



انجمن علمی گردشگری ایران

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در گردشگری خلاق (نمونه موردی: هورامان استان کردستان)^۱

سارا سلیمانی^۲، صبا کسانی^۳، ابوالفضل (اردشیر) تاجزاده نمین^۴

DOI:10.22034/jtd.2023.357543.2653

چکیده

امروزه صنعت گردشگری در سطح جهان به شدت توسعه یافته است و بسیاری از کشورها با استفاده از آن توانسته‌اند بر مشکلات خود، به ویژه مشکلات اقتصادی، غلبه کنند و وضعیت خویش را بهبود ببخشند. در صنعت رقابتی گردشگری، کلید موفقیت در تأمین و برآورده ساختن تقاضای گردشگران، ارائه محصولات و خدمات خلاق است. به همین دلیل، توجه به عوامل مؤثر در توسعه گردشگری خلاق و برنامه‌ریزی در این بخش ضروری است. در همین خصوص، هدف پژوهش حاضر بررسی مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار در توسعه گردشگری خلاق در منطقه هورامان از استان کردستان است. پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی و، از نظر روش، توصیفی - تحلیلی است. برای بررسی گردشگری خلاق در هورامان، ۷ عامل و ۳۴ شاخص با توجه به ادبیات گردشگری خلاق و مطالعات پیشین استخراج شدند. تحلیل‌ها با استفاده از روش معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تأییدی و در PLS انجام شد. برای اولویت‌بندی عوامل، از آزمون فریدمن در نرم‌افزار SPSS استفاده شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که عامل تجربه و تعامل در اولویت اول و بعد از آن به ترتیب عامل‌های اصالت، کیفیت خدمات، حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق، آگاهی و اطلاع‌رسانی، میراث بومی، مشارکت در اولویت‌های بعدی برای برنامه‌ریزی و راهکارهای توسعه گردشگری خلاق در منطقه هورامان قرار دارند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۵

واژه‌های کلیدی:

گردشگری خلاق، تجربه گردشگری، گردشگری فرهنگی، خلاقیت، هورامان

مقدمه

را به خود جلب کرده است (Chin et al., 2014). صاحب‌نظران توسعه، با در نظر داشتن آثار مثبت فعالیت‌های گردشگری، بر این باور هستند که ترکیب مناسب گردشگری، کارآفرینی و خلاقیت می‌تواند، ضمن جواب‌دهی به نیازهای جوامع محلی، متضمن گردشگری مطلوب برای گردشگران باشد (Sadeghiyan et al., 2021).

گردشگری به منزله صنعتی جدید در قرن بیست و یکم، ضمن دارا بودن مزایای ارتباطی، سیاسی، فرهنگی و تأثیرات بین‌المللی، کیفیت زندگی را ارتقا بخشیده است (Rahimi & Pazand, 2016). گردشگری، به دلیل نقش مهمی که در جهت‌دهی به فعالیت‌های اقتصادی و افزایش درآمد جوامع محلی دارد، توجه دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی و فعالان اقتصادی

۱. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نویسنده دوم با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گردشگری خلاق (نمونه موردی: هورامان استان کردستان)» با راهنمایی نویسنده اول و مشاوره نویسنده سوم است.

۲. استادیار گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران (نویسنده مسئول). S.soleimani@uok.ac.ir

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

۴. دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.



گردشگری خلاق بحث جدید و در حال رشدی است که در ابتدا ریچاردز و ریموند در ۲۰۰۰ مطرح کردند و محصول یا شکل توسعه یافته‌ای از گردشگری فرهنگی است که می‌تواند این نوع از گردشگری را به سطح بالاتری ارتقا دهد (Richards, 2011; Richards & Marques, 2012). در گردشگری خلاق، نقش ارائه‌دهندگان و فعالان حوزه گردشگری فقط تأمین خدمات یا کالاها نیست، بلکه تسهیلگری تجربیات خاطره‌انگیزی است (Ross et al., 2017) که بر مشارکت فعال، یادگیری و جذب گردشگر تمرکز دارد (Wurzbarger, 2010: 17). از دیدگاه ریچاردز و ویلسون (2006)، پتانسیل گردشگری خلاق بیشتر از گردشگری فرهنگی و سنتی است. از آن جاکه خلاقیت ارزش افزوده بیشتری دارد و با کمک آن می‌توان مقصدها را با سرعت بیشتری به سمت نوآوری محصولات جدید سوق داد، در نتیجه منابع خلاق از محصولات فرهنگی ملموس پایدارتر و پویاتر خواهند بود (Tan et al., 2013).

هورامان نام منطقه‌ای تاریخی با فرهنگ و آداب و رسوم بسیار خاص است که در چهل و چهارمین اجلاس کمیته میراث جهانی یونسکو در جایگاه بیست و ششمین اثر میراث فرهنگی ملموس ایران در فهرست جهانی ثبت شده است. وجود چشم‌اندازهای طبیعی و بکر، بافت و کالبد معماری منطبق با شرایط خاص کوهستانی، منظر تاریخی و فرهنگی ویژه و عوامل دیگر، از جمله آداب و رسوم و فرهنگ محلی در کنار پیشینه تاریخی در منطقه هورامان، بستر توسعه گردشگری خلاق را فراهم کرده است، اما تبدیل جاذبه‌های موجود در این منطقه به محصول گردشگری خلاق نیازمند توجه و به‌کارگیری ابتکارات متخصصان حوزه گردشگری است. در این زمینه، شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری خلاق در منطقه هورامان از اقدامات ضروری است. بنابراین، این پژوهش درصدد است که با شناخت، بررسی و تحلیل شاخص‌های گردشگری خلاق در منطقه تاریخی فرهنگی هورامان به اولویت‌بندی عوامل مؤثر پردازد و در نهایت راهکارها و پیشنهادهایی برای توسعه این نوع گردشگری در این منطقه ارائه کند. با توجه به پتانسیل‌های موجود در منظر تاریخی فرهنگی هورامان، نتایج چنین تحقیقی می‌تواند زمینه‌ساز اتخاذ تصمیماتی برای بررسی گردشگری خلاق در این منطقه باشد. اگرچه در این زمینه کارهای معدودی انجام شده، تاکنون پژوهشی

که به‌طور منجسم دیدگاه کارشناسان، استادان مرتبط با امر گردشگری، جامعه محلی و مدیران شهری را ارزیابی کند در منطقه هورامان انجام نشده است. پژوهش حاضر برای دستیابی به اهداف زیر انجام شده است:

- شناخت، بررسی و تحلیل شاخص‌های گردشگری خلاق در منطقه تاریخی فرهنگی هورامان؛
- اولویت‌بندی عوامل مؤثر برای راهکارهای توسعه؛
- ارائه راهکارها و پیشنهادها به منظور توسعه گردشگری خلاق در این منطقه.

پیشینه پژوهش

بررسی قابلیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری خلاق یکی از موضوعات مورد توجه پژوهشگران صنعت گردشگری است. با توجه به جایگاه و اهمیت گردشگری خلاق و تأثیر آن در جذب گردشگر، پژوهش‌های متعددی در ایران و جهان انجام شده است. محققان از دیدگاه‌های گوناگون بحث گردشگری خلاق را مطالعه کرده‌اند و شاخص‌های متفاوتی در هر یک استفاده شده است که در ادامه، با توجه به محدوده موضوعی تحقیق به مرور برخی مطالعات داخلی و خارجی انجام‌شده در زمینه پژوهش پرداخته می‌شود.

ژانگ و زی (2019)، در پژوهشی با عنوان «عوامل انگیزشی گردشگری خلاق: مطالعه موردی فضای هنری آلبرگ در ماکائو»، به بررسی برخی از عوامل انگیزشی مؤثر در گردشگری خلاق پرداخته‌اند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که میراث بومی، کیفیت خدمات و تجربه مشارکتی کلیدی برای توسعه گردشگری خلاق هستند. هدف این مطالعه تعیین عوامل انگیزشی برای گردشگران به منظور مشارکت در خلاقیت است. در تحقیقی دیگر، واتاناچارونسیل و ساکدیاکورن (2016)، با انتشار مقاله‌ای با نام «پتانسیل بازارهای شناور برای گردشگری خلاق: مطالعه‌ای در استان ناخون پاتوم، تایلند»، عوامل مثبت و منفی تأثیرگذار در توسعه موفقیت‌آمیز گردشگری خلاق را به‌ویژه در زمینه بازارهای شناور، با تمرکز بر دیدگاه‌های رهبران اجتماعی، توضیح می‌دهند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، اگرچه این بازارها به لحاظ سرمایه انسانی و فرهنگی تقریباً دارای‌های مشابهی دارند، سبک‌های گوناگون رهبری و ساختارهای قدرت ماهیت سرمایه اجتماعی مربوط به



جامعه به‌سوی نیل به توسعه دارد گردشگری خلاق است. در طول سال‌ها، خلاقیت در مطالعات گردشگری از مقام ناچیز مرتبط با صنایع دستی و هنر به پدیده‌ای بسیار گسترده‌تر، که به انواع وسیعی از فعالیت‌های گردشگری می‌پردازد، تغییر یافته و به نیرویی کلی برای توسعه صنعت گردشگری تبدیل شده است (Richard, 2011). گردشگری خلاق، با شعار «موزه‌های کمتر، میدان‌های بیشتر»، از حد دیدار صرف آثار تاریخی و چشم‌اندازهای طبیعی فراتر رفته و بر انجام فعالیت‌های تجربی و تعامل عمیق‌تر با زندگی جامعه محلی تأکید می‌کند (Bastenegar & Hassani, 2019). گردشگری خلاق بر فعالیت‌ها و تجاری‌بی که درخصوص شناسایی و شکوفایی استعدادها و خودابرازی است تأکید دارد و موجب برقراری ارتباط بهتر و بیشتر با مقصد می‌شود. اگرچه تعاریف مرتبط با گردشگری خلاق متنوع هستند، به‌طورکلی به تجربیات مشارکتی که به گردشگران اجازه می‌دهد پتانسیل و مهارت‌های خلاقانه خود را از طریق ارتباط با مردم محلی و فرهنگ آن‌ها توسعه دهند گفته می‌شود (Richards, 2011). در 2006، شبکه شهرهای خلاق سازمان یونسکو گردشگری خلاق را این‌گونه توصیف می‌کند: گردشگری خلاق سفری هدایت‌شده به‌سمت تجربه‌ای منتخب و اصیل به‌همراه یادگیری مشارکتی در هنر، میراث فرهنگی یا ویژگی خاص یک مکان است و با کسانی که ساکن این مکان هستند و این فرهنگ زنده را می‌سازند ارتباط برقرار می‌کند (Tan et al., 2013). موضوع اصلی بحث خلاقیت و گردشگری نقش مهمی است که فرهنگ در اقتصاد مقاصد گوناگون گردشگری ایفا می‌کند (Ravar & Iorgulescu, 2014).

دلایل این‌که چگونه عوامل گوناگون موجب خلاقیت می‌شوند و چگونه به تجربه خلاق منجر می‌شوند، با توجه به ارزش‌های گوناگون، عوامل و زمینه‌های گوناگون گردشگران متفاوت خواهد بود. بنا بر گفته‌های ریچاردز و ویلسون (2007)، از جمله عوامل و مؤلفه‌های تأثیرگذار در گردشگری خلاق تجربه اصالت و مشارکت هستند. همچنین، عوامل دیگری همچون تعامل، کیفیت خدمات و میراث بومی در بررسی گردشگری خلاق را محققان مطالعه و بررسی کرده‌اند که پرداختن به این عوامل برای هر مقصد گردشگری خلاق لازم و ضروری است. پرداختن به توسعه گردشگری خلاق با در نظر گرفتن معیارهای خلاقیت اهمیت ویژه‌ای دارد؛ چراکه گردشگری خلاق، نه‌تنها موجب افزایش توان اقتصادی منطقه می‌شود،

خود را متمایز و پتانسیل این بازارها را تعیین می‌کنند تا به‌منزله مقاصد گردشگری خلاق توسعه یابند. ریچاردز و ویلسون (2006)، در پژوهشی با عنوان «توسعه خلاقیت در تجربه گردشگری: راه‌حلی برای بازتولید زنجیره‌های فرهنگ» به بررسی نقش گردشگری خلاق در رهایی از بازتولید فرهنگی پرداخته است. این مقاله به بررسی برخی عواقب ناشی از افزایش بازتولید زنجیره‌ای فرهنگ برای گردشگری می‌پردازد و نشان می‌دهد که جهت‌گیری مجدد از مدل‌های فعلی گردشگری به سمت حالت‌های جدیدی از گردشگری خلاق ممکن است پاسخی برای این مشکل باشد. کیانی سلمی و صفری (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان «تحلیل و بررسی شاخص‌ها و عوامل گردشگری خلاق در بافت‌های فرسوده شهری اصفهان (نمونه موردی: محله جویباره)» انجام داده‌اند. نتایج این تحلیل و بررسی شاخص‌ها و عوامل حاکی از عدم‌برابری شاخص‌های گردشگری خلاق است. در نتایج رتبه‌بندی وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق با استفاده از میانگین، بالاترین سطح میانگین مربوط به متغیر اطلاع‌رسانی و تبلیغات و پس‌از آن نوآوری و خلق ارزش است.

بررسی نتایج تحقیقات پیشین گویای این مطلب است که این پژوهش‌ها از زوایای متفاوتی به بحث گردشگری خلاق در مقاصد گوناگون از جمله شهرها، مناطق ویژه گردشگری و روستاها پرداخته‌اند، اما پژوهش مشابهی در منطقه مذکور انجام نشده است. با توجه به ناشناخته بودن این نوع از گردشگری در منطقه هورامان، هدف این مقاله بررسی شاخص‌های خلاقیت در توسعه گردشگری خلاق در هورامان است. همچنین، در زمینه نگاه به بحث توسعه گردشگری، هدف تحقیق مذکور نوعی تصمیم‌سازی و ارائه راهکارهای توسعه و ایجاد بستری مناسب برای گردشگری خلاق به‌منظور تصمیم‌گیری مسئولان بخش گردشگری استان کردستان و منطقه هورامان است.

بررسی ادبیات

گردشگری خلاق و تجربه خلاقانه

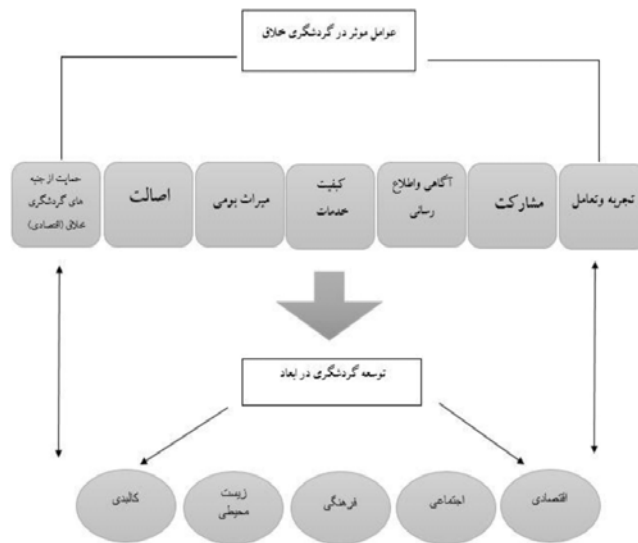
امروزه گردشگران در پی تجربه‌های تعاملی و تحقق تجارب بیشتر هستند تا این‌که صرفاً با صنعت گردشگری سروکار داشته باشند (Saile, 2013). بنابراین، کلید موفقیت در صنعت رقابتی گردشگری تأمین تقاضاهای گردشگران از طریق ارائه محصول و خدمات خلاق است (Homg et al., 2016). یکی از اشکال گردشگری که تأثیری چشمگیری در پیشبرد

بلکه در شناساندن جاذبه‌ها و میراث فرهنگی نیز به ادبیات گردشگری خلاق پرداخته شده است. در این مؤثر است. در جدول ۱، به بررسی اجمالی متغیرها و پژوهش، این عوامل، با توجه به زمینه و مقصد، تحلیل شاخص‌های مؤثر در توسعه گردشگری خلاق با توجه و بررسی خواهند شد.

جدول ۱: عوامل و شاخص‌های پژوهش

| منبع | تعریف | عامل |
|--|---|--------------------------------|
| (Richards & Wilson, 2006, 2007; Florida, 2002, 2005; Richards, 2011; Richards & Raymond, 2000; Richards & Marques, 2012; Zhang & Xie, 2019; Horng et al., 2016; Ohridska-Olson & Ivanov, 2010) | در گردشگری خلاق، گردشگران فقط تماشاچی خلاقیت دیگران نیستند، بلکه در تمام مراحل خلق تجربه مشارکت فعال دارند. آن‌ها حین انجام دادن می‌آموزند. مشارکت شامل خرید کردن، مشاهده، آموختن و غیره است. | مشارکت |
| (Richards & Wilson, 2006, 2007; Richards & Raymond 2000; Zhang & Xie, 2019) | تجربه یکی از مؤلفه‌های اصلی گردشگری خلاق است. تجربه اصیل و تعاملی به گردشگران امکان می‌دهد تا توانایی‌های منحصر به فرد خود را از طریق تعامل با مردم بومی و محلی و فرهنگ مقصد پرورش دهند. | تجربه و تعامل |
| (Richards & Raymond, 2000; Tan et al., 2013; Wattanacharoensil & Sakdiyakorn, 2016; Richards, 2012, 2011, 2013) | آگاهی پیش‌نیاز تجارب خلاقانه است. بنابراین، گردشگران باید، پیش از این‌که بتوانند تجربه‌ای خلاقانه داشته باشند، دارای آگاهی اجتماعی، فرهنگی یا زیست‌محیطی درخصوص مقصد باشند. | آگاهی و اطلاع‌رسانی |
| (Richards & Wilson, 2006, 2007; Zhang & Xie, 2019; Poria et al., 2006) | اصالت از عوامل دیگری است که اکثر گردشگران خلاق در پی آن هستند. از جمله مواردی که در اصالت به آن پرداخته می‌شود تمرکز بر هویت و ویژگی‌های منحصر به فرد مکان است. | اصالت |
| (Zhang & Xie, 2019; Wattanacharoensil & Sakdiyakorn, 2016) | کیفیت خدمات شامل تسهیلات و زیرساخت‌های گردشگری یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در توسعه گردشگری خلاق است. | کیفیت خدمات |
| (Wattanacharoensil & Sakdiyakorn, 2016; Teresa, 2007) | گردشگری خلاق مفهومی نوین است که دارای رویکردهای گوناگون است. گردشگری خلاق حوزه و رویکردی میان‌رشته‌ای است که می‌تواند در ابعاد گوناگون از جمله بعد اقتصادی مطالعه و بررسی شود. | حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق |
| (Zhang & Xie, 2019; Richards & Wilson, 2006, 2007) | میراث بومی نقش حیاتی در ساخت گردشگری خلاق ایفا می‌کند. میراث بومی در هر مقصد گردشگری شامل موارد گوناگونی از جمله جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی آن منطقه می‌شود. | میراث بومی |

مأخذ: نگارندگان



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (مأخذ: نگارندگان)

شده است حائز اهمیت است. هورامان را هزار ماسوله نیز می‌نامند. دره‌های پرآب، کوهستان‌های مرتفع، چشمه‌های فراوان، جنگل‌های بلوط و باغات سرسبز از نقاط قوت منطقه در جذب گردشگر است (CHHTO of Kermanshah and Kurdistan Provinces, 2014). این منطقه با انبوه کوهستان‌ها و دشت‌های پهناور از انواع گل‌ها و گیاهان دارویی پوشیده شده و گونه‌های جانوری متنوعی را در بر گرفته است. معماری خاص و پلکانی آن منطبق با شیب کوهستان و متکی بر ساخت‌وساز با استفاده از سنگ و به‌صورت خشکه‌چین است. این منطقه، با فرهنگ و آداب‌ورسوم خاص خود، دارای پتانسیل‌های متعددی در زمینه گردشگری است و به‌منزله یکی از قطب‌های گردشگری در کشور و استان هر ساله پذیرای تعداد زیادی از گردشگران است.

منطقه مورد مطالعه

هورامان شامل مناطقی از جنوب غربی استان کردستان، شمال غربی استان کرمانشاه و شرق استان حلبچه در کردستان عراق است (CHHTO of Kermanshah and Kurdistan Provinces, 2014). براساس تقسیمات داخلی، می‌توان هورامان را به سه بخش اصلی هورامان تخت، لهون و زاوورد تقسیم کرد. هورامان تخت شامل ۳۴ سکونتگاه در شهرستان سروآباد، هورامان لهون شامل ۲۱ سکونتگاه در شهرستان پاوه و هورامان زاوهرود شامل ۴۰ سکونتگاه در سه شهرستان سروآباد، سنندج و کامیاران است. در پژوهش حاضر، به منطقه هورامان استان کردستان به‌ویژه هورامان تخت پرداخته می‌شود. هورامان از نظر این‌که در چهل و چهارمین اجلاس کمیته میراث جهانی یونسکو در جایگاه بیست و ششمین اثر میراث فرهنگی ملموس ایران در فهرست جهانی یونسکو ثبت



شکل ۲: تصاویری از منطقه هورامان (مأخذ نگارندگان)



روش تحقیق

پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی و، به لحاظ ماهیت، توصیفی - تحلیلی است. با توجه به ماهیت موضوع و شاخص‌های مورد بررسی، برای گردآوری اطلاعات از روش تحقیق اسنادی و از مطالعات میدانی شامل مصاحبه و پرسش‌نامه بهره گرفته شد. حجم نمونه با استفاده از روش دست‌یابی به حداکثر تعداد نمونه ممکن تعیین شد. بر این اساس، ۵۶ نفر از کارشناسان حوزه گردشگری در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان کردستان (۲۵ نفر)، استادان دانشگاه (۲۸ نفر)، کارشناسان پایگاه میراث جهانی هورامان (۳ نفر) با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند که، در فرایند توزیع پرسش‌نامه‌ها، اطلاعات لازم برای تکمیل پرسش‌نامه، در اختیارشان قرار گرفت. گویه‌های پرسش‌نامه براساس طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت تدوین شدند. برای سنجش سطح پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج حاصل از محاسبه میزان آلفا به مقدار (۰/۸۶۵) نشان از پایایی ابزار تحقیق دارد. برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شد و در ادامه به منظور بررسی فرضیات پژوهش از روش معادلات ساختاری براساس PLS و سپس برای اولویت‌بندی عوامل از آزمون فریدمن در نرم‌افزار SPSS ۲۲ استفاده شد.

بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد. طبق نتیجه آزمون، مقدار معناداری برای مؤلفه‌های گردشگری خلاق، کوچک‌تر از مقدار پیش‌فرض خطای آزمون (۰/۰۵) است و این نتیجه نشان‌دهنده آن است که توزیع داده‌ها دارای توزیع نرمال نیست. همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، چون سطح معناداری برای تمام شاخص‌ها کوچک‌تر از مقدار خطای ۰/۰۵ است، فرض صفر در سطح معناداری ۰/۰۵ رد می‌شود و در نتیجه می‌توان گفت تمام شاخص‌های پژوهش معنادار هستند. به عبارت دیگر، تمام شاخص‌ها از نظر کارشناسان و استادان حائز اهمیت شناخته شدند.

بررسی عامل‌ها

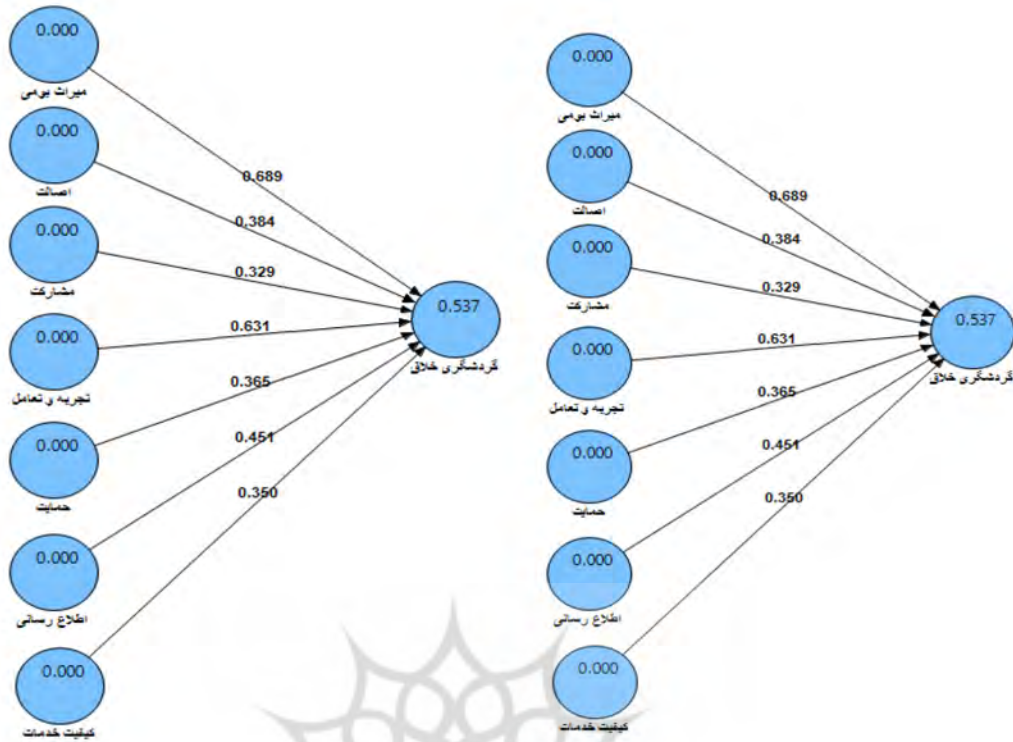
مدل این پژوهش در نرم‌افزار PLS طراحی و اجرا شد. در مدل یادشده، نمودار (PLS Algorithm) بارهای عاملی و ضرایب مسیر را نشان می‌دهد. در نمودارهای تولیدشده، ضریب مسیر بین متغیرهای پنهان (مکنون) و همچنین متغیرهای آشکار (یا گویه‌ها) بر روی مسیرها مشخص شده است. این ضریب بیان‌کننده وجود رابطه علی خطی و شدت و جهت این رابطه بین دو متغیر پنهان و همچنین متغیرهای آشکار است. این ضریب عددی بین ۱- تا ۱+ است که هر چه عدد به صفر نزدیک شود، نشان‌دهنده نبود رابطه علی خطی بین دو متغیر پنهان است و هر چه عدد بزرگ‌تر می‌شود، رابطه علی قوی‌تری را نشان می‌دهد. همچنین، پایایی هر یک از گویه‌ها (سوالات) به مقدار بارهای عاملی هر کدام از متغیرهای مشاهده‌شده بستگی دارد.

یافته‌ها

بررسی فرض نرمال بودن داده‌ها (با استفاده از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف) جدول ۲ نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف را برای

جدول ۲: بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش

| متغیرها | آماره | معنی داری | مقدار خطا |
|--------------------------------|-------|-----------|-----------|
| میراث بومی | ۰/۲۱۶ | ۰/۰۰۱ | ۰/۰۵ |
| اصالت | ۰/۲۲۵ | ۰/۰۰۱ | ۰/۰۵ |
| مشارکت | ۰/۰۹۴ | ۰/۰۲۰ | ۰/۰۵ |
| اطلاع‌رسانی | ۰/۱۳۰ | ۰/۰۲۰ | ۰/۰۵ |
| کیفیت خدمات | ۰/۱۴۲ | ۰/۰۰۷ | ۰/۰۵ |
| تجربه و تعامل | ۰/۱۹۵ | ۰/۰۰۱ | ۰/۰۵ |
| حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق | ۰/۱۶۷ | ۰/۰۰۱ | ۰/۰۵ |



شکل ۳: مدل عوامل مؤثر در گردشگری خلاق منطقه اورامانات در حالت تخمین استاندارد (سمت چپ)

شکل ۴: مدل عوامل مؤثر در گردشگری خلاق منطقه اورامانات در حالت عدد معناداری (سمت راست)

فرمول زیر به دست می‌آید:

$$GOF = \sqrt{\text{communality}} \times \sqrt{R \text{ squares}}$$

در این فرمول، عبارت اولی بیانگر میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه و عبارت دومی بیانگر میانگین مقادیر سازه‌های درون‌زای مدل است. از دید و تزلز و همکاران (۲۰۰۹)، سه مقدار ۰/۱۰، ۰/۲۵، و ۰/۳۶ به ترتیب بیانگر مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF هستند.

در شکل ۴، معناداری گزاره‌های تبیین شده برای هر کدام از مؤلفه‌های پژوهش ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، آماره معناداری گزاره‌های عوامل مؤثر در گردشگری خلاق همگی بزرگ‌تر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ هستند و بدین ترتیب گزاره‌های تبیین شده برای مؤلفه‌های ذکر شده معنادار هستند. شکل ۳ نیز نشان می‌دهد گزاره‌های تبیین شده هم‌بستگی بالایی با عامل‌های خود دارند. برای بررسی کیفیت برازش مدل، فقط از یک معیار کلی به نام GOF^۱ استفاده می‌شود. این معیار از طریق

جدول ۳: شاخص‌های برازش مدل

| R Squares | Communality | سازه |
|-----------|-------------|--------------------------------|
| ۰/۸۲ | ۰/۴۵۴ | میراث بومی |
| ۰/۲۱۸ | ۰/۷۵۱ | اصالت |
| ۰/۴۲۵ | ۰/۳۸۹ | مشارکت |
| ۰/۴۸۳ | ۰/۶۱۹ | اطلاع‌رسانی |
| ۰/۶۳۷ | ۰/۵۴۴ | کیفیت خدمات |
| ۰/۲۳۲ | ۰/۵۸۹ | تجربه و تعامل |
| ۰/۱۹۶ | ۰/۵۷۵ | حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق |
| ۰/۴۳۰ | ۰/۵۶۰ | میانگین |

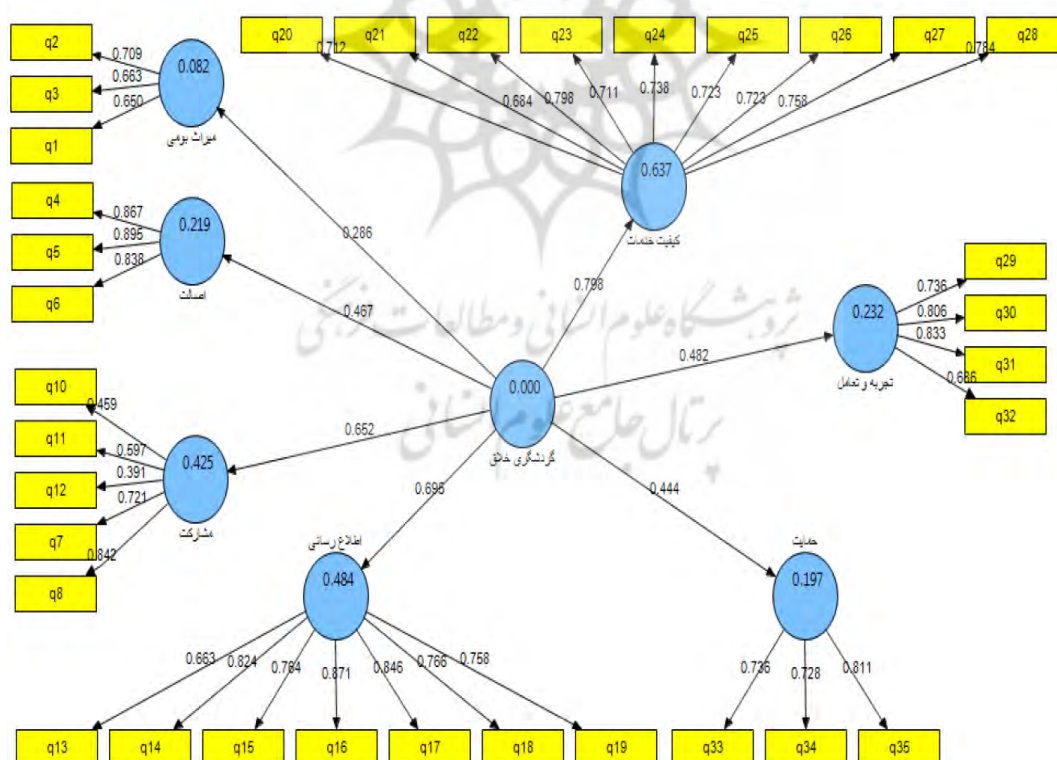
1. Goodness of Fit



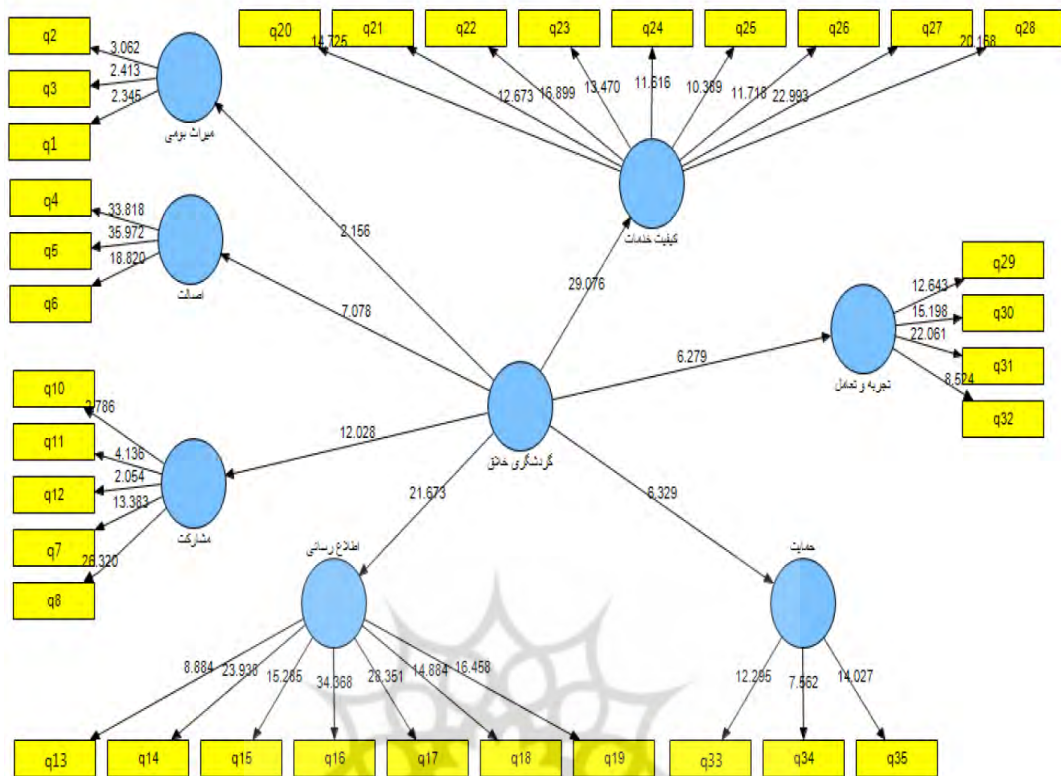
در این جا، شاخص نیکویی برآزش مدل برابر ۰/۴۹۰ است که نشان از مناسب بودن و کیفیت مطلوب برآزش آن دارد. نتایج برآورد اثر مؤلفه‌های مؤثر در گردشگری خلاق منطقه هورامان به شرح جدول ۴ است.

جدول ۴: ضرایب و آماره‌های معناداری

| وضعیت | معناداری | برآورد اثر | سازه |
|-----------|----------|------------|--|
| تأیید اثر | ۷/۰۹۳ | ۰/۶۸۹ | میراث بومی در گردشگری خلاق |
| تأیید اثر | ۳/۹۴۱ | ۰/۳۸۴ | اصالت در گردشگری خلاق |
| تأیید اثر | ۳/۳۲۳ | ۰/۳۲۹ | مشارکت در گردشگری خلاق |
| تأیید اثر | ۴/۴۲۱ | ۰/۴۵۱ | آگاهی و اطلاع‌رسانی در گردشگری خلاق |
| تأیید اثر | ۳/۳۶۷ | ۰/۳۵۰ | کیفیت خدمات در گردشگری خلاق |
| تأیید اثر | ۷/۵۰۸ | ۰/۶۳۱ | تجربه و تعامل در گردشگری خلاق |
| تأیید اثر | ۳/۷۲۸ | ۰/۳۶۵ | حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق در گردشگری خلاق |



شکل ۵: نمایش گرافیکی ارتباط بین متغیرهای پنهان و آشکار با یکدیگر



شکل ۶: نمایش گرافیکی مدل معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تأییدی در حالت عدد معناداری

جاذبه‌های طبیعی در هورامان بیشترین تأثیر را در بین گویه‌های این عامل دارد. یافته‌های پژوهش‌های مشابه نیز بر نقش حیاتی میراث بومی در گردشگری خلاق تأکید دارند (Zhang & Xie, 2019). میراث بومی در هر مقصد گردشگری به موارد گوناگونی از جمله جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی، جاذبه‌های طبیعی و جاذبه‌های انسان‌ساخت تقسیم‌بندی شده‌اند. معماری ویژه و پلکانی هورامان، طبیعت بکر و زیبای آن، که شامل دره‌های عمیق، کوه‌های مرتفع، چشمه‌ها و رودخانه‌های متعدد است، می‌تواند محرک انگیزه گردشگران برای سفر به این مقصد گردشگری باشد (جدول ۵).

۳. آگاهی و اطلاع‌رسانی

عامل آگاهی و اطلاع‌رسانی، با میزان تأثیر ۰/۴۵۱، با ۷ شاخص شناسایی شد که از این ۷ شاخص یک شاخص به شدت دارای بار عاملی کمتر از بقیه و چهار شاخص دیگر در مقایسه با دیگر عوامل دارای وضعیت بهتری هستند. بیشترین تأثیر مربوط به استفاده از فناوری اطلاعات مانند

تحلیل عوامل

۱. تجربه و تعامل

عامل تجربه و تعامل، با بار عاملی ۰/۶۸۹، با چهار شاخص یکی از عوامل مهم گردشگری خلاق را تشکیل می‌دهد و پرداختن به این موضوع برای توسعه گردشگری خلاق مقصد لازم و ضروری است. در این میان، بیشترین وزن به ایجاد حس و تجربه سبک زندگی متفاوت در گردشگر توسط میزبان با بار عاملی ۰/۸۳۳ اختصاص یافته و کمترین بار عاملی مربوط به شاخص ارتباط گردشگر با محیط اطراف با امتیاز ۰/۷۳۶ است. منطقه هورامان با داشتن فرهنگ خاص خود به گردشگران این امکان را می‌دهد تا با توانایی‌های بالقوه خود تجارب خلاقانه را از طریق تعامل با مردم محلی و ویژگی‌های فرهنگی منحصر به فرد آن منطقه پرورش دهند. نتایج این بخش با پژوهش انجام‌شده توسط ریچاردز و ویلسون (2006) مطابقت دارد (جدول ۵).

۲. میراث بومی

عامل میراث بومی، با بار عاملی ۰/۶۳۱، با سه شاخص شناسایی شد. تحلیل نتایج نشان داد که



وبگاه‌ها برای معرفی بیشتر هورامان است. موارد دیگری از جمله تبلیغات از طریق فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نیز در توسعه گردشگری خلاق هورامان مؤثر شناخته شدند (جدول ۵).

۴. اصالت

اصالت عامل دیگری است که گردشگران خلاق در پی آن هستند. برای عامل اصالت، با میزان تأثیر ۰/۳۸۴، سه شاخص شناسایی شد. در این پژوهش، هر کدام از شاخص‌های موردبررسی برای عامل اصالت دارای ضریب تأثیر بالایی بودند و تقریباً به یک‌اندازه مهم و تأثیرگذار ارزیابی شدند. هویت معماری (معماری بومی)، چشم‌اندازهای کلی و ویژگی‌های کالبدی هورامان و همچنین بافت پلکانی و منحصر به فرد آن با بیشترین تأثیر شناسایی شدند (جدول ۵).

۵. حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق (اقتصادی)

عامل بعدی حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق (اقتصادی) با بار عاملی ۰/۳۶۵ است که ۳ شاخص برای آن در نظر گرفته شد. عامل حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق از عوامل مهم و مرتبط با گردشگری خلاق است (Wattanacharoensil & Sakdiyakor, 2016). شاخص‌هایی که در این عامل بارگذاری شده‌اند بیشتر مربوط به حوزه اقتصادی هستند. در میان گویه‌های این عامل، بیشترین بار عاملی به مرتبط بودن فعالیت‌های مقصد به فرهنگ محلی داده شده است. براساس نتایج این بخش، برای حفظ پایداری اقتصادی در هورامان، پیشنهاد می‌شود به در دسترس بودن مراکز آموزش صنایع دستی و مرتبط بودن فعالیت‌های مقصد به فرهنگ محلی بیشتر توجه شود؛ زیرا این موارد برای بسیاری از گردشگران مهم و در جذب آن‌ها مؤثر است. بنابراین، لازم است به منظور توسعه اقتصادی توجه جدی به این موارد شود (جدول ۵).

۶. کیفیت خدمات

کیفیت خدمات (تسهیلات و زیرساخت‌های گردشگری)، با بار عاملی (۰/۳۵۰)، یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در توسعه گردشگری خلاق شناخته شد. در این عامل، ۹ شاخص بارگذاری شد که، با توجه به نتایج تحلیل عاملی، عامل وضعیت راه‌های ارتباطی و حمل و نقل جاده‌ای بیشترین تأثیر را در بین سایر شاخص‌ها دارد. شاخص‌هایی مانند پاکیزگی محیط و پرداختن به محیط زیست، بهبود زیرساخت‌ها و خدمات اقامتی از جمله هتل، مسافرخانه و اقامتگاه‌های بوم‌گردی و واضح بودن نشانه‌ها و علائم راهنمای گردشگر برای توسعه گردشگری خلاق هورامان می‌تواند مؤثر واقع شود (جدول ۵).

۷. مشارکت

عامل بعدی مشارکت در گردشگری خلاق با بار عاملی (۰/۳۲۹) است که ۵ شاخص برای آن شناسایی شد. مشارکت در گردشگری خلاق از عوامل مهم و تأثیرگذار است. طبق یافته‌های ریچاردز و ویلسون (۲۰۰۶)، گردشگری خلاق، برخلاف گردشگری فرهنگی، بر شیوه‌های تولید و مصرف مشارکتی تأکید دارد و به فرهنگ روزمره و ناملموس به جای فرهنگ ایستا و ملموس توجه می‌کند. در این نوع گردشگری، گردشگران دیگر فقط تماشاچی نیستند، بلکه در تمام مراحل ایجاد تجربه مشارکت فعال دارند. ریچاردز انواع گردشگری خلاق را براساس سطح مشارکت گردشگر از کمترین تا بیشترین سطح مشارکت به این صورت بیان کرده است: ۱) خرید کردن؛ ۲) مشاهده؛ ۳) آزمودن؛ ۴) آموختن و ۵) تولید و مصرف مشارکتی. در این پژوهش، برگزاری جشنواره‌ها بیشترین تأثیر را از نظر کارشناسان و استادان داشته است. پس از آن، شاخص‌های دیگری از جمله برگزاری نمایشگاه، مشارکت گردشگر در اجرای مراسم و آیین‌های مخصوص منطقه، زمینه‌سازی آموزش هنرهای بومی به گردشگران، زمینه‌سازی مشارکت گردشگر در فرایند تولید محصولات خلاقانه به منظور توسعه گردشگری خلاق هورامان می‌تواند مؤثر باشند (جدول ۵).

جدول ۵: عامل‌ها و شاخص‌های مؤثر در گردشگری خلاق

| عامل | شاخص | بار عاملی |
|--------------------------------|---|-----------|
| تجربه و تعامل | ارتباط گردشگر با محیط اطراف و قابل درک بودن مقصد | ۰/۷۳۶ |
| | آداب و رسوم محلی هورامان | ۰/۸۰۶ |
| | تجربه سبک زندگی متفاوت در گردشگر توسط میزبان | ۰/۸۳۳ |
| | تعامل بهتر و بیشتر ساکنان محلی با گردشگر | ۰/۶۸۶ |
| میراث بومی | جاذبه‌های تاریخی فرهنگی | ۰/۶۵۰ |
| | جاذبه‌های طبیعی | ۰/۷۰۹ |
| | جاذبه‌های انسان‌ساخت | ۰/۶۶۳ |
| آگاهی و اطلاع‌رسانی | ایجاد مراکز اطلاع‌رسانی گردشگری | ۰/۶۶۳ |
| | تبلیغات از طریق فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی | ۰/۸۲۴ |
| | ایجاد و توسعه آژانس‌های گردشگری | ۰/۷۶۴ |
| | استفاده از فناوری اطلاعات (مانند وب‌گاه) به منظور معرفی بیشتر هورامان | ۰/۸۷۱ |
| | ارائه نقشه جامع از مقصد به گردشگران | ۰/۸۴۶ |
| | تبلیغات در شبکه ملی | ۰/۷۶۶ |
| | تبلیغات در شبکه محلی | ۰/۷۵۸ |
| اصالت | هویت معماری (معماری بومی) | ۰/۸۶۷ |
| | چشم‌اندازهای بکر و منحصر به فرد هورامان | ۰/۸۹۵ |
| | ساختار معماری پلکانی و منحصر به فرد | ۰/۸۳۸ |
| حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق | بهبود اقتصاد محلی | ۰/۷۳۶ |
| | در دسترس بودن مراکز آموزش صنایع دستی | ۰/۷۲۸ |
| | ارتباط فعالیت‌های مقصد به فرهنگ محلی | ۰/۸۱۱ |



| عامل | شاخص | بار عاملی |
|-------------|---|-----------|
| مشارکت | برگزاری نمایشگاه فصلی | ۰/۷۲۱ |
| | برگزاری جشنواره | ۰/۸۴۲ |
| | آموزش هنرهای بومی به گردشگران | ۰/۴۵۹ |
| | مشارکت گردشگر در اجرای مراسم و آیین‌های مخصوص | ۰/۵۶۷ |
| | مشارکت در فرایند تولید محصولات خلاقانه | ۰/۳۹۱ |
| کیفیت خدمات | واضح بودن نشانه‌ها و علائم راهنمای گردشگر | ۰/۷۱۲ |
| | بهبود زیرساخت‌های اقامتی | ۰/۶۸۴ |
| | بهبود زیرساخت‌های ارتباطی | ۰/۷۹۸ |
| | حمل و نقل عمومی | ۰/۷۱۱ |
| | ایجاد پارکینگ | ۰/۷۳۸ |
| | مراکز عرضه محصولات بومی | ۰/۷۲۳ |
| | بهبود زیرساخت‌های تفریحی | ۰/۷۲۳ |
| | پاکیزگی محیط | ۰/۷۵۸ |
| | فراهم کردن امکاناتی چون دستگاه‌های خودپرداز و باجه تلفن | ۰/۷۸۴ |

اولویت بندی عوامل مؤثر

در ادامه، به منظور اولویت بندی عوامل تأثیرگذار، از آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شده است.

۱. آزمون فریدمن

آزمون فریدمن، که به آزمون تحلیل دوطرفه معروف است، همانند آزمون f است و زمانی به کار می‌رود که مقیاس اندازه‌گیری حداقل در سطح سنجش ترتیبی باشد، به این دلیل که یکی از پیش فرض‌های آزمون f این است که واریانس گروه‌ها همگن باشد،

درحالی‌که این شرط در مقیاس‌های رتبه‌ای کمتر دیده می‌شود. در این پژوهش، از این آزمون به منظور سنجش رابطه میان ابعاد و بررسی جایگاه مؤلفه‌های گوناگون در نگاه گردشگران و بررسی معناداری سطح تفاوت میانگین داده‌ها استفاده شد (Habibpourgatabi & Safarishali, 2009: 694). به منظور اولویت بندی عوامل تأثیرگذار از آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شد که نتایج آن در جدول ۶ آورده شده است. نتیجه این آزمون با مقدار آماره $۴۳/۵۰۸$ و در سطح ۹۹ درصد اطمینان یعنی در

سطح خطای یک درصد (معناداری برابر ۰/۰۰۱) معنادار است. بنابراین، فرض صفر آزمون رد می‌شود و ادعا می‌کنیم که بین مؤلفه‌های ابعاد گردشگری خلاق از

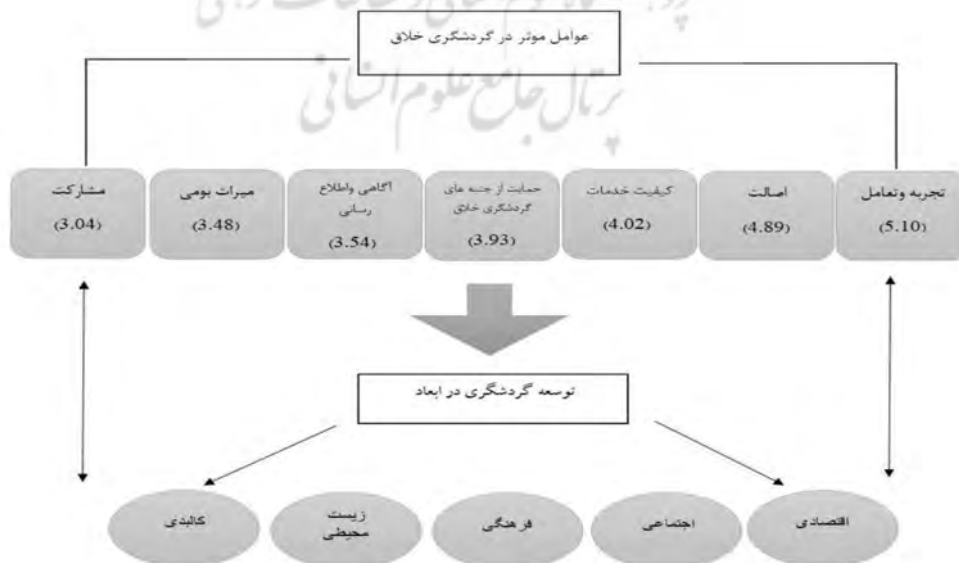
جدول ۶: خروجی آزمون فریدمن

| مقادیر | آماره |
|--------|------------|
| ۵۶ | تعداد |
| ۴۳/۵۰۸ | کای دو |
| ۶ | درجه آزادی |
| ۰/۰۰۱ | معنی‌داری |

نتیجه میانگین رتبه‌ها نیز نشان می‌دهد که بعد تجربه و تعامل با ضریب (۵/۱۰) در اولویت اول قرار دارد و از نظر کارشناسان بیشترین اهمیت را در توسعه گردشگری خلاق دارد. عامل اصالت با میانگین رتبه (۴/۸۹) در رتبه

جدول ۷: میانگین رتبه‌ها

| رتبه‌ها | میانگین رتبه‌ها | مؤلفه‌ها |
|---------|-----------------|--------------------------------|
| ۱ | ۵/۱۰ | تجربه و تعامل |
| ۲ | ۴/۸۹ | اصالت |
| ۳ | ۴/۰۲ | کیفیت خدمات |
| ۴ | ۳/۹۳ | حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق |
| ۵ | ۳/۵۴ | آگاهی و اطلاع‌رسانی |
| ۶ | ۳/۴۸ | میراث بومی |
| ۷ | ۳/۰۴ | مشارکت |



شکل ۷: مدل نهایی تحقیق با توجه به میانگین رتبه‌ها



بحث و نتیجه گیری

یکی از رویکردهای اصلی دولت‌ها در سال‌های اخیر، با توجه به محرومیت‌زدایی و ایجاد محرک‌های توسعه و تحقق اهداف تعیین‌شده در سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، بهره‌گیری از توان مناطق محروم بالاخص روستاها در مقوله گردشگری است. در این میان، استان کردستان، به‌منزله یکی از استان‌های دارای اقتصاد ضعیف و وابسته به کشاورزی و البته با طبیعت زیبا و چشم‌اندازهای بی‌نظیر، یکی از اهداف مهم در حوزه گردشگری به‌شمار می‌آید. با توجه به این‌که هورامان بیست‌وششمین اثر میراث فرهنگی ملموس ایران ثبت‌شده در فهرست جهانی یونسکو است، ضرورت برنامه‌ریزی در گردشگری این منطقه بیش‌ازپیش ضروری می‌نماید. درحال‌حاضر، سیاست‌های اجرایی توسعه طیف گسترده‌ای از چالش‌های زیست‌محیطی، فرهنگی و اجتماعی را از طریق گردشگری ایجاد کرده است. از منظر محیطی و اکولوژیکی، زمین‌های این منطقه از فعالیت‌های انسانی، که طبیعت آن را دگرگون ساخته است، رنج می‌برند. اقتصاد ضعیف به زیرکشت بردن بی‌رویه و آسیب‌رسانی به طبیعت بکر منطقه از جمله دامنه کوه‌ها و تپه‌ها منجر شده است. اگرچه ضوابط بالادستی درخصوص حفظ منابع طبیعی وجود دارد، ظاهراً مشکلات اقتصادی به نادیده گرفتن ضوابط و تخریب بی‌رویه منابع طبیعی منجر شده است. این در حالی است که بستر ویژه قرارگیری روستاهای منطقه (دامنه کوه‌ها)، مناظر طبیعی استثنایی و معماری خاص منطقه می‌توانند منابعی برای توسعه گردشگری روستایی باشند. قطعاً گردشگری خلاق یکی از راه‌های توسعه به‌شمار می‌آید و نتایج این پژوهش می‌تواند منبع پایداری را برای رشد اقتصادی در اختیار مردم محلی قرار دهد و به‌علاوه توجه نهادها و مدیران علاقه‌مند را به‌سمت انجام اقدامات مناسب سوق دهد.

نتایج این پژوهش نشان داد که، از بین عوامل مؤثر در گردشگری خلاق، عوامل تجربه و تعامل، میراث بومی، آگاهی و اطلاع‌رسانی، اصالت، حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق (اقتصادی)، کیفیت خدمات و مشارکت بیش از سایر عوامل قادر هستند در توسعه گردشگری خلاق در هورامان تأثیرگذار باشند. امکان تجربه سبک زندگی متفاوت برای گردشگر توسط میزبان می‌تواند در ایجاد تعامل و تجربه خلاقانه و توسعه گردشگری منطقه اثربخش باشد. جاذبه‌های طبیعی هورامان میراث بومی این مقصد نیز در توسعه گردشگری خلاق مؤثر شناخته شدند. طبیعت و محیط زیست

بکر در منطقه هورامان زمینه را برای رشد گردشگری خلاق فراهم می‌آورند. عامل آگاهی و اطلاع‌رسانی از دیگر عوامل مهم و مؤثر در گردشگری خلاق شناسایی شدند. قطعاً خلأ اطلاعاتی درخصوص منطقه موردنظر گردشگران را از شناخت بیشتر مقصد محروم می‌سازد. مؤثر بودن دسترسی به اطلاعات مقصد در توسعه گردشگری خلاق در نتایج پژوهش ریحاردز (۲۰۱۸) نیز تأیید شده است. عامل تأثیرگذار بعدی اصالت شناسایی شد. ریحاردز و ویلسون (۲۰۰۶) نیز از آن با عنوان مؤلفه اصلی گردشگری خلاق نام برده‌اند. وجود چشم‌اندازهای بکر و منحصربه‌فرد، هویت معماری منطقه (معماری بومی)، ساختار معماری و کالبدی خاص و پلکانی آن تأثیر بسیاری در نشان دادن اصالت و هویت منطقه دارد. عامل حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق از جنبه‌های مهم و مرتبط به گردشگری خلاق به دست آمد که با نتایج پژوهش‌های اتاناچارونسیل و ساکدیاکورن (۲۰۱۶) نیز انطباق دارد. مرتبط بودن فعالیت‌های مقصد به فرهنگ محلی از شاخص‌های مؤثر در رشد گردشگری خلاق و اقتصاد خواهد بود. در دسترس بودن مراکز آموزش صنایع دستی در بهبود وضعیت اقتصادی افراد بومی مؤثر است و، علاوه بر آموزش هنرهای بومی، موجب کسب درآمد ساکنان خواهد شد. در عامل کیفیت خدمات، وضعیت راه‌های ارتباطی و حمل‌ونقل جاده‌ای از جمله گویه‌های مؤثر شناسایی شد. بی‌شک حمل‌ونقل جاده‌ای و چگونگی دسترسی به مقصد گردشگری از شاخص‌های مهم و تأثیرگذار در امر توسعه گردشگری است. گویه‌های تأثیرگذار دیگر از جمله پاکیزگی محیط و پرداختن به محیط زیست، بهبود زیرساخت‌ها و ارائه خدمات اقامتی از جمله هتل، مسافرخانه‌ها و اقامتگاه‌های بوم‌گردی و حمل‌ونقل عمومی (در دسترس بودن انواع حمل‌ونقل) در بهبود کیفیت خدمات و تسهیلات گردشگری به‌منظور توسعه گردشگری خلاق هورامان مؤثر شناخته شدند. این موضوع با نتایج حاصل از پژوهش ریحاردز و ویلسون (۲۰۰۶) همخوانی دارد. مشارکت از دیگر عوامل و مؤلفه‌های گردشگری خلاق در هورامان ارزیابی شد که اولین گویه معنادار در این عامل برگزاری جشنواره‌ها بود و دومین شاخص برگزاری نمایشگاه‌ها همراه با مشارکت فعال گردشگران معرفی شد. همچنین، مشارکت گردشگر در اجرای مراسم و آیین‌های مخصوص منطقه و زمینه‌سازی آموزش هنرهای بومی به گردشگران در تبیین عامل مشارکت می‌تواند نقش داشته باشد. در ادامه، پیشنهادهایی به



کیانی سلمی، صدیقه و صفری، حامد (۱۳۹۸). تحلیل و بررسی شاخص‌ها و عوامل گردشگری خلاق در بافت‌های فرسوده شهری اصفهان (نمونه موردی: محله جویباره). ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۱۹(1)، 115-152. <http://sid.ir/paper/223367/fa>

منابع

- Bastenegar, M., & Hassani, A. (2019). Architecture of Tourism Ecosystem of the Creative Gastronomic City. A Social Network Analysis. *Journal of Tourism and Development*, 8(2), 105-126. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.160455.1584> [In Persian]
- Chin, C., Lo, M., Songan, P., & Nair, V. (2014). Rural Tourism Destination Competitiveness: A Study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 144, 35-44. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.271>
- Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization (CHHTO) of Kermanshah and Kurdistan Provinces, 2014. [In Persian]
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books, p 404. Just Labour, 2. <https://doi.org/10.25071/1705-1436.180>
- Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. New York-London. Routledge, 198, 138-139. <https://doi.org/10.4000/mediterranee.2878>
- Habibpour, K., & Safari, R. (2009). *A comprehensive guide to the use of SPSS in survey research: (quantitative data analysis)*. Publications: Mutafkaran. [In Persian]

استناد نتایج این پژوهش با هدف دستیابی به گردشگری خلاق و توسعه آن در هورامان ارائه می‌شود: ایجاد زمینه‌های مشارکت گردشگران در فعالیت‌های خاص منطقه؛ برگزاری کارگاه‌ها و کلاس‌های آموزش هنرهای بومی؛

توجه به زیرساخت‌ها و حمل‌ونقل عمومی؛ تخصیص مراکز عرضه صنایع دستی به محل فعالیت هنرمندان برای مشارکت و تعامل بیشتر بین گردشگران و هنرمندان؛ ایجاد وب‌گاه‌ها و وب‌گاه‌های اطلاعاتی قوی برای افزایش اطلاعات عمومی گردشگران در خصوص قومیت و گویش منطقه؛ جاده‌های استان کردستان و به‌خصوص هورامان گردشگری پذیر خواهند بود، به شرط آن‌که ایمن باشند. در این خصوص، هموارسازی راه‌ها مؤثر است؛ پخش آنلاین مراسم خاص منطقه موجب ایجاد انگیزه برای سفر به این منطقه خواهد شد و توجه به محیط زیست سالم و پاک انگیزه سفر را دوچندان خواهد کرد.

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

- بسته‌نگار، مهرانوش و حسنی، علی (۱۳۹۸). معماری اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گستر ونومی با تحلیل شبکه اجتماعی. گردشگری و توسعه، ۸(2)، 105-126. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.160455.1584>
- حبیب‌پور، کرم و صفری، رضا (۱۳۸۸). راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی تحلیل داده‌های کمی. تهران: انتشارات متفکران.
- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان‌های کرمانشاه و کردستان (۱۳۹۴).
- صادقیان بروجنی، نجمه، کیانی سلمی، صدیقه و غلامی بیمرغ، یونس (۱۳۹۹). شناسایی عوامل اثربخش بر توسعه گردشگری خلاق و تأثیر آن بر پایداری رفتار از دیدگاه گردشگران در مناطق روستایی شهرستان بروجن. پژوهش‌های روستایی، ۱۱(4)، 696-711. <https://doi.org/10.22059/jrur.2020.301054.1493>

- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Richards, G., & Wilson, J. (Eds.). (2007). *Tourism, Creativity and Development* (Vol. 10). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203933695>
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, G. (2013). Creativity and tourism in the city. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 119-144. <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2013.783794>
- Ross, D., Saxena, G., Correia, F., & Deutz, P. (2017). Archaeological tourism: A creative approach. *Annals of Tourism Research*, 67, 37-47. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.08.001>
- Sadeghiyan, N., Kiani Salmi, S., & Gholami, Y. (2021). Identifying the Factors Affecting the Development of Creative Tourism and Their Effect on the Sustainability of Behavior from the Perspective of Tourists in Rural Areas of Borujen City. *Journal of Rural Research*, 11(4), 696-711. <https://doi.org/10.22059/jrur.2020.301054.1493> [In Persian]
- Saile, B. (2013). Tourists of the new generation: interview with Greg Richards. El Pais. http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/05/03/actualidad/1367592536_461332.html.
- Tan, S. K., Kung, S. F., & Luh, D. B. (2013). A Model of 'Creative Experience' in Creative Tourism. *Annals of Tourism Research*, 41(4), 153-174. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002>
- Horng, J. S., Tsai, C. Y., Yang, T. C., Liu, C. H. C., & Hu, D. C. (2016). Exploring the relationship between proactive personality, work environment and employee creativity among tourism and hospitality employees. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 25-34. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.01.004>
- Kiani Salmi, S., & Safari, H. (2019). Analyzing and investigating the indices and factors of creative tourism in urban rusty contexture of Isfahan (Case study: Joybere quarter). *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 9(1), 115-152. <http://sid.ir/paper/223367/fa> [In Persian]
- Ohridska-Olson, R. V., & Ivanov, S. H. (2010). Creative Tourism Business Model and its Application in Bulgaria. *Institutions & Transition Economics: Microeconomic Issues e-Journal*. <https://ssrn.com/abstract=1690425>
- Poria, Y., Reichel, A., & Biran, A. (2006). *Heritage site management: Motivations and expectations*. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 162-178. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.08.001>
- Rahimi, M., & Pazand, F. (2016). The Pattern of Urban Living Tourism in Iran Using the Analytical Hierarchy Model. *Journal of Innovation and Creativity in the Humanities*, 6(3), 97-124. <http://Journal.bpj.r>
- Ravar, A. S., & Iorgulescu, M. C. (2014). Analyzing Manager's Perception of Creativity In Tourism. *Network Intelligence Studies*, (4), 255-261. <https://doi.org/10.34190/IRT.21.087>
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). *Creative Tourism*. ATLAS News, 23, 16-20. ISSN 1388-3607.



- Wurzbarger, R. (2010). Introduction to the Santa Fe & UNESCO international conference. A global conversation on best practices and new opportunities. In R. Wurzbarger, T. Aageson, A. Pattakos, S. Pratt (Eds.), *Creative tourism: A global conversation* (pp. 15-25). Santa Fe: Sunstone Press.
- Zhang, Y., & Xie, P. F. (2019). Motivational determinates of creative tourism: A case study of Albergue art space in Macau. *Current Issues in Tourism*, 22(20), 2538-2549. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1517733>
- Wattanacharoensil, W., & Sakdiyakorn, M. (2016). The potential of floating markets for creative tourism: A study in Nakhon Pathom Province, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(sup1), S3-29. <https://doi.org/10.1080/10941665.2014.998250>
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS quarterly*, 177-195. <https://doi.org/10.2307/20650284>

