است، مقدار ۷۴/۴ درصد بیانگر توان بالای عوامل استخراج‌شده در تبیین ابعاد زنجیره ارزش گردشگری روستایی است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که گویه‌های پرسشنامه از انسجام درونی مطلوبی برخوردار بوده و عوامل استخراج‌شده از اعتبار اولیه مناسبی برای ورود به مرحله تحلیل عاملی تأییدی و آزمون روابط میان ابعاد زنجیره ارزش گردشگری و توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران برخوردار هستند (جدول ۶).

جدول ۶. مقادیر ویژه و درصد واریانس

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	۳/۴۲	۲۲/۸	۲۲/۸
۲	۲/۱۵	۱۴/۳	۳۷/۱
۳	۱/۸۸	۱۲/۵	۴۹/۶
۴	۱/۴۵	۹/۷	۵۹/۳
۵	۱/۲۱	۸/۱	۶۷/۴
۶	۱/۰۵	۷/۰	۷۴/۴

نتایج ماتریس چرخش یافته واریماکس نشان داد که گویه‌های پژوهش به‌طور شفاف در شش عامل اصلی شامل بازاریابی و برندسازی مقصد، زیرساخت و دسترسی، خدمات اقامتی و پذیرایی، محصولات و صنایع‌دستی محلی، مشارکت و توانمندسازی جامعه محلی و حمایت‌های نهادی و سرمایه‌گذاری طبقه‌بندی شده‌اند. تمامی بارهای عاملی در دامنه ۰/۶۸ تا ۹۲/۰ قرار دارند که همگی بالاتر از حداقل قابل قبول ۰/۵۰ بوده و بیانگر همبستگی قوی گویه‌ها با عامل‌های مربوطه و روایی سازه مطلوب پرسشنامه است. در میان عوامل، بعد محصولات و صنایع‌دستی محلی با بیشترین بارهای عاملی (۹۲/۰ و ۸۷/۰) از انسجام بیشتری برخوردار است که نشان می‌دهد توسعه و عرضه محصولات بومی، صنایع‌دستی و سوغات محلی، یکی از ارکان اصلی زنجیره ارزش گردشگری در نواحی روستایی غرب مازندران محسوب می‌شود. همچنین بارهای عاملی بالای گویه‌های مربوط به خدمات اقامتی و پذیرایی (۸۳/۰ تا ۹۰/۰) بیانگر اهمیت کیفیت

تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی ... / جوان و محمدی

اقامتگاه‌های بوم‌گردی، خدمات پذیرایی و تنوع خدمات گردشگری در افزایش جذابیت مقصد و تقویت اقتصاد محلی است. از سوی دیگر، ابعاد بازاریابی و برندسازی مقصد و زیرساخت و دسترسی نیز با بارهای عاملی بالا، نقش مؤثر تبلیغات، معرفی جاذبه‌ها، کیفیت راه‌های دسترسی و زیرساخت‌های گردشگری را در توسعه گردشگری روستایی تأیید می‌کنند. اگرچه بارهای عاملی مربوط به حمایت‌های نهادی و سرمایه‌گذاری نسبت به سایر ابعاد اندکی کمتر است (۶۸/۰ و ۷۱/۰)، اما همچنان در محدوده مطلوب قرار دارد و نشان می‌دهد حمایت دستگاه‌های اجرایی، تسهیلات مالی و سرمایه‌گذاری نیز از عوامل مؤثر در تقویت زنجیره ارزش گردشگری روستایی هستند. در مجموع، نتایج این جدول بیانگر آن است که ساختار عاملی پرسشنامه از انسجام و اعتبار مناسبی برخوردار بوده و ابعاد شش‌گانه استخراج‌شده به‌خوبی می‌توانند مؤلفه‌های زنجیره ارزش گردشگری و نقش آن در توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران را تبیین کنند.

جدول ۷. ماتریس چرخش یافته

گویه	عامل ۱ (بازاریابی)	عامل ۲ (زیرساخت)	عامل ۳ (خدمات اقامتی)	عامل ۴ (محصولات محلی)	عامل ۵ (مشارکت محلی)	عامل ۶ (حمایت نهادی)
X1	۰/۸۲					
X2	۰/۷۹					
X3	۰/۸۵					
X4		۰/۸۴				
X5		۰/۷۷				
X6		۰/۸۱				
X7			۰/۸۸			
X8			۰/۹۰			
X9			۰/۸۳			
X10				۰/۹۲		
X11				۰/۸۷		
X12					۰/۷۹	
X13					۰/۸۴	
X14						۰/۷۱
X15						۰/۶۸

نتایج تحلیل عاملی تأییدی نشان می‌دهد که مدل اندازه‌گیری پژوهش از برازش مطلوبی با داده‌ها برخوردار است و ساختار شش‌بعدی زنجیره ارزش گردشگری روستایی به‌خوبی مورد تأیید قرار می‌گیرد. نسبت χ^2/df برابر با ۲/۴۵ و کمتر از مقدار معیار (۳) است که بیانگر برازش مناسب مدل است. همچنین شاخص‌های $TLI=0/94$ و $IFI=0/94$ ، $NFI=0/93$ ، $CFI=0/95$ ، $AGFI=0/90$ ، $GFI=0/92$ همگی از مقدار آستانه ۰/۹۰ بیشتر بوده و نشان‌دهنده انطباق مطلوب مدل مفهومی با داده‌های گردآوری‌شده هستند. از سوی دیگر، مقدار $RMSEA=0/06$ که کمتر از حد مطلوب ۰/۰۸ است، بیانگر پایین بودن خطای تقریب مدل و مناسب بودن ساختار اندازه‌گیری پژوهش است. در مجموع، این نتایج نشان می‌دهد که ابعاد شش‌گانه زنجیره ارزش گردشگری شامل بازاریابی و برندسازی، زیرساخت و دسترسی، خدمات اقامتی و پذیرایی، محصولات و صنایع‌دستی محلی، مشارکت جامعه محلی و حمایت‌های نهادی، از اعتبار سازه‌ای مطلوبی برخوردار بوده و می‌توانند وضعیت زنجیره ارزش گردشگری در نواحی روستایی غرب مازندران را به‌درستی تبیین کنند. این یافته بیانگر آن است که مدل مفهومی پژوهش با ویژگی‌های اقتصادی و گردشگری منطقه مورد مطالعه سازگاری مناسبی داشته و مبنای قابل اعتمادی برای بررسی اثر ابعاد زنجیره ارزش بر توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران فراهم می‌آورد (جدول ۸).

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل

شاخص	مقدار	مقدار مطلوب	وضعیت
χ^2/df	۲/۴۵	$3 < 3 < 3$	مطلوب

شاخص	مقدار	مقدار مطلوب	وضعیت
GFI	۰/۹۲	$0.90 > 0.90 > 0.90$	مطلوب
AGFI	۰/۹۰	$0.90 > 0.90 > 0.90$	مطلوب
CFI	۰/۹۵	$0.90 > 0.90 > 0.90$	مطلوب
NFI	۰/۹۳	$0.90 > 0.90 > 0.90$	مطلوب
IFI	۰/۹۴	$0.90 > 0.90 > 0.90$	مطلوب
TLI	۰/۹۴	$0.90 > 0.90 > 0.90$	مطلوب
RMSEA	۰/۰۶	$0.08 < 0.08 < 0.08$	مطلوب

نتایج جدول ۹ نشان می‌دهد که تمامی گویه‌های پرسشنامه دارای بارهای عاملی استاندارد بالاتر از ۰/۶۰ و مقادیر t بزرگ‌تر از ۱/۹۶ هستند؛ بنابراین، همه گویه‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد از معناداری آماری برخوردار بوده و روایی همگرایی سازه‌های پژوهش را تأیید می‌کنند. در میان ابعاد زنجیره ارزش گردشگری، سازه محصولات محلی با بارهای عاملی ۰/۸۹ و ۰/۹۳ از بیشترین انسجام برخوردار است که نشان‌دهنده نقش برجسته تولید، عرضه و بازاریابی صنایع‌دستی، محصولات کشاورزی و سوغات بومی در تقویت اقتصاد روستاهای غرب مازندران است. همچنین، سازه خدمات اقامتی و پذیرایی با بارهای عاملی بین ۰/۸۵ تا ۰/۹۱ بیانگر اهمیت کیفیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی، خدمات پذیرایی و تنوع خدمات گردشگری در افزایش رضایت گردشگران و ارتقای ارزش افزوده فعالیت‌های گردشگری است. از سوی دیگر، بارهای عاملی مناسب سازه‌های بازاریابی و برندسازی مقصد (۰/۷۵ تا ۰/۸۲) و زیرساخت و دسترسی (۰/۷۹ تا ۰/۸۴) نشان می‌دهد که تبلیغات، معرفی ظرفیت‌های گردشگری، توسعه راه‌های دسترسی و بهبود زیرساخت‌ها از مؤلفه‌های اساسی شکل‌گیری زنجیره ارزش گردشگری در منطقه محسوب می‌شوند. اگرچه سازه حمایت نهادی کمترین بارهای عاملی را در بین ابعاد پژوهش به خود اختصاص داده است (۰/۶۸ و ۰/۷۲)، اما مقادیر t بالاتر از ۹۶/۱ بیانگر آن است که این بعد نیز از اعتبار آماری مطلوبی برخوردار بوده و نقش حمایت‌های دولتی، تسهیلات مالی و سیاست‌های مدیریتی در توسعه گردشگری روستایی غرب مازندران قابل تأیید است. در مجموع، نتایج تحلیل عاملی تأییدی نشان می‌دهد که ساختار اندازه‌گیری پژوهش از روایی و اعتبار مناسبی برخوردار بوده و گویه‌های طراحی شده توانسته‌اند ابعاد مختلف زنجیره ارزش گردشگری روستایی را به‌طور مطلوب اندازه‌گیری کنند.

جدول ۹. بارهای عاملی استاندارد

سازه	گویه	بار عاملی	مقدار t	وضعیت
بازاریابی	X1	۰/۷۸	۸/۴۵	تایید
	X2	۰/۸۲	۹/۱۲	تایید
	X3	۰/۷۵	۷/۸۸	تایید
زیرساخت	X4	۰/۸۱	۸/۹۵	تایید
	X5	۰/۷۹	۸/۲۰	تایید
	X6	۰/۸۴	۹/۵۴	تایید
خدمات اقامتی	X7	۰/۸۸	۱۱/۲۰	تایید
	X8	۰/۹۱	۱۲/۴۵	تایید
	X9	۰/۸۵	۱۰/۱۵	تایید
محصولات محلی	X10	۰/۸۹	۱۳/۱۰	تایید
	X11	۰/۹۳	۱۴/۲۵	تایید
	X12	۰/۷۶	۷/۶۵	تایید
مشارکت محلی	X13	۰/۸۰	۸/۴۰	تایید
	X14	۰/۶۸	۷/۰۲	تایید
	X15	۰/۷۲	۷/۸۴	تایید

نتایج جدول ۱۰ نشان می‌دهد که تمامی سازه‌های پژوهش از پایایی و روایی همگرایی مطلوبی برخوردار هستند. مقادیر میانگین

تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی ... / جوان و محمدی

واریانس استخراج‌شده (AVE) برای تمامی سازه‌ها در دامنه ۰/۵۵ تا ۰/۷۰ قرار دارد که همگی از حداقل مقدار قابل قبول ۰/۵۰ بیشتر بوده و بیانگر آن است که هر سازه بیش از نیمی از واریانس گویه‌های خود را تبیین می‌کند. همچنین، مقادیر پایایی ترکیبی (CR) بین ۰/۷۹ تا ۰/۹۰ و ضرایب آلفای کرونباخ بین ۰/۷۸ تا ۰/۸۹ قرار گرفته‌اند که همگی از حداقل معیار ۰/۷۰ فراتر بوده و نشان‌دهنده انسجام درونی و پایایی مناسب ابزار اندازه‌گیری هستند. در میان ابعاد پژوهش، سازه محصولات محلی با AVE (۰/۷۰) و CR (۰/۸۹) از بالاترین روایی همگرا برخوردار است که اهمیت نقش تولیدات بومی، صنایع دستی و سوغات محلی را در زنجیره ارزش گردشگری روستاهای غرب مازندران نشان می‌دهد. همچنین، سازه توسعه اقتصادی با CR (۰/۹۰) آلفای کرونباخ ۰/۸۹ از بیشترین پایایی برخوردار بوده که بیانگر قابلیت بالای گویه‌های این سازه در سنجش پیامدهای اقتصادی گردشگری روستایی است. سایر ابعاد شامل بازاریابی و برندسازی مقصد، زیرساخت و دسترسی، خدمات اقامتی و پذیرایی، مشارکت جامعه محلی و حمایت‌های نهادی نیز از روایی و پایایی مطلوبی برخوردار بوده و نتایج حاصل بیانگر آن است که ابزار پژوهش توانایی مناسبی در اندازه‌گیری ابعاد مختلف زنجیره ارزش گردشگری و تبیین اثرات آن بر توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران دارد.

جدول ۱۰. پایایی و روایی سازه‌ها

سازه	AVE	CR	آلفای کرونباخ	نتیجه
بازاریابی	۰/۵۸	۰/۸۲	۰/۸۰	تایید
زیرساخت	۰/۶۲	۰/۸۵	۰/۸۳	تایید
خدمات اقامتی	۰/۶۵	۰/۸۸	۰/۸۶	تایید
محصولات محلی	۰/۷۰	۰/۸۹	۰/۸۴	تایید
مشارکت محلی	۰/۶۱	۰/۸۳	۰/۸۱	تایید
حمایت نهادی	۰/۵۵	۰/۷۹	۰/۷۸	تایید
توسعه اقتصادی	۰/۶۸	۰/۹۰	۰/۸۹	تایید

نتایج جدول ۱۱ نشان می‌دهد که بین تمامی ابعاد زنجیره ارزش گردشگری روستایی و توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران، رابطه مثبت و معناداری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد. ضرایب همبستگی بین متغیرهای مستقل در دامنه ۰/۳۱ تا ۰/۵۱ قرار دارد که بیانگر وجود همبستگی متوسط و در عین حال عدم هم‌خطی شدید میان ابعاد زنجیره ارزش گردشگری است. همچنین، تمامی ابعاد با متغیر توسعه اقتصادی دارای همبستگی مثبت و معنادار هستند؛ به‌طوری‌که محصولات محلی با ضریب همبستگی ۰/۷۲ بیشترین ارتباط را با توسعه اقتصادی دارد که نشان‌دهنده نقش محوری تولیدات کشاورزی، صنایع دستی و سوغات بومی در افزایش درآمد، اشتغال و ارزش افزوده روستاهای غرب مازندران است. پس از آن، خدمات اقامتی و پذیرایی با ضریب ۰/۶۴ و مشارکت جامعه محلی با ضریب ۰/۶۱ در رتبه‌های بعدی قرار دارند که بیانگر اهمیت توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی، ارتقای کیفیت خدمات گردشگری و مشارکت فعال ساکنان در رونق اقتصادی روستاها است. همچنین، ابعاد بازاریابی و برندسازی مقصد (۰/۵۸) و زیرساخت و دسترسی (۰/۵۵) نیز از همبستگی نسبتاً قوی با توسعه اقتصادی برخوردار بوده و نشان می‌دهند که معرفی مؤثر ظرفیت‌های گردشگری، بهبود راه‌های دسترسی و توسعه زیرساخت‌ها می‌تواند زمینه افزایش ورود گردشگران و رشد فعالیت‌های اقتصادی را فراهم کند. هرچند حمایت‌های نهادی و سرمایه‌گذاری با ضریب ۰/۴۹ کمترین میزان همبستگی را در میان ابعاد پژوهش دارد، اما این رابطه همچنان مثبت و معنادار است و بیانگر آن است که حمایت دستگاه‌های اجرایی، ارائه تسهیلات مالی و جذب سرمایه‌گذاری نیز در تقویت زنجیره ارزش گردشگری و توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران نقش مؤثری ایفا می‌کند. در مجموع، نتایج این جدول بیانگر آن است که تقویت هر یک از ابعاد زنجیره ارزش گردشگری می‌تواند به بهبود شاخص‌های توسعه اقتصادی در روستاهای غرب مازندران منجر شود.

جدول ۱۱. ضرایب همبستگی پیرسون**

متغیر	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
بازاریابی (X1)	۱						
زیرساخت (X2)	۰/۴۲	۱					
خدمات اقامتی (X3)	۰/۴۵	۰/۵۱	۱				
محصولات محلی (X4)	۰/۳۸	۰/۳۵	۰/۴۸	۱			

پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، دوره ۷، شماره ۲۴، ۱-۱۷، تابستان ۱۴۰۵

متغیر	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
مشارکت محلی (X5)	۰/۳۳	۰/۳۹	۰/۴۱	۰/۴۴	۱		
حمایت نهادی (X6)	۰/۳۱	۰/۳۲	۰/۳۵	۰/۳۸	۰/۴۰	۱	
توسعه اقتصادی (Y)	۰/۵۸	۰/۵۵	۰/۶۴	۰/۷۲	۰/۶۱	۰/۴۹	۱

*** سطح معناداری در ۰/۰۱ سطح است.

نتایج جدول ۱۲ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه ($R=0/801$) بیانگر وجود رابطه‌ای قوی و مثبت بین ابعاد زنجیره ارزش گردشگری روستایی و توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران است. همچنین، مقدار ضریب تعیین ($R^2=0/642$) نشان می‌دهد که ۶۴/۲ درصد از تغییرات متغیر توسعه اقتصادی توسط ابعاد زنجیره ارزش گردشگری شامل بازاریابی و برندسازی مقصد، زیرساخت و دسترسی، خدمات اقامتی و پذیرایی، محصولات محلی، مشارکت جامعه محلی و حمایت‌های نهادی تبیین می‌شود و تنها ۳۵/۸ درصد از تغییرات به سایر عوامل خارج از مدل مربوط است. علاوه بر این، نزدیک بودن مقدار ضریب تعیین تعدیل‌شده ($Adjusted R^2=0/634$) به ضریب تعیین، بیانگر پایداری مدل و مناسب بودن متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته است و نشان می‌دهد که مدل از قدرت پیش‌بینی مطلوبی برخوردار است. همچنین، مقدار خطای استاندارد برآورد ($0/485$) نسبتاً پایین بوده و حاکی از دقت مناسب مدل در پیش‌بینی توسعه اقتصاد نواحی روستایی است. در مجموع، نتایج این جدول نشان می‌دهد که ابعاد زنجیره ارزش گردشگری نقش تعیین‌کننده‌ای در تبیین توسعه اقتصادی روستاهای غرب مازندران داشته و مدل رگرسیونی از توان تبیین و برازش مناسبی برای بررسی روابط بین متغیرهای پژوهش برخوردار است.

جدول ۱۲. خلاصه مدل رگرسیون

R	R^2	$Adjusted R^2$	Std. Error of the Estimate
0.801	0.642	0.634	0.485

نتایج آزمون تحلیل واریانس (ANOVA) در جدول ۱۳ نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی از لحاظ آماری معنادار است. مقدار آماره $F(112/45)$ با سطح معنی‌داری $P > 0/001$ بیانگر آن است که مجموعه ابعاد زنجیره ارزش گردشگری روستایی، شامل بازاریابی و برندسازی مقصد، زیرساخت و دسترسی، خدمات اقامتی و پذیرایی، محصولات محلی، مشارکت جامعه محلی و حمایت‌های نهادی، به‌صورت هم‌زمان تأثیر معناداری بر توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران دارند. همچنین، مقادیر مجموع مجذورات رگرسیون ($234/52$) و مجموع مجذورات کل ($364/93$) نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از تغییرات متغیر توسعه اقتصادی توسط متغیرهای مستقل مدل تبیین شده است، در حالی که مجموع مجذورات باقیمانده ($130/41$) بیانگر سهم سایر عوامل خارج از مدل در تبیین تغییرات متغیر وابسته است. از سوی دیگر، پایین بودن میانگین مجذورات خطا ($0/346$) حاکی از مناسب بودن برازش مدل و دقت قابل قبول آن در پیش‌بینی متغیر وابسته است. در مجموع، نتایج این آزمون بیانگر آن است که مدل رگرسیونی از اعتبار آماری لازم برخوردار بوده و ابعاد زنجیره ارزش گردشگری نقش معنادار و مؤثری در تبیین توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران ایفا می‌کنند.

جدول ۱۳. آزمون ANOVA

منبع تغییرات	مجموع مجذورات (SS)	درجه آزادی (df)	میانگین مجذورات (MS)	مقدار F	سطح معنی‌داری (Sig)
رگرسیون	۲۳۴/۵۲	۶	۳۹/۰۸	۱۱۲/۴۵	۰/۰۰۰
باقیمانده (Error)	۱۳۰/۴۱	۳۷۷	۰/۳۴۶		
کل	۳۶۴/۹۳	۳۸۳			

نتایج ضرایب رگرسیون در جدول ۱۴ نشان می‌دهد که تمامی ابعاد زنجیره ارزش گردشگری روستایی اثر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران دارند؛ به‌گونه‌ای که مقادیر Sig برای همه متغیرها کمتر از ۰/۰۵ بوده و فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌شوند. بر اساس ضرایب استاندارد (Beta)، محصولات محلی با ضریب ۰/۳۵ قوی‌ترین تأثیر را بر توسعه اقتصادی دارد که بیانگر نقش

تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی ... / جوان و محمدی

اساسی توسعه صنایع دستی، عرضه محصولات کشاورزی بومی و تولید سوغات محلی در افزایش درآمد، ایجاد اشتغال و ارزش افزوده در روستاهای منطقه است. پس از آن، خدمات اقامتی و پذیرایی با ضریب ۰/۲۸ در رتبه دوم قرار دارد که نشان‌دهنده اهمیت ارتقای کیفیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی، خدمات پذیرایی و تنوع خدمات گردشگری در تقویت اقتصاد محلی است. همچنین، مشارکت جامعه محلی با ضریب ۰/۲۲ و بازاریابی و برندسازی مقصد با ضریب ۰/۲۱ به ترتیب سوم و چهارم هستند و بیانگر آن‌اند که افزایش مشارکت ساکنان، توسعه کارآفرینی، معرفی جاذبه‌های گردشگری و بازاریابی مؤثر، زمینه رشد فعالیت‌های اقتصادی و جذب گردشگران را فراهم می‌کند. زیرساخت و دسترسی نیز با ضریب ۰/۱۹ اثر مثبت و معناداری بر توسعه اقتصادی دارد که اهمیت بهبود راه‌های دسترسی، حمل‌ونقل و زیرساخت‌های گردشگری را در توسعه روستاهای غرب مازندران تأیید می‌کند. در نهایت، حمایت‌های نهادی و سرمایه‌گذاری با ضریب ۰/۱۴ اگرچه کمترین میزان اثرگذاری را در بین متغیرهای مستقل دارد، اما تأثیر آن از نظر آماری معنادار است (Sig=0/028) و نشان می‌دهد که سیاست‌های حمایتی، تأمین منابع مالی و جذب سرمایه‌گذاری می‌توانند زمینه تقویت سایر حلقه‌های زنجیره ارزش گردشگری را فراهم سازند. همچنین، مقادیر VIF در دامنه ۱/۲۵ تا ۱/۸۵ قرار دارند که به مراتب کمتر از آستانه ۵ بوده و بیانگر نبود مشکل هم‌خطی چندگانه بین متغیرهای مستقل است. در مجموع، نتایج رگرسیون نشان می‌دهد که توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران بیش از همه متأثر از تقویت محصولات محلی و خدمات گردشگری است و در کنار آن، بهبود بازاریابی، زیرساخت‌ها، مشارکت جامعه محلی و حمایت‌های نهادی می‌تواند به تکمیل زنجیره ارزش گردشگری و تحقق توسعه اقتصادی پایدار در منطقه منجر شود.

جدول ۱۴. ضرایب رگرسیون

متغیر	B	Beta	t	Sig	VIF	نتیجه
مقدار ثابت	۰/۴۲	-	۲/۱۵	۰/۰۳	-	-
بازاریابی	۰/۱۸	۰/۲۱	۳/۴۵	۰/۰۰۱	۱/۴۵	تایید
زیرساخت	۰/۱۵	۰/۱۹	۳/۱۲	۰/۰۰۲	۱/۳۲	تایید
خدمات اقامتی	۰/۲۲	۰/۲۸	۴/۸۸	۰/۰۰۰	۱/۵۸	تایید
محصولات محلی	۰/۲۹	۰/۳۵	۶/۱۲	۰/۰۰۰	۱/۶۲	تایید
مشارکت محلی	۰/۱۹	۰/۲۲	۳/۹۸	۰/۰۰۰	۱/۲۵	تایید
حمایت نهادی	۰/۱۲	۰/۱۴	۲/۲۱	۰/۰۲۸	۱/۸۵	تایید

تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی بر اساس مدل زنجیره ارزش پورتر

به‌منظور تبیین نحوه ایجاد ارزش اقتصادی در گردشگری روستایی غرب مازندران، فعالیت‌های پژوهش بر اساس مدل زنجیره ارزش پورتر در دو بخش فعالیت‌های اصلی و فعالیت‌های پشتیبان طبقه‌بندی شد. در این چارچوب، بازاریابی و برندسازی مقصد، زیرساخت و دسترسی، خدمات اقامتی و پذیرایی و محصولات محلی به‌عنوان فعالیت‌های اصلی زنجیره ارزش در نظر گرفته شدند؛ زیرا این فعالیت‌ها به‌طور مستقیم در جذب گردشگر، ارائه خدمات و خلق ارزش اقتصادی نقش دارند. همچنین، مشارکت و توانمندسازی جامعه محلی و حمایت‌های نهادی و سرمایه‌گذاری به‌عنوان فعالیت‌های پشتیبان شناخته شدند که زمینه ارتقای کارایی فعالیت‌های اصلی و افزایش رقابت‌پذیری مقصد را فراهم می‌کنند.

نتایج پژوهش نشان داد که زنجیره ارزش گردشگری روستایی در غرب مازندران از مسیر بازاریابی مقصد آغاز می‌شود. معرفی جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و روستاهای هدف گردشگری، موجب افزایش ورود گردشگران به منطقه شده و در ادامه، کیفیت زیرساخت‌ها و دسترسی مناسب، امکان بهره‌برداری مطلوب از ظرفیت‌های گردشگری را فراهم می‌کند. پس از ورود گردشگران، کیفیت خدمات اقامتی، اقامتگاه‌های بوم‌گردی، رستوران‌ها و سایر خدمات گردشگری، مدت اقامت و میزان هزینه‌کرد گردشگران را افزایش می‌دهد. در مرحله بعد، عرضه صنایع دستی، محصولات کشاورزی، غذاهای بومی و سوغات محلی، بیشترین ارزش افزوده را برای خانوارهای روستایی ایجاد می‌کند و به افزایش درآمد، اشتغال و رونق اقتصاد محلی منجر می‌شود.

بر اساس نتایج رگرسیون، محصولات محلی با ضریب استاندارد ۰/۳۵ مهم‌ترین حلقه زنجیره ارزش محسوب می‌شود که نشان‌دهنده

نقش کلیدی صنایع دستی، تولیدات کشاورزی و سوغات بومی در توسعه اقتصاد روستایی است. پس از آن، خدمات اقامتی و پذیرایی (۰/۲۸) و مشارکت جامعه محلی (۰/۲۲) بیشترین تأثیر را بر توسعه اقتصادی دارند. همچنین، بازاریابی و برندسازی مقصد (۰/۲۱) و زیرساخت و دسترسی (۰/۱۹) به‌عنوان حلقه‌های آغازین زنجیره، زمینه جذب گردشگران و افزایش تقاضا را فراهم می‌کنند. در مقابل، حمایت‌های نهادی و سرمایه‌گذاری (۰/۱۴) اگرچه کمترین ضریب را به خود اختصاص داده است، اما به‌عنوان یک فعالیت پشتیبان، نقش تسهیل‌کننده در تقویت سایر حلقه‌های زنجیره ارزش ایفا می‌کند.

در مجموع، تحلیل مدل زنجیره ارزش پورتر نشان می‌دهد که ارزش اقتصادی در نواحی روستایی غرب مازندران از تعامل منسجم میان فعالیت‌های اصلی و پشتیبان شکل می‌گیرد. هرگونه ضعف در بازاریابی، زیرساخت، خدمات گردشگری، مشارکت جامعه محلی یا حمایت‌های نهادی می‌تواند کارایی کل زنجیره را کاهش دهد. از این‌رو، توسعه متوازن تمامی حلقه‌های زنجیره ارزش، شرط اساسی افزایش رقابت‌پذیری مقصد، ارتقای درآمد روستاییان، ایجاد اشتغال پایدار و تحقق توسعه اقتصادی در نواحی روستایی غرب مازندران است.

جدول ۱۵. تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی بر اساس مدل پورتر

فعالیت‌های زنجیره ارزش	مؤلفه پژوهش	نقش در زنجیره	نتیجه آماری
فعالیت اصلی	بازاریابی و برندسازی مقصد	جذب گردشگر و ایجاد تقاضا	۰/۲۱
فعالیت اصلی	زیرساخت و دسترسی	تسهیل دسترسی و افزایش رضایت	۰/۱۹
فعالیت اصلی	خدمات اقامتی و پذیرایی	افزایش مدت اقامت و هزینه‌کرد گردشگران	۰/۲۸
فعالیت اصلی	محصولات محلی و صنایع دستی	ایجاد ارزش افزوده و درآمد مستقیم	۰/۳۵
فعالیت پشتیبان	مشارکت و توانمندسازی جامعه محلی	ارتقای کیفیت خدمات و اشتغال محلی	۰/۲۲
فعالیت پشتیبان	حمایت‌های نهادی و سرمایه‌گذاری	پشتیبانی مالی، مدیریتی و سیاستی	۰/۱۴

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که توسعه اقتصاد نواحی روستایی غرب مازندران بیش از آنکه به صرف وجود جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی وابسته باشد، به نحوه سازمان‌دهی و مدیریت زنجیره ارزش گردشگری بستگی دارد. در واقع، منابع و قابلیت‌های گردشگری زمانی به ارزش اقتصادی تبدیل می‌شوند که میان تمامی حلقه‌های زنجیره ارزش، شامل بازاریابی و برندسازی، زیرساخت و دسترسی، خدمات اقامتی، محصولات و صنایع دستی محلی، مشارکت جامعه محلی و حمایت‌های نهادی، پیوندی منسجم و کارآمد برقرار شود. بر این اساس، ضعف در هر یک از این حلقه‌ها موجب کاهش کارایی کل نظام گردشگری، افزایش نشت اقتصادی و کاهش سهم جوامع محلی از منافع گردشگری خواهد شد. این موضوع بیانگر آن است که توسعه گردشگری روستایی تنها با ایجاد زیرساخت یا افزایش تعداد گردشگران محقق نمی‌شود، بلکه نیازمند مدیریت یکپارچه زنجیره ارزش و تقویت ارتباط میان تمامی ذی‌نفعان است.

این نتایج با یافته‌های خادهم‌حسینی و همکاران (۱۴۰۴) همخوانی دارد؛ آنان نیز برنامه‌ریزی اقتصادی، توسعه زیرساخت‌ها، جذب سرمایه‌گذاری و برندسازی مقصد را از ارکان اصلی توسعه پایدار گردشگری روستایی معرفی کردند. همچنین، جوان و همکاران (۱۴۰۳) نشان دادند که شناسایی ظرفیت‌های گردشگری، تدوین برنامه‌های راهبردی، بازاریابی و حمایت‌های نهادی از مهم‌ترین عوامل تحقق اقتصاد پایدار در نواحی روستایی است که این نتایج با اهمیت ابعاد زنجیره ارزش در پژوهش حاضر مطابقت دارد. از سوی دیگر، نتایج پژوهش نعیم‌آبادی و همکاران (۱۴۰۲) نیز مؤید آن است که توسعه گردشگری می‌تواند موجب افزایش درآمد، اشتغال و سرمایه‌گذاری شود، اما در صورت نبود مدیریت مناسب، پیامدهایی نظیر افزایش قیمت زمین، تغییر کاربری اراضی و نابرابری اقتصادی نیز بروز خواهد کرد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که تکمیل زنجیره ارزش علاوه بر خلق ارزش افزوده، نقش مهمی در کاهش آثار منفی اقتصادی گردشگری نیز دارد.

در سطح بین‌المللی نیز یافته‌های این پژوهش با نتایج سوتومو و همکاران (۲۰۲۴) همسو است؛ آنان تأکید کردند که هماهنگی میان

تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی ... / جوان و محمدی

دولت، جامعه محلی و بخش خصوصی، مهم‌ترین عامل تقویت زنجیره ارزش گردشگری و افزایش رقابت‌پذیری مقاصد روستایی است. همچنین، نتایج یون و پتره (۲۰۲۴) نشان داد که سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش ارزش افزوده و رشد اقتصادی مناطق روستایی دارد. افزون بر این، لی و همکاران (۲۰۲۴) بیان کردند که گردشگری روستایی زمانی به توسعه پایدار منجر می‌شود که تمامی اجزای زنجیره ارزش، از تولید محصولات محلی تا ارائه خدمات و مدیریت مقصد، به صورت هماهنگ عمل کنند. همچنین، لیو و همکاران (۲۰۲۳) بر این باورند که بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی و مشارکت فعال جامعه محلی، شرط اصلی دستیابی به منافع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری است. این نتایج با یافته‌های پژوهش حاضر همخوان بوده و نشان می‌دهد که توسعه اقتصادی روستاها بیش از هر چیز به میزان انسجام میان بازیگران زنجیره ارزش وابسته است.

در مجموع، تحلیل یافته‌ها نشان می‌دهد که اگرچه غرب‌مازندران از ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی و انسانی ارزشمندی برای توسعه گردشگری برخوردار است، اما بهره‌برداری اقتصادی از این ظرفیت‌ها هنوز به مرحله بلوغ نرسیده است. بخش قابل‌توجهی از فعالیت‌های گردشگری همچنان مبتنی بر استفاده از جاذبه‌های طبیعی است و حلقه‌های ارزش‌آفرینی نظیر فرآوری و عرضه محصولات بومی، برندسازی مقصد، بازاریابی نوین، توسعه شبکه‌های همکاری میان کسب‌وکارهای محلی و توانمندسازی جامعه روستایی هنوز به‌طور کامل شکل نگرفته‌اند. در نتیجه، بخشی از منافع اقتصادی گردشگری از چرخه اقتصاد محلی خارج شده و فرصت‌های ایجاد ارزش افزوده و اشتغال پایدار به‌طور کامل محقق نمی‌شود. از این‌رو، تحقق توسعه اقتصادی پایدار در نواحی روستایی غرب‌مازندران مستلزم تغییر رویکرد از مدیریت بخشی به مدیریت زنجیره‌ای است؛ رویکردی که در آن نهادهای دولتی، دهیاری‌ها، سرمایه‌گذاران، فعالان گردشگری، تولیدکنندگان محصولات بومی و جامعه محلی در قالب یک شبکه هماهنگ فعالیت کنند. چنین رویکردی می‌تواند با افزایش ارزش افزوده، تقویت رقابت‌پذیری مقصد، کاهش نشت اقتصادی، توسعه اشتغال پایدار و ارتقای تاب‌آوری اقتصادی، زمینه تحقق توسعه متوازن و پایدار نواحی روستایی غرب‌مازندران را فراهم سازد. با توجه به یافته‌های پژوهش و در راستای تقویت زنجیره ارزش گردشگری روستایی و ارتقای توسعه اقتصادی نواحی روستایی غرب‌مازندران، پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌شود:

- طراحی برند واحد برای مقاصد گردشگری غرب‌مازندران، توسعه بازاریابی دیجیتال، معرفی جاذبه‌ها و محصولات بومی و ایجاد شبکه‌های تبلیغاتی به‌منظور افزایش جذب گردشگران و ارتقای رقابت‌پذیری منطقه؛
- بهبود راه‌های دسترسی، توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی، ارتقای کیفیت خدمات گردشگری و ایجاد بازارهای دائمی عرضه صنایع‌دستی و محصولات محلی به‌منظور افزایش ارزش افزوده و ماندگاری گردشگران؛
- برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه کارآفرینی، بازاریابی و مدیریت کسب‌وکارهای گردشگری، حمایت از فعالیت‌های درآمدزا و افزایش مشارکت ساکنان در برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری روستایی؛ و
- ایجاد هماهنگی میان دستگاه‌های اجرایی، ارائه تسهیلات مالی و مشوق‌های سرمایه‌گذاری، حمایت از کسب‌وکارهای کوچک گردشگری و استقرار نظام پایش و ارزیابی برای بهبود مستمر عملکرد زنجیره ارزش گردشگری روستایی.

حامی مالی

بنا به اظهار نظر نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

سهام نویسندگان در پژوهش

سهام هر کدام از نویسندگان، از پژوهش حاضر به صورت برابر بوده است.

تضاد منافع

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

تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکت آنها در این مقاله تشکر و قدرانی می نمایند.

منابع

- امینی کاشانی، امین و علی الحسائی، مهران. (۱۴۰۰). برنامه‌ریزی توسعه گردشگری روستایی مبتنی بر اکوتوریسم پایدار مورد پژوهی ناحیه کجور در استان مازندران. گردشگری و توسعه، ۱۰(۴)، ۸۹-۱۱۱.
- جوان، فرهاد؛ حسنوند، علی و عارف نژاد، محسن. (۱۴۰۳). شناسایی تأثیرگذارترین و تأثیرپذیرترین عوامل توسعه گردشگری روستایی در راستای اقتصاد پایدار. پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، ۵(۱۵)، ۸۴-۹۸.
- جوان، فرهاد؛ نعیم‌آبادی، نازنین و حجت‌شمامی، سیروس. (۱۴۰۰). واکاو اثرات گردشگری کشاورزی بر توسعه اقتصاد محلی مبتنی بر مزارع زعفران (مطالعه موردی: دهستان دربقاضی شهرستان نیشابور). پژوهش‌های زعفران، ۹(۲)، ۱۹۴-۲۱۳.
- خادم حسینی، امید؛ رحمانی، بیژن؛ خالدي، شهریار و اصائلو، علی. (۱۴۰۴). تبیین عوامل مؤثر در توسعه پایدار روستایی با رویکرد گردشگری (مورد مطالعه شهرستان آاده). روستا و توسعه پایدار فضا، ۶(۲)، ۱-۲۲.
- خداپناه، کیومرث. (۱۴۰۲). تحلیل عوامل مؤثر و پیش‌برنده توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان، مطالعه موردی: دهستان حیران، شهرستان آستارا. برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، ۱۰(۱)، ۱۰۳-۱۱۶.
- دلشاد، علی و اسدیان‌اردکانی، فائزه. (۱۴۰۲). ارائه الگوی بهینه زنجیره ارزش گردشگری استان یزد. گردشگری و توسعه، ۱۲(۳)، ۱۱۹-۱۳۱.
- دهقانی، ندا؛ احمدی، منیژه و فراهانی، حسین. (۱۴۰۴). تبیین اثرات هویت فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری روستایی بر جوامع محلی (مطالعه موردی: شهرستان بافت). مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی، ۱۶(۱)، ۱۵۹-۱۷۴.
- زارع، رحیم. (۱۴۰۴). بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری روستایی در مقاصد گردشگری پذیر. مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۳(۲۹)، ۱-۲۶.
- شمس‌الدینی، علی. (۱۴۰۴). گردشگری و توسعه پایدار جوامع روستایی: بازخوانی از رویکرد مشارکت‌پذیری (مطالعه موردی: شهرستان شیراز). فصلنامه علمی توسعه پایدار محیط جغرافیایی، ۷(۱۴)، ۳۳-۴۷.
- شیخی، داود و پازکی، معصومه. (۱۳۹۶). ارزیابی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بازاریابی گردشگری روستایی با استفاده از مدل آمیخته بازاریابی (7P) (مورد مطالعه: دهستان جوزان، شهرستان ملایر). پژوهش‌های روستائی، ۸(۳)، ۴۸۸-۵۰۱.
- عزیزی، عذرا؛ ضراغ‌بروجنی، حمید؛ ضیائی، محمود و تقوی‌فرد، محمدتقی. (۱۴۰۱). چارچوب خلق ارزش از طریق زنجیره تأمین یکپارچه الکترونیکی خدمات گردشگری. مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۰(۱۹)، ۹۱-۱۱۴.
- غلامی، یونس و شفیعی، زهرا. (۱۴۰۰). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی با تاکید بر روستای هدف گردشگری (مطالعه موردی: روستای فاش؛ شهرستان کنگاور). جغرافیا و روابط انسانی، ۴(۲)، ۳۷۱-۳۹۸.
- کاظمی، نسرين؛ فردوسی، سجاد و روغنگیرها، پانته‌آ. (۱۴۰۳). توسعه مدل گردشگری اجتماع‌محور در ایران: پژوهشی مبتنی بر مرور سیستماتیک و نظریه داده بنیاد. نشریه گردشگری شهری، ۱۱(۴)، ۱۱۳-۱۳۴.
- مختاری کرچگانی، علی؛ توکلی، مرتضی و پورطاهری، مهدی. (۱۴۰۳). پارادایم نوین توسعه درون‌زای جدید روستایی: یک تحلیل موضوعی. پژوهش‌های روستائی، ۱۵(۲)، ۲۰۸-۲۲۵.
- مومنی، علی؛ حسینی، محمدرضا؛ چراغعلی، محمدرضا. (۱۴۰۴). ارائه الگوی زنجیره ارزش کارآفرینانه در بوم گردی‌های استان گلستان. مدیریت سبز، ۵(۱)، ۶۵-۸۴.
- نعیم‌آبادی، نازنین؛ جوان، فرهاد و حجت‌شمامی، سیروس. (۱۴۰۲). گردشگری روستایی و اثرات اقتصادی آن بر جوامع میزبان (مورد مطالعه: روستاهای گردشگری پذیر شهرستان رضوانشهر). پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، ۴(۱۳)، ۱۸-۳۱.
- نیکبخت، امین؛ باقری، مسلم؛ فردوسی، شهرام؛ نیکبخت، علی و قزل، علیرضا. (۱۴۰۲). چالش‌های توسعه گردشگری روستایی با رویکرد نگاشت‌شناختی فازی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری شهرستان لنده). گردشگری و توسعه، ۱۲(۲)، ۱۶۵-۱۸۲.
- نیکزاد، زینب؛ کرمی، آیت‌اله و نوری‌پور، مهدی. (۱۴۰۴). بررسی اثرات اقتصادی و اجتماعی توسعه گردشگری در شهرستان دنا. راهبردهای توسعه روستایی، ۱۲(۲)، ۲۵۸-۲۸۰.
- Altassan, A. (2023). Sustainability of Heritage Villages through EcoTourism Investment (Case Study: Al-Khabra Village, Saudi Arabia). Sustainability, 15(9), 7172. <https://doi.org/10.3390/su15097172>
- Dai, M., Fan, D. X., Wang, R., Ou, Y., & Ma, X. (2021). Residents' social capital in rural tourism development: Guanxi in housing demolition. Journal of Destination Marketing & Management, 22, 100663.
- Ion, R. A., & Petre, I. L. (2024). Influence Analysis of Different Factors from the Tourism Sector on Rural Gross Value Added: Cross-Section Analysis at the EU Level. Sustainability, 16(20), 8997. <https://doi.org/10.3390/su16208997>

تحلیل زنجیره ارزش گردشگری روستایی ... / جوان و محمدی

- Javan, F and Pourgharib, B. (2024). [Assessing the Impact of English Language Proficiency in Host Communities on the Sustainability of Rural Tourism\(A Case Study of Villages in Gilan Province, Northern Iran\)](#). journal of sustainable rural development, 8(1), 119-130. doi: 10.22034/jsrd.2024.458005.1187
- Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). [Rural tourism: The evolution of practice and research approaches - Towards a new generation concept?](#) Journal of Sustainable Tourism, 23(8–9), 1133–1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>
- Li, Y., Ismail, M. A., & Aminuddin, A. (2024). [How has rural tourism influenced the sustainable development of traditional villages?](#) A systematic literature review. Heliyon, 10(4), e25627. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e25627>
- Liu, Y.-L., Chiang, J.-T., & Ko, P.-F. (2023). [The benefits of tourism for rural community development](#). Humanities and Social Sciences Communications, 10, 137. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01610-4>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2020). [Tourism Trends and Policies 2020](#). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>
- Polukhina, A., Sheresheva, M., Efremova, M., Suranova, O., Agalakova, O., Antonov-Ovseenko, A. (2021). [The concept of sustainable rural tourism development in the face of COVID-19 crisis: evidence from Russia](#). J Risk Financ Manag 14:38.
- Porter, M. E. (1985). [Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance](#). New York, NY: Free Press.
- Song, H. (2012). [Tourism Supply Chain Management: Advances in Tourism](#), London: Routledge.
- Sutomo, Y. A. W., Sianipar, C. P. M., Onitsuka, K., & Hoshino, S. (2024). [Evaluating policy environment for community-based rural tourism: Multi-actor perspectives in tourism value chain](#). Journal of Regional and City Planning, 35(3). <https://doi.org/10.5614/jpwk.2024.35.3.3>
- Vijayan, G., Kamarulzaman, N.H., Mukherjee, A., & Vaiappuri, S.K. (2020). [Strategic Value Creation in a Supply Chain](#). Supply Chain and Logistics Management. IGI Global.
- Yilmaz, Y., & Bititci, U. S. (2006). [Performance measurement in tourism: A value chain model](#). International Journal of Contemporary Hospitality Management, 18(4), 341–349. <https://doi.org/10.1108/09596110610665348>