

Research Paper

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

Najmeh Sadeghiyan¹, *Sedigheh Kiani Salmi², Younes Gholami²

1. MA Graduate, Department of Geography and Ecotourism, Faculty of Natural Resources and Earth Science, University of Kashan, Kashan, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Geography and Ecotourism, Faculty of Natural Resources and Earth Science, University of Kashan, Kashan, Iran.



Citation: 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 (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 11(4), 696-711, <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2020.301054.1493>

doi: <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2020.301054.1493>

Received: 15 April 2020

Accepted: 30 Aug. 2020

Key words:

Sustainable Behavior, Rural Tourism, Creative Tourism, Innovation, Structural Equation Modeling

ABSTRACT

Creative tourism is one of the most popular tourism development strategies in recent years and creative tourists are looking for new destinations to get a unique and creative experience. In fact, creative tourism seeks to add new ways to develop tourism. The research method is descriptive-analytical based on field surveys. The research instrument is a researcher-made questionnaire with 14 general and 88 professional open-ended and closed-ended questions that measure tourists' opinions. The results of the ranking of creative tourism explaining factors in rural areas of *Borujen* city by using Friedman test show that innovation and value creation index in tourism has the highest average value of 4.74. In this ranking, the handicrafts index received the lowest rate of creative tourism development (2.91). Using factor analysis test, sustainable tourist behavior factors have been identified in three cultural, environmental, and economic dimensions. The study of the effectiveness of creative tourism on sustainable behavior of tourists according to the operating load of -0.11 and also gaining a significant level higher than 0.05 to 0.01 indicates the lack of confirmation of the significant effect of creative tourism formation on the occurrence of sustainable behavior among tourists.

Copyright © 2021, Journal of Rural Research. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages, provided the original work is properly cited.

Extended Abstract**1. Introduction**

Creative tourism is one of the most popular tourism development strategies in recent years and creative tourists are looking for new destinations to get a unique and creative experience. In fact, creative

tourism seeks to find new ways to develop tourism. In the meantime, rural tourism destinations can provide creative products and services to tourists because of their diverse natural and human capabilities. This process can promote rural entrepreneurship and improve living conditions in rural areas. The purpose of the present study is to evaluate the potential of creative tourism with an entrepreneurship approach in rural areas of *Borujen*.

*** Corresponding Author:**

Sedigheh Kiani Salmi, PhD

Address: Department of Geography and Ecotourism, Faculty of Natural Resources and Earth Science, University of Kashan, Kashan, Iran.

Tel: +98 (31) 55913243

E-mail: s.kiani@kashanu.ac.ir

2. Methodology

The research method is descriptive-analytical based on field surveys. The research instrument is a researcher-made questionnaire with 14 general and 88 professional open-ended and closed-ended questions that measure tourists' opinions in a 5-point Likert format. The statistical population of the study consists of 159,000 rural tourists in *Borujen*. The sample size was estimated to be 380 using the Cochran formula which was distributed through cluster random sampling. Face validity and Cronbach's alpha coefficient of 0.889 were used to ensure the validity of the research instrument.

3. Results

Descriptive and inferential analyses were performed using SPSS software, one-sample t-test, and factor analysis tests. Structural equation modeling was also used to explain sustainable behavior and the impact of creative tourism on sustainable behavior. The results of the ranking of creative tourism explaining factors in rural areas of *Borujen* city by using Friedman test show that innovation and value creation index in tourism has the highest average value of 4.74. In this ranking, the handicrafts index received the lowest rate of creative tourism development (2.91). Using factor analysis test, sustainable tourist behavior factors have been identified in three cultural, environmental, and economic dimensions. These indices explained 33.9 percent of cultural sustainability, 14.8 percent of economic sustainability, and 11.75 percent of environmental sustainability, respectively. Finally, the study of the impact of creative tourism on sustainable tourism behavior using structural equation modeling shows that the development of creative tourism has not guaranteed sustainable tourism behavior. Achieving a significance level of efficacy above zero implies rejecting the research hypothesis of ineffectiveness.

4. Discussion

As mentioned, according to tourists, the information and advertising factor is more effective than any other factor in the development of creative tourism in rural areas of *Borujen* city. The calculated factor loads show that the development of tourism agencies and tours with a factor of 0.89 have the highest correlation with the latent variable and can be effective in promoting the rural tourism attractions of the region. Regarding the innovation and value creation factor, four variables remain among the eight items based on the significance level and the study of fitness indicators in the model. The calculated factor loads show that regarding this central factor, providing

local costume and photography services for tourists with a factor of 0.80 has the greatest correlation with the latent variable and can affect innovation and value creation in rural tourism in the region. Regarding the service and facilities factor, seven items are used, four of which are significant in the model and have been used. Improving rural medical facilities and services with a factor of 0.89 can be effective in explaining its higher-level factor in order to develop rural tourism and provide medical services to tourists. The food and feed factor, as [Lee and Wall \(2012\)](#) have stated in their research results, is one of the needs and attractions explaining creative tourism. The factor of rituals and traditions with a factor of 0.50 is the fifth factor in explaining creative tourism in the villages of *Borujen* city. Local games with a factor of 0.82 have the highest factor. Introducing and providing a playground for tourists is another feature of rural tourism in the context of creative tourism. Rural festivals and music are the second criteria in explaining creative tourism. As [Sang Chumnong \(2018\)](#) have confirmed, the factor loads calculated in the handicrafts factor show that the proximity of the style of rural handicraft products to the customer's taste with a factor of 0.89 is in the first place. The first factor affecting the tangible heritage of tourism with a factor of 0.83 is related to agricultural attractions and agricultural farms in the village and the possibility of participation in them.

5. Conclusion

The study of the effectiveness of creative tourism on sustainable behavior of tourists according to the operating load of -0.11 and also gaining a significant level higher than 0.05 to 0.01 indicates the lack of confirmation of the significant effect of creative tourism formation on the occurrence of sustainable behavior among tourists.

Acknowledgments

This research did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Conflict of Interest

The authors declared no conflicts of interest



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

شناسایی عوامل اثربخش بر توسعه گردشگری خلاق و تأثیر آن بر پایداری رفتار از دیدگاه گردشگران در مناطق روستایی شهرستان بروجن

نجمه صادقیان بروجنی^۱، صدیقه کیانی سلمی^۲، یونس غلامی^۲

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و توریسم آکوتوریسم، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

۲- استادیار، گروه جغرافیا و آکوتوریسم، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

حکیده

تاریخ دریافت: ۲۷ فروردین ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش: ۰۹ شهریور ۱۳۹۹

مقصدهای گردشگری روستایی به علت بهره‌مندی از قابلیت‌های متنوع طبیعی و انسانی می‌تواند به‌عنوان مقصدی خلاق محصولات و خدمات خلاق به گردشگران ارائه نماید. هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل اثربخش بر توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی شهرستان بروجن است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی مبتنی بر بررسی‌های میدانی است. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته با ۱۰۲ سؤال و جامعه آماری پژوهش گردشگران روستایی به تعداد ۱۵۹۰۰۰ نفر است. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۰ نفر برآورد و به روش تصادفی توزیع گردید. تحلیل‌های توصیفی و استنباطی با بهره‌گیری از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های آماری تی تک نمونه‌ای و تحلیل عاملی صورت گرفته است. همچنین مدل‌سازی معادلات ساختاری برای شناسایی رفتارهای پایدار و بررسی اثر گردشگری خلاق بر آن در نرم‌افزار AMOS مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج رتبه‌بندی عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی شهرستان بروجن بیشترین پتانسیل را با بار عاملی ۰/۹۰ به شاخص اطلاع‌رسانی و تبلیغات اختصاص داده است. رفتارهای پایدار گردشگران با استفاده از آزمون تحلیل عاملی در سه بعد عوامل فرهنگی، زیست‌محیطی و اقتصادی مشخص شده است که به ترتیب پایداری فرهنگی ۳۳/۹ درصد، پایداری اقتصادی ۱۴/۸ درصد و پایداری زیست‌محیطی ۱۱/۷۵ درصد رفتارهای پایدار گردشگران را تبیین نموده است. البته باید متذکر شد وجود زمینه‌های گردشگری خلاق در منطقه اثری بر بروز رفتارهای پایدار گردشگران روستایی نداشته است.

کلیدواژه‌ها:

رفتار پایدار، گردشگری روستایی، گردشگری خلاق، نوآوری، مدل‌سازی معادلات ساختاری

مقدمه

مهارت در تمامی آن‌ها مشاهده می‌گردد (Siow-Kian, Shiann Far & Ding-Bang, 2013) و تجربیات انعطاف‌پذیری را ارائه می‌دهد که می‌تواند بین میزبان و گردشگر ایجاد شود (Richards, 2011) و به گردشگر اجازه پرورش توانایی‌های فعلیت نیافته خلاق خود را از طریق مشارکت و آموختن تجارب منطقه مورد بازدید، می‌دهد (Richards & Raymond, 2002).

ریچاردز و ریمنند^۱ (۲۰۰۰) به عنوان نخستین ارائه‌کنندگان اصطلاح گردشگری خلاق تأکید دارند هر مقصد قادر است ترکیبی خاص از دانش، مهارت، میراث ملموس، سرمایه اجتماعی و فضایی به عنوان پتانسیل ویژه برای فعالیت‌های خلاق ارائه نماید (Breg, Magilavy, & Zuckerman, 1990). در این بین عواملی مانند نوآوری، سرمایه اجتماعی، کیفیت زندگی، سرمایه انسانی خلاق به عنوان معیارهای شکل‌گیری منطقه خلاق گردشگری

1. Richards & Raymond

از زمان رونق گردشگری و فراغت به‌عنوان بزرگ‌ترین تحرک اجتماعی، رهیافت‌های سنتی توسعه دچار دگرگونی شد (Ali Akbari & Ismaili, 2016). به طوری که با پیدایش گردشگری فرامردن تجارب یکسان ارائه‌شده در مقاصد تفریحی، برای پاسخ به نیازهای گردشگران کافی نبوده (Stolarick, Denstedt, Donald & Spencer, 2010) و سعی می‌کنند با مشارکت در فرهنگ‌های محلی، فعالیت‌های خلاقانه را تجربه کنند. برخی محققان این پدیده را گردشگری خلاق (Lee & Lee, 2015) به‌عنوان نسل سوم گردشگری نامیده‌اند (Kim, 2013). گردشگری خلاق با رشد الگوهای جدید مصرف، اشکال ماهرانه‌تر فعالیت‌های گردشگری و با تغییر در تولید محصولات گردشگری شکل گرفته است (Ababneh, 2017) که مشترکاتی از جمله «مشارکت فعال» (Lénia & Borba, 2017) تجارب معتبر، پتانسیل توسعه خلاق و توسعه

* نویسنده مسئول:

دکتر صدیقه کیانی سلمی

نشانی: کاشان، دانشگاه کاشان، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، گروه جغرافیا و آکوتوریسم.

تلفن: ۵۵۹۱۳۲۴۳ (۳۱) ۰۹۸+

پست الکترونیکی: s.kiani@kashanu.ac.ir

مروری بر ادبیات موضوع

طی دهه ۱۹۹۰ میلادی به خلاقیت در نواحی روستایی توجه ویژه‌ای گردید (Richards, & Marques, 2012). ریچاردز و ویلسون^۲ بیان می‌کنند گردشگری خلاق فرصت‌های جدیدی برای یادگیری مهارت‌های نو و برقراری پیوند نزدیک میان گردشگران، مردم محلی و میراث فرهنگی آن‌ها پدید می‌آورد (Richards & Wilson, 2007) که سبب رضایتمندی و تأمین نیازها در سطوح بالاتر شده و تمرکز ویژه آن بر گسترش مهارت فعال بازدیدکنندگان است. چنانچه شور بیان می‌کند تمایل به «تجارب فرهنگی محلی» صرفاً مربوط به دیدن نمادهای کلیدی میراث فرهنگی نیست، بلکه غوطه‌ور شدن در فرهنگ به‌طور کلی است (Shore, 2010). با توجه به تعاریف ارائه شده می‌توان گفت توسعه گردشگری خلاق در یک مقصد نیازمند توسعه صنایع خلاق، مشارکت فعالانه گردشگر و تماس نزدیک با مردم محلی است (Stipanovic & Rudan, 2014). در این مسیر رهیافت روستای خلاق به عنوان مردمی‌ترین شکل گردشگری (Papoli Yazdi & Saghaei, 2006) می‌تواند با بهره‌گیری از استعدادها، منابع طبیعی، سبک زندگی و تجربه موجود در روستا و پرورش خلاقیت در جامعه میزبان، زمینه باززنده‌سازی سکونتگاه‌های روستایی را با تکیه بر گردشگری فراهم کند. در این نگرش جامعه روستایی، فعالیت‌های اقتصادی، فضای روستا، پیوندها و ارتباطها و چشم‌انداز، پنج رکن اصلی روستای خلاق است (Rast Ghalam, Seidaei & Nouri, 2016).

دیدگاه‌ها و نظریه‌های توسعه گردشگری خلاق

گردشگری خلاق یک فعالیت میان‌رشته‌ای است، لذا می‌توان رویکردهای مختلفی در آن بیان کرد. در دیدگاه «گردشگری خلاق در نقش خدمت»، بین مصرف‌کننده و تولیدکننده تعاملی به وجود می‌آید. این امر تضمین‌کننده انتقال دانش و مهارت‌هایی است که با استفاده از منابع ملموس و ناملموس ایجاد شده است (Basth Negar, Hassani & Khakzar Befroui, 2017). در دیدگاه دیگر با عنوان «نوع به خصوصی از تقاضا»، گردشگری به دنبال برآورده کردن نیازهای آدمی است که این پدیده پیامد نظام تولید پسامدرن برای گردشگری است (Richards & Wilson, 2007). دیدگاه دیگر، «گردشگری خلاق را منبع رشد و توسعه سایر فعالیت‌های اقتصادی» می‌داند. صاحب‌نظران این دیدگاه معتقدند دو شکل از گردشگری خلاق وجود دارد که یا وابسته به یک مقصد گردشگری خاص است و یا مبتنی بر فعالیت‌های خلاقانه است که در رویکرد اول، شهرها و مناطق روستایی شکل می‌گیرد و در رویکرد دوم، فرآورده‌های گردشگری خلاق در فضا منتشر می‌شود (Sadeghian, 2019).

معرفی شده‌اند (Dorostka, 2015)، طبیعتاً مناطق روستایی نیز از این قاعده مستثنی نیستند. برای جوامع روستایی و کوچک، رفاه اقتصادی، فرهنگی و محیط زیستی (Lee & Lee, 2015) فرآیندی است که تحقق آن را گردشگری در پیوند با خلاقیت فراهم می‌سازد.

صاحب‌نظران توسعه روستایی با در نظر داشتن آثار مثبت فعالیت‌های گردشگری، بر این باورند (Ghorbani, Hosseinabadi & Torani, 2013) ترکیب مناسب گردشگری، کارآفرینی و خلاقیت می‌تواند ضمن جواب دهی به نیازهای روستاییان متضمن گردشگری مطلوب برای گردشگران باشد (Sadeghian, 2019). در این رویکرد پاسخ‌گویی به تقاضای روزافزون گردشگری، منوط به نوسازی خدمات و محصولات توریستی است (Lordkipanidze, 2005) که زمینه مشارکت ساکنان روستایی در فعالیت‌هایی بر مبنای اقتصاد و گردشگری خلاق را فراهم می‌آورد. در این مسیر کشورهایی که به متنوع‌سازی اقتصادی روی آورده‌اند، در جستجو یا خلق روش‌های جدید، پایداری را به عنوان یکی از سناریوهای برطرف‌دار پذیرفته‌اند (Pour Ahmad, Hosseini Siahgoli & Safdari, 2016) که یکی از اجزای بسیار مهم آن رفتار گردشگران است (Tahmasebi & Roshanian, 2016: 35). فراتر عوامل اثرگذار بر رفتار گردشگران را عوامل فردی، اجتماعی و موقعیتی می‌داند که شناسایی آن می‌تواند در تدوین استراتژی‌های مناسب برای بهبود رفتار آنان مورد استفاده قرار گیرد (Fratu, 2011). بنابراین در این رویکرد تبیین رفتارهای گردشگران از مسائل مهمی است که به دلایل متعدد اهمیت کاربردی بسیاری نیز دارد (Jafari, Najarzadeh, Jafari & Rajabi, 2017).

شهرستان بروجن در استان چهارمحال و بختیاری، به علت وجود دیدنی‌های فراوان بستر توسعه گردشگری خلاق در منطقه را فراهم نموده، به گونه‌ای که می‌تواند تجربه‌ای بدیع برای گردشگران به ارمغان آورد. تبدیل جاذبه‌های موجود در این منطقه به محصول گردشگری خلاق نیازمند توجه عالمانه و به‌کارگیری ابتکارات فعالان گردشگری است. در این زمینه شناسایی عوامل توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی شهرستان بروجن از ضروریات محسوب می‌گردد. همان‌طور که ذکر گردید گردشگری خلاق شکلی پایدار از توسعه گردشگری است که توسعه آن در مقاصد گردشگری می‌تواند بر رفتارهای ساطع‌شده از گردشگران اثر داشته باشد. به همین منظور پژوهش حاضر برای دستیابی به اهداف زیر صورت پذیرفته است:

- شناسایی عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی شهرستان بروجن.

- دسته‌بندی و شناسایی رفتارهای پایدار گردشگران.

- بررسی معناداری ارتباط بین توسعه گردشگری خلاق و پایداری رفتارهای گردشگران.

2. Richards & Wilson

رفتار پایدار

از نظر مفهومی، رفتار پایدار، مجموعه‌ای از کنش‌های افراد نسبت به محیط است که طیف وسیعی از احساسات، تمایلات و آمادگی‌های خاص برای رفتار نسبت به محیط را شامل می‌شود (Salehi & Imam Qoli, 2016). چنین تصور می‌شود که آگاه کردن مردم از پیامدهای رفتارشان، می‌تواند آن‌ها را به در پیش گرفتن رفتار مناسب تشویق کند (Fazeli & Jafar Salehi, 2013). فرآیند ارزیابی رفتارهای گردشگران را می‌توان در سه محور عمده اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی بررسی کرد. در بسیاری از کشورهای جهان گردشگری را به عنوان یکی از بخش‌های کلیدی برای توسعه اقتصادی در نظر می‌گیرند که مهم‌ترین اثر آن ایجاد اشتغال و درآمد است (Fani, Alizadeh Toli & Zahmatkesh, 2014) و البته افزایش هزینه‌های اقتصادی جامعه میزبان را به دنبال دارد (Kiani, 2014). از دیدگاه باتلر تغییرات اجتماعی حاصل از گردشگری، متأثر از دو دسته عوامل مرتبط با گردشگران (تعداد، مدت اقامت، ویژگی‌های قومی، ویژگی‌های اقتصادی و فعالیت‌های بازدیدکنندگان) و ناحیه مقصد (وضعیت اقتصادی ناحیه، میزان مشارکت اجتماعی، میزان پایداری فرهنگ محلی و سایر ویژگی‌ها) است (Embacher et al., 2003). توسعه گردشگری در فضاهای جغرافیایی علاوه بر آثار اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی آثار زیست‌محیطی نیز دارد که منبعت از رفتارهای گردشگران است (Papoli Yazdi & Saghaei, 2006).

پیشینه پژوهش

با توجه به محدوده موضوعی تحقیق به مرور برخی مطالعات انجام گرفته در زمینه پژوهش پرداخته شده است. درستکار (۲۰۱۵) در امکان‌سنجی شکل‌گیری منطقه خلاق یزد نشان می‌دهد گردش منطقه خلاق شامل نوآوری، سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی است. شاطریان و همکاران (۲۰۱۶) دریافتند پتانسیل‌های گردشگری در شکل‌گیری گردشگری خلاق در کرمانشاه مؤثر است. دریایی (۲۰۱۶) گردشگری در منابع میراث فرهنگی را از منظر اخلاق نگریسته و به آن به عنوان عنصری ضروری در توسعه گردشگری اشاره می‌نماید. بسته نگار (۲۰۱۶) نشان می‌دهد در طراحی برند گردشگری کاربرد یک نماد رنگین ضرورت می‌یابد. محمدی و میرمتقیان رودسری (۲۰۱۶) در مدل‌سازی محصول خلاق گردشگری دریافتند تأکید بر افراد خلاق بیشتر از عوامل دیگر است. بسته نگار (۲۰۱۶) به این نتیجه رسید، گردشگری خلاق می‌تواند در گستره‌ای دیده شود که دو سوی آن مقصد محوری و فعالیت محوری جای گرفته باشد. قاسملو (۲۰۱۷) دریافت روستاهای تاریخی - فرهنگی شمال غرب کشور بسترهای مناسبی برای توسعه گردشگری خلاق دارد. کیانی سلمی و صفری (۲۰۱۹) در تحلیل و بررسی شاخص‌ها و عوامل گردشگری خلاق در بافت‌های فرسوده شهری

اصفهان دریافتند وضعیت عوامل اثر گذار را به صورت نامناسب، متوسط و مناسب ارزیابی نموده‌اند.

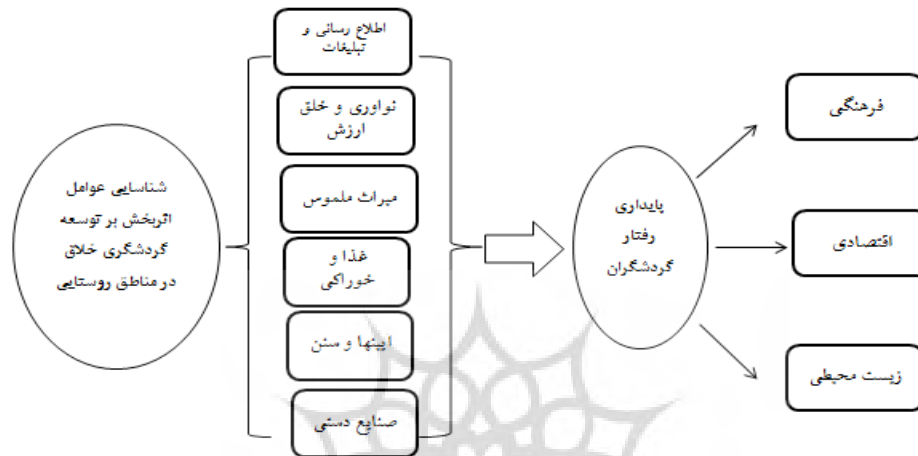
مطالعه لی و وال^۳ (۲۰۱۲) حاکی از آن است شکل‌گیری یک خوشه غذایی باعث جذابیت یک مکان و تحریک توسعه اقتصاد خلاق می‌شود. ریچاردس و مارکیس^۴ (۲۰۱۲) بیان می‌کند گردشگری خلاق می‌تواند به عنوان شکلی از گردشگری شبکه‌ای مورد توجه قرار گیرد. نتیجه تحقیق سیو کیان تان^۵ و همکاران (۲۰۱۳) در گردشگری تایوان دأثر بر اثربخشی «تعملات بیرونی» و «بازتاب‌های درونی» در تجربه خلاق گردشگران است. چنگ^۶ (۲۰۱۳) نیز نشان می‌دهد انگیزه، تجربه و ارزش درک‌شده در گردشگری خلاق تأثیر دارد. سیو کیان تان و همکاران (۲۰۱۴) معتقدند شناخت بهتر انواع گردشگران خلاق از طریق بررسی ترکیب تجارب کلی آنان امکان‌پذیر است. استیپانویک و رودان^۷ (۲۰۱۴)، بر اساس نظرسنجی به بررسی توسعه و استراتژی گردشگری خلاق در مقصد کوارنر می‌پردازد. لی و لیو^۸ (۲۰۱۶) به چگونگی ایجاد و توسعه فضای خلاقانه در نظام آموزشی گردشگری و هتلداری پرداخته‌اند. آردهالا^۹ و همکاران (۲۰۱۶) نتیجه می‌گیرند از نیازهای اساسی گردشگری خلاق، عواملی مانند جاذبه گردشگری، دسترسی، تحرک و توسعه محصول خلاق است. نتایج پژوهش سوفیلد^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۷) نشان می‌دهد مکان‌های محلی نقش قابل توجهی در بازار بین‌المللی گردشگری دارد. سنگ چومونگ^{۱۱} (۲۰۱۸) در توسعه مقصد توریستی مبتنی بر اقتصاد خلاق دریافت مشارکت جامعه در توسعه گردشگری خلاق و توسعه پایدار تأثیر دارد. کومنین و انگلند^{۱۲} (۲۰۱۸) در مقاله‌ای نشان می‌دهد چگونه تخصص و انعطاف‌پذیری در صنایع فرهنگی به صنایع خلاق تبدیل می‌شوند. نتیجه مقاله ریچاردس^{۱۳} (۲۰۱۸) نشان می‌دهد توسعه فرهنگ مدرن و اثرات تکنولوژی جدید راهی به سوی استراتژی‌های آینده است. پژوهش حاضر، در ادامه تحقیقات انجام‌شده با نگرشی جامع‌نگر امکان‌سنجی توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی بروجن را مورد مطالعه قرار داده است. مدل مفهومی پژوهش در تصویر شماره ۱ نشان داده شده است.

3. Lee & wal
4. Richards & marques
5. Siow Kian tan
6. Lan-ian chang
7. Stipanovic & rudan
8. Li & Liu
9. Ardhala
10. Sofield
11. Sang chumngong
12. Comunian & england
13. Richards

روش‌شناسی تحقیق

جامعه آماری پژوهش، ۱۵۹۰۰۰ گردشگر بازدیدکننده مناطق روستایی شهرستان بروجن در نیمه اول سال ۹۸ بوده است (Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of Borujen, 2019). حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۰ نفر محاسبه و نحوه اختصاص آن به مناطق روستایی از طریق انتساب متناسب بوده است. در جدول شماره ۲، نام روستا، تعداد گردشگر و تعداد نمونه بیان شده است.

پژوهش از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت توصیفی-تحلیلی است. به منظور عملیاتی کردن مؤلفه‌های پژوهش از تعدادی نماگر استفاده شد که بر اساس طیف ۵ درجه‌ای لیکرت با کدگذاری ۱ تا ۵ تدوین گردید. نتایج حاصل از محاسبه میزان آلفا به مقدار ۰/۸۸۹ نشان از پایایی ابزار تحقیق دارد. در جدول شماره ۱، پایایی ابزار تحقیق به تفکیک ارائه شده است.



فصلنامه پژوهش‌های روستایی

تصویر ۱. مدل مفهومی پژوهش. ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۸

جدول ۱. ساختار ابزار اندازه‌گیری و مقدار آلفای کرونباخ.

بعد	تعداد گویه	آلفا	بعد	تعداد گویه	آلفا
صنایع دستی	۸	۰/۷۸۳	اطلاع‌رسانی و تبلیغات	۴	۰/۸۲۰
آیینها و سنن	۹	۰/۹۰۰	خدمات و امکانات	۷	۰/۸۷۰
غذا و خوراکی	۷	۰/۷۶۸	پایداری	۲۱	۰/۷۲۶
جاذبه‌های گردشگری	۱۵	۰/۸۸۰	هدف از سفر	۸	۰/۸۸۵
نوآوری و خلق ارزش در گردشگری	۴	۰/۸۵۰	کل		۰/۸۸۹

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

جدول ۲. نام روستا، تعداد گردشگر و تعداد نمونه.

نام روستا	تعداد گردشگری	تعداد نمونه	نام روستا	تعداد گردشگری	تعداد نمونه
آورگان	۳۷۰۰۰	۹۰	حسین‌آباد	۳۲۰۰	۱۰
سیبک	۳۳۰۰۰	۸۰	نصیرآباد	۱۲۰۰۰	۳۰
متویی	۴۰۰۰	۱۰	بیزگرد	۶۰۰۰	۱۵
دستگرد	۸۰۰۰	۲۰	امام قیس	۲۱۰۰۰	۵۰
گلوگرد	۱۲۵۰۰	۳۰	دوراها	۸۰۰۰	۲۰
دهنو	۸۰۰۰	۲۰	گردیشه	۲۰۰۰	۵

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

شاخص‌های غذا و خوراکی، جاذبه‌های گردشگری، نوآوری و خلق ارزش در گردشگری و خدمات و امکانات در توسعه گردشگری خلاق اثرگذار هستند.

شناسایی رفتارهای پایدار گردشگران

به منظور دسته‌بندی رفتارهای پایدار گردشگران، از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. با توجه به مقدار KMO به میزان $0/889$ ، کفایت نمونه‌گیری تأیید می‌گردد. پس از برازش و مقایسه مدل‌های مختلف، مدل تحلیل ۳ عاملی به روش مؤلفه‌های اصلی و با دوران واریمکس با دقت $60/560$ انتخاب شده است. طبق نتایج جدول شماره ۴، عامل نخست تحت عنوان «پایداری فرهنگی» تبیین‌کننده $33/997$ درصد واریانس کل بوده است. دومین عامل «پایداری اقتصادی» با $14/803$ درصد، عامل سوم «پایداری زیست‌محیطی» $11/759$ درصد واریانس رفتارهای پایدار گردشگران را تبیین می‌نماید.

بررسی اثر گردشگری خلاق بر رفتارهای پایدار گردشگران

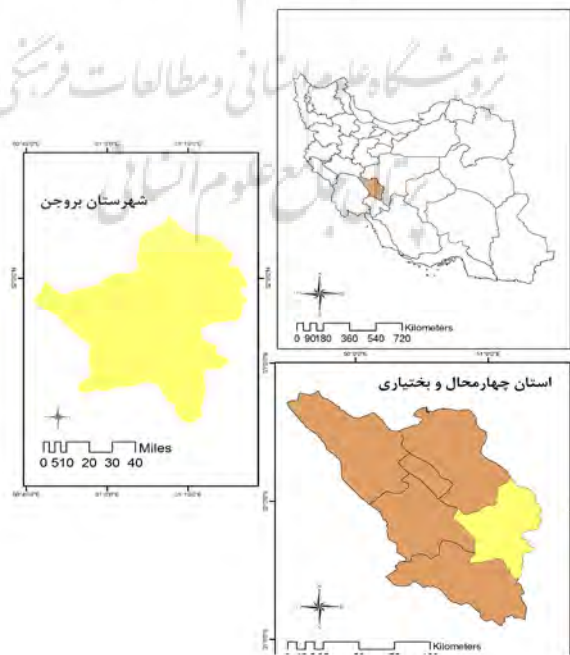
برای تشخیص اثر گردشگری خلاق بر رفتارهای پایدار گردشگران از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. تصویر شماره ۳، مدل ساختاری اثر گردشگری خلاق بر رفتارهای پایدار را می‌سنجد.

شهرستان بروجن در موقعیت 51 درجه و 17 دقیقه طول شرقی، 32 درجه و 57 دقیقه عرض شمالی در شرقی‌ترین نقطه استان قرار دارد. در حال حاضر از سه بخش، ۶ شهر و ۵ دهستان تشکیل شده است (Statistical yearbook of Chaharmahal and Bakhtiari province, 2017). در تصویر شماره ۲ موقعیت جغرافیایی منطقه نمایش داده شده است.

یافته‌ها

اطلاعات مربوط به تعداد پاسخ‌دهندگان برحسب جنسیت آنان نشان می‌دهد ۲۴۲ نفر از آنان را زنان و ۱۲۸ نفر را مردان تشکیل داده‌اند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۴ سال و از مجموع پاسخگویان ۱۱۰ نفر مجرد و ۲۴۹ نفر متأهل هستند. وضعیت دفعات بازدید از مناطق گردشگری نشان می‌دهد ۱۱۳ نفر برای اولین بار، ۷۸ نفر دومین بار و ۱۷۴ نفر از افراد بیش از ۳ بار از این مناطق بازدید نموده‌اند.

وضعیت عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی شهرستان بروجن برای بررسی وضعیت ابعاد اثرگذار بر توسعه گردشگری خلاق، داده‌های هر یک از ابعاد هفت‌گانه با هم ترکیب شده و برای متغیر ترکیبی از آزمون تی استفاده شده است. مطابق جدول شماره ۳، شاخص صنایع‌دستی در توسعه گردشگری خلاق اثرگذاری کمی داشته است. وضعیت شاخص آیین‌ها و سنن و اطلاع‌رسانی و تبلیغات اثربخشی متوسط است.



تصویر ۲. موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه. ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۸

جدول ۳. نتایج آزمون تی برای بررسی وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق در شهرستان بروجن.

ارزیابی شاخص	حد متوسط: ۳				زیر معیار
	اطمینان در سطح ۹۵٪		تفاوت میانگین	سطح معناداری	
	کرانه بالا	کرانه پایین			
صنایع دستی	-۰/۰۵	-۰/۲۲	-۰/۱۴	۰/۰۰۱	-۳/۲۰
آیین‌ها و سنن (میراث ناملموس)	۰/۱۱	-۰/۰۶	۰/۰۲	۰/۵۵	۰/۵۹
غذا و خوراکی	۰/۵۰	۰/۳۱	۰/۴۱	۰/۰۰۰	۸/۷۶
جاذبه‌های گردشگری (میراث ملموس)	۰/۴۴	۰/۲۸	۰/۳۶	۰/۰۰۰	۹/۰۱
نوآوری و خلق ارزش در گردشگری	۰/۴۸	۰/۲۷	۰/۳۷	۰/۰۰۰	۷/۳۰
اطلاع‌رسانی و تبلیغات	۰/۱۳	-۰/۰۷	۰/۰۳	۰/۵۷	۰/۵۶
خدمات و امکانات	۰/۳۲	۰/۱۱	۰/۲۱	۰/۰۰۰	۴/۰۸
توسعه گردشگری خلاق	۰/۲۵	۰/۱۱	۰/۱۸	۰/۰۰۰	۵/۲۰

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

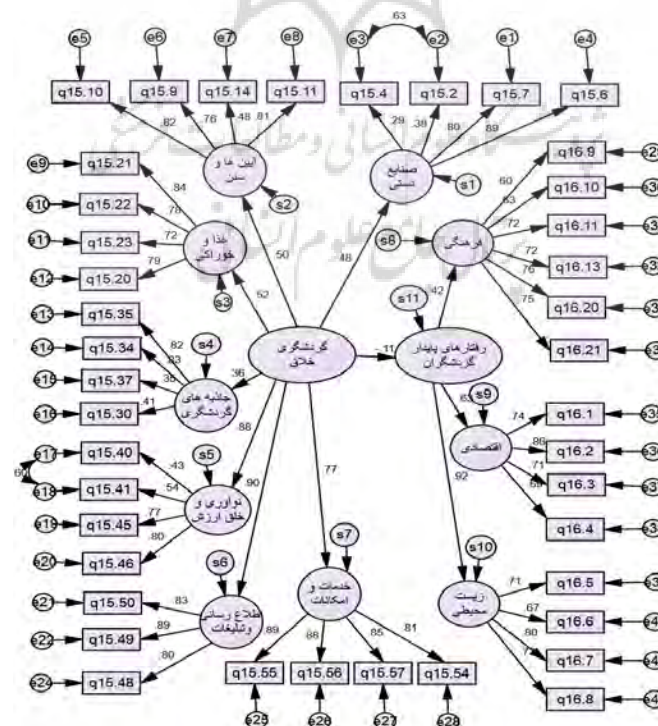
منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

جدول ۴. تبیین واریانس عوامل اثرگذار بر ماندگاری گردشگران.

مؤلفه‌ها	پوشش واریانس بدون اعمال دوران		پوشش واریانس با اعمال دوران	
	واریانس افزوده	واریانس انباشتی	واریانس افزوده	واریانس انباشتی
پایداری فرهنگی	۳۷/۵۶۵	۳۷/۵۶۵	۳۳/۹۹۷	۳۳/۹۹۷
پایداری اقتصادی	۱۶/۲۱۷	۵۳/۷۸۲	۱۴/۸۰۳	۴۸/۸۰۰
پایداری زیست‌محیطی	۶/۷۷۷	۶۰/۵۶۰	۱۱/۷۵۹	۶۰/۵۶۰

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸



فصلنامه پژوهش‌های روستایی

تصویر ۳. مدل ساختاری سنجش اثر گردشگری خلاق بر رفتارهای پایدار گردشگران. ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۸

پژوهش توانسته‌اند مدل مفهومی پژوهش را نمایندگی کنند. بررسی وضعیت اثربخشی گردشگری خلاق بر رفتارهای پایدار گردشگران با توجه به بار عاملی ۰/۱۱- و نیز کسب سطح معناداری بالاتر از ۰/۰۵ چنانچه در جدول شماره ۷ بیان شده است، نشانگر عدم تأیید اثر معنادار گردشگری خلاق بر رفتارهای پایدار گردشگران است.

یافته‌های مدل نشان می‌دهد نهایتاً کدام متغیرها نقش بارزتری در تبیین گردشگری خلاق در روستاهای شهرستان بروجن داشته است. در جدول شماره ۵، کد و متغیرهای موجود در مدل ارائه نشان داده شده است.

بررسی مقادیر غیراستاندارد، خطای معیار، مقدار P و شاخص‌های برازش در جدول شماره ۶ نشان می‌دهد داده‌های

جدول ۵. کد و نام متغیرهای نهایی شناسایی شده در مدل.

کد	متغیر	شاخص	مؤلفه
Q15.2	تماشای مراحل تولید یا خرید بافته‌های گلیم	صنایع‌دستی	
Q15.4	شرکت در نمایشگاه صنایع‌دستی محلی و خرید تولیدات روستایی		
Q15.6	نزدیکی سبک محصولات صنایع‌دستی روستاییان با سلیقه مشتری		
Q15.7	کیفیت و تنوع صنایع‌دستی علاوه بر نمده گلیم و فرش		
Q15.9	شرکت در مراسم محلی روستایی مانند عروسی، نوروز و...	آیین‌ها و سنن	
Q15.10	بازی‌های محلی مثل چوب بازی، هفت‌سنگ		
Q15.14	جشنواره‌ها و موسیقی روستایی (ساز و دهل و سرنا)		
Q15.11	سبک زندگی، معیشت و فرهنگ زندگی روزمره		
Q15.20	غذاهای محلی روستایی و نحوه طبخ آن	غذا و خوراکی	
Q15.21	آش‌های محلی روستایی		
Q15.22	خرید محصولات تولیدی روستاییان		
Q15.23	نان‌های محلی روستایی منطقه		
Q15.30	تالاب گندمان	جاذبه‌های گردشگری	گردشگری خلاق
Q15.34	جاذبه‌های کشاورزی موجود در روستا و امکان مشارکت در آن		
Q15.35	دام‌های موجود و امکان مشارکت در فعالیت‌های دامداری		
Q15.37	تمیزی محیط و عدم وجود آلودگی مناطق روستایی		
Q15.40	افزایش تعداد مجسمه‌ها متناسب با فرهنگ و از مشاهیر روستا	نوآوری و خلق ارزش در گردشگری	
Q15.41	ایجاد مراکز فرهنگ		
Q15.45	افزایش مسیرهای پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری برای گردشگران		
Q15.46	در اختیار قرار دادن لباس‌های محلی به گردشگران و عکاسی		
Q15.48	ایجاد مراکز اطلاع‌رسانی و تهیه نقشه مکان‌های گردشگری	اطلاع‌رسانی و تبلیغات	
Q15.49	توسعه آژانس‌های گردشگری و ارائه تورهای روستا گردشی		
Q15.50	جذب دانش‌آموختگان گردشگری در سازمان‌های متولی		
Q15.54	فضاسازی و بهبود کیفیت شبکه معابر روستایی	خدمات و امکانات	
Q15.55	بهبود امکانات و خدمات درمانی روستایی		
Q15.56	بهبود امکانات و خدمات بانکی در روستا		
Q15.57	افزایش سرویس‌های بهداشتی عمومی تمیز		

ادامه جدول ۵. کد و نام متغیرهای نهایی شناسایی شده در مدل.

کد	متغیر	شاخص	مؤلفه
Q16.9	انتخاب محصولاتی که به محیط‌زیست آسیب نرسانیده باشد	فرهنگی	رفتارهای پایدار گردشگران
Q16.10	حمایت از مشارکت دادن مردم بومی در فعالیتهای گردشگری		
Q16.11	پرهیز از آلودگی منابع آبی روستا		
Q16.13	توجه به حفظ کرامت مردم روستایی در رفتار خود		
Q16.20	پرهیز از ایجاد درگیری و تنش با مردم محلی	اقتصادی	
Q16.21	سعی در برقراری تعامل مثبت با ساکنان روستایی		
Q16.1	توجه به استفاده از غذاهای بومی		
Q16.2	پایبندی به خرید مایحتاج سفر از روستا		
Q16.3	سعی در ایجاد درآمد برای روستائیان حین حضور در روستا	زیست‌محیطی	
Q16.4	خرید محصولات لبنی، کشاورزی و باغی از روستا		
Q16.5	حمایت از ایجاد اشتغال برای جامعه محلی		
Q16.6	توجه به اقامت در خانه‌های بومی برای ایجاد درآمد جامعه محلی		
Q16.7	تقدیر به جمع‌آوری زباله از مقصد	گردشگری	
Q16.8	پرهیز از برهم زدن آرامش حیات‌وحش و پیشگیری از آلودگی		

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

جدول ۶. شاخص‌های اصلی برازش مدل.

شاخص	نمرات	ارزیابی ^۱
خی دو بهنجار	۲/۸۹۰	خوب
درجه آزادی	۷۶۶	-
شاخص نیکویی برازش مقتصد	۰/۶۸۵	خوب
شاخص نسبت اقتصاد	۰/۹۳۴	خوب
شاخص برازش مقتصد هنجار شده	۰/۷۱۲	خوب
شاخص برازش تطبیقی مقتصد	۰/۷۷۸	خوب
ریشه دوم مربعات خطای برآورد	۰/۰۷۱	خوب

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

1. Boshagh, 2015

جدول ۷. بررسی وضعیت اثربخشی گردشگری خلاق بر رفتارهای پایدار گردشگران.

نتیجه	بار عاملی	سطح معناداری	مقدار بحرانی	خطای معیار	مقادیر غیراستاندارد
رد	-۰/۱۰۷	۰/۱۳۰	-۱/۵۱۴	۰/۱۱۳	-۰/۱۷۱

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

بحث و نتیجه‌گیری

را در راستای گردشگری خلاق احیا نماید.

عامل غذا و خوراکی همان‌طور که لی و وال (۲۰۱۲) نیز در نتایج تحقیق خویش بیان نموده‌اند به عنوان یکی از نیازها و جاذبه‌های اثرگذار در گردشگری خلاق اثر دارد. آش‌های محلی روستایی (بار عاملی ۰/۸۴) و غذاهای محلی روستایی و نحوه طبخ آن با میزان ۰/۷۹ در جایگاه اول و دوم قرار دارند. گردشگران ابراز علاقه نموده‌اند در تهیه غذاهای محلی مشارکت داشته باشند. خرید محصولات تولیدی روستایی نظیر روغن حیوانی با ۰/۷۸ و نان‌های محلی روستایی منطقه با ۰/۷۲ به ترتیب در جایگاه سوم و چهارم از عامل پنهان غذا و خوراکی قرار دارد. محصولات لبنی به عنوان یک پتانسیل تولیدی اقتصادی مطرح است که با توجه به کیفیت بالای آن، تماشا و مشارکت در تولید فرآورده‌های لبنی و نان‌های محلی قادر است برای گردشگران جذابیت داشته و بعلاوه فروش آن برای ساکنان محلی درآمدزایی نماید.

عامل آیین‌ها و سنن با بار عاملی ۰/۵۰ به عنوان پنجمین عامل در تبیین گردشگری خلاق قرار دارد. معرفی و فراهم‌سازی زمینه بازی‌های محلی با بار ۰/۸۲ برای گردشگران از دیگر قابلیت‌های گردشگری خلاق خواهد بود. جشنواره‌ها و موسیقی، استقرار مراکزی برای پخش زنده موسیقی محلی در منطقه مورد مطالعه می‌تواند جذابیت دیگری برای گردشگران ایجاد نماید. سومین سنجه از این عامل، شرکت در مراسم محلی روستایی مانند عروسی با بار عاملی ۰/۷۶ است. همچنین سبک زندگی، معیشت و فرهنگ زندگی روزمره بار عاملی ۰/۴۸ در جایگاه چهارم قرار دارد.

چنانچه کومنین و انگلند (۲۰۱۸) تأیید کرده‌اند بارهای عاملی محاسبه‌شده در عامل صنایع‌دستی نشان می‌دهد نزدیکی سبک صنایع‌دستی روستایی با سلیقه مشتری با بار عاملی ۰/۸۹ در جایگاه نخست قرار گرفته است. دومین گویه با بار عاملی ۰/۸۰ مربوط به کیفیت و تنوع صنایع‌دستی مانند نم، گلیم و فرش است همچنین تماشای مراحل تولید یا خرید بافته‌های گلیم (با نقش‌های اصیل و سنتی) و شرکت در نمایشگاه‌های صنایع‌دستی محلی و خرید تولیدات روستاییان با بارهای عاملی ۰/۳۸ و ۰/۲۹ به ترتیب در تبیین عامل صنایع‌دستی نقش داشته‌اند. معنادار شدن این عامل با نتایج تحقیق سنگ چومونگ (۲۰۱۸) مطابقت داشته است.

اولین سنجه عامل میراث ملموس گردشگری با بار عاملی ۰/۸۳ مربوط به جاذبه‌های کشاورزی موجود در روستا و امکان مشارکت در آن است. این متغیر زمینه‌سازی توسعه گردشگری کشاورزی را خاطر نشان می‌سازد. دام‌های موجود در روستا و امکان مشارکت در فعالیت‌های دامداری با بار عاملی ۰/۸۲ به همراه تالاب گندمان با بار عاملی ۰/۴۱ و تمیزی محیط با بار عاملی ۰/۳۵ میراث ملموس را تبیین کرده‌اند.

مطابق نظر گردشگران عامل اطلاع‌رسانی و تبلیغات بیش از هر عامل دیگری قادر است در توسعه گردشگری خلاق اثرگذار باشد. نتایج نشان می‌دهد توسعه آژانس‌های گردشگری و ارائه تورهای روستا گردشی با بار عاملی ۰/۸۹ می‌تواند در اطلاع‌رسانی از جاذبه‌های گردشگری روستایی منطقه اثربخش باشد. دومین سنجه معنادار با بار عاملی ۰/۸۳ مربوط به متغیر جذب دانش‌آموختگان گردشگری در سازمان‌های متولی گردشگری است. طبیعتاً استفاده از افراد دارای تخصص می‌تواند در بهینه‌سازی فرآیند گردشگری مثمر ثمر باشد که در تحقیق حاضر نیز گردشگران به قابلیت آن صحنه گذاشته‌اند. کسب بار عاملی ۰/۸۰ مربوط به ایجاد مراکز اطلاع‌رسانی و تهیه نقشه مکان‌های تاریخی - تفریحی و فرهنگی روستایی، نشان می‌دهد وجود خلأ اطلاعاتی از جاذبه‌های گردشگری در ابعاد مختلف آن در پهنه‌های روستایی گردشگران را از این قابلیت عظیم نهفته محروم می‌سازد. تأیید اثر تکنولوژی و اطلاع‌رسانی بر توسعه گردشگری خلاق در نتایج تحقیق ریچاردس (۲۰۱۸) نیز مورد تأیید قرار گرفته است.

در عامل نوآوری و خلق ارزش، بارهای عاملی نشان می‌دهد در این عامل مرکزی برای اجاره لباس‌های محلی به گردشگران و عکاسی با بار عاملی ۰/۸۰ می‌تواند در نوآوری و خلق ارزش اثربخش باشد. دومین سنجه معنادار با بار عاملی ۰/۷۷ افزایش مسیرهای پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری برای گردشگران در مسیرهای طبیعی و زیبای روستا است. کسب بار عاملی ۰/۵۴ ایجاد مراکز فرهنگ آن را در جایگاه سوم تبیین عامل نوآوری و خلق ارزش قرار می‌دهد. افزایش تعداد مجسمه‌ها متناسب با فرهنگ و مشاهیر روستا با بار عاملی ۰/۴۳ چهارمین عنصری است که گردشگران آن را برای توسعه خلاقانه گردشگری مناسب ارزیابی نموده‌اند.

در عامل خدمات و امکانات، بهبود خدمات درمانی روستایی با بار عاملی ۰/۸۹ و بهبود امکانات و خدمات بانکی در روستا با بار عاملی ۰/۸۸ می‌تواند در بهبود امکانات درمانی و اقتصادی گردشگری مؤثر باشد. یکی از نقاط ضعف گردشگری در کشور عدم دسترسی گردشگران به سرویس‌های بهداشتی هم به لحاظ کیفیت و هم به لحاظ کمیت است. این ضرورت در منطقه مورد مطالعه نیز مورد تأکید قرار گرفته است. گام نهادن در مسیر گردشگری به تأمین حداقل‌های مورد نیاز گردشگران وابستگی دارد که طبیعتاً در اختیار قرار دادن سرویس‌های بهداشتی یکی از نیازهای ابتدائی است. فضا سازی و بهبود کیفیت شبکه معابر روستایی با بار عاملی ۰/۸۱ در جایگاه چهارم از عامل پنهان خدمات و امکانات است. دسترسی‌ها و از جمله دسترسی‌های فیزیکی و فضا سازی آن با تلفیق فرهنگ روستایی می‌تواند یک جاذبه گردشگری ایجاد نموده و بافت‌ها و معابر قدیمی روستایی

پیشنهادات

- توسعه آژانس‌های گردشگری و ارائه تورهای روستاگردشی.
- جذب دانش‌آموختگان گردشگری در سازمان‌های متولی گردشگری روستایی.
- اطلاع‌رسانی و معرفی در مورد پوشش روستاییان و لباس‌های محلی و تزیینات آن.
- برگزاری جشنواره‌ها و موسیقی سنتی در روستاها.
- ایجاد مراکزی جهت معرفی و تماشای مراحل تولید صنایع دستی.

تشکر و قدردانی

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



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

References

- Al Ababneh, M. (2017). Creative Tourism, *Journal of Tourism & Hospitality*, 6 (1000282), DOI: 10.4172/2167-0269.1000282.
- Ali Akbari, I., Ismaili, B. (2016). Eco-Cultural Tourism Development and Settlement System Sustainability in the Borders of Desert, *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, 12 (36), 1-29. [In Persian]
- Ardhala, A. D., Santoso, E. B., Procedia, H. (2016). Influence Factors on the Development of Creative Industry as Tourism Destination (case study: Footwear Village in Mojokerto city), *Social & Behavioral Sciences*, 227, 671- 679. [In Persian]
- Breg, P., Magilavy, B., Zuckerman, S. (1990). *Greencity Program for The San Fransico bay Area & Beyond*, San francisco: Planet Drum Foundation & Wingbow press. 123- 133.
- Basteh Negar, M. (2016). Color Symbolism in Creative Tourism Brand of Iranian Cities, *Journal of Art and Civilization of the Orient (JACO)*, 4 (11), 21-28.[In Persian]
- Basth Negar, M., Hassani, A., Khakzar Befroui, M. (2017). Designing a Conceptual Model of Creative Tourism, *Tourism and Development*, 6 (2), 81-108. [In Persian]
- Boshagh, M. R. (2015). Application of structural equation modeling in humanities, Tehran, Sociologists Publications. [In Persian]
- Comunian, R., England, L. (2018). Creative Clusters and .the Evolution of knowledge and skills: From industrial to creative Glassmaking, *Journal Homepage/ Geoforme*, 4, 230- 243.
- Chang, L.I. (2013). Influencing Factors On Creative Tourists Revisiting Internations: The Roles Of Motivation, Experienced & Perceived Value, *Clemson University, And All Dissertations*,.p. 1084.
- Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of Borujen. (2019).
- Dorostkar, E. (2015). Feasibility study of forming a creative region in Yazd city with sustainability approach, Master Thesis, Faculty of Art and Architecture, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran. [In Persian]
- Daryaei, N. (2016). Ethics and Cultural Heritage, *Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology*, 11 (2), 19-28. [In Persian]
- Embacher, H., Hal, D., Robert, L. (2003). strategy formulation in rural tourism an integrated approach, *New direction. In rural tourism*, 137-151.
- Fratu, D. (2011). Factors of influencers and changes in the tourism consumer behavior, *Bulletin of theTransilvania University of Braşov*, 4 (53), No. 1: 119-126.
- Fazeli, M., Jafar Salehi, S. (2013). The Gap between Attitude, Knowledge and Environmental Behavior of Tourists, *Journal of Tourism Management Studies*, 8 (22), 168-142. [In Persian]
- Fani, Z., Alizadeh Toli, M., Zahmatkesh, Z. (2014). The Effects of Tourism on Urban Sustainable Development on the Base of Habitant's Views; Case Study: Qeshm Island, *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, 9 (28) 39-72. [In Persian]
- Ghorbani, R., Hosseinabadi, S., Torani, A. (2013). A Creative cities: as cultural approach in urban development, *Geographical Studies of Arid Areas*, 3 (11), 18-1. [In Persian]
- Jafari, S., Najarzadeh, M., Jafari, N., Rajabi, N. (2017). The Structural Relationship of Perceived Value and Tourist Satisfaction with Environmentally Responsible Behavior: The Mediating Role of Tourist Activity Involvement, The Mediating Role of Tourist Participation, *Tourism Management Studies*, 20 (39), 115-151. [In Persian]
- 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), *Initiative and Creativity in Humanities*, 9 (1), 115-152. [In Persian]
- Kiani, M. (2014). A Study of the Mental Image of Local Residents on Tourism Development, Master Thesis in Ecotourism, Kashan University. [In Persian]
- Kim, H. (2013). The Concept & Strategy of Creative Tourism Policy of Korean Tourism. *Journal of Global Tourism Research*, 2, 8- 20.
- Lénia, M., Borba, C. (2017). Co-creating the city: Digital technology and creative tourism, *Tourism Management Perspectives*, 24, 86-93.
- Lee, J., Lee, H. (2015) Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP, *Information Technology and Quantitative Management, Procedia Computer Science*, 55, 479 – 484.
- Li, Y., & Liu, C. (2016). How to Establish a Creative Atmosphere in Tourism and Hospitality Education in the Context of China, *Journal of Hospitality, leisure, Sport & Tourism Education*, 18, 9- 20.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., Backman (2005). 'The entrepreneurship factor in sustainable tourism development', *Journal of Cleaner Production*, 13 (8), 787-798.
- Lee, A & Wall, G. (2012). Food clusters: Towards a creative rural economy, *Journal of Rural Studies*, 39, 146- 156.
- Papoli Yazdi, M. H., & Saghaei, M. (2006). *Tourism (Nature and Concepts)*, Tehran: Samat Publications. [In Persian]
- Mohammadi, M., Mirtaghian Rudsari, M. (2016). Creative Tourism Product Modeling: Development of 4P Model (People, Process, Location and Product), *Tourism Planning and Development*, 5 (18), 179-201. [In Persian]
- Pour Ahmad, A., Hosseini Siahgoli, M., Safdari Molan, A. (2016). Evaluation of Sustainable Tourism Development Indicators on host communities Case Study: Sari, *Journal of Spatial Planning*, 6 (21), 159-172. [In Persian]
- Qasemlu, Ha. (2017). The role of tourism in sustainable rural development with a creative tourism approach Case study of historical-cultural villages in the northwest of the country, Supervisor: Jamshid Einali, Behrouz Mohammadi Yeganeh, University of Zanjan, Faculty of Literature and Humanities. [In Persian]
- Rast Ghalam, M., Seidaei, E., Nouri, H. (2016). Determination of the Key Drivers of Creative Village Approach by Using MicMac Software, *Rural Research Quarterly*, 7 (2), 319-329. [In Persian]

- Richards, G., Raymond, C. (2000). Creative Tourism. In Atlas News, 23, 16- 20.
- Richards, G., Marques, L. (2012). Exploring Creative Tourism: Introduction, Journal of Tourism Consumption and Practice, 4 (2), 144- 158.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A Review of Recent Research and Trends, Journal of Hospitality & Tourism Management, 36, 12- 21.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism The State of the Art, Annals of Tourism Research, 38 (4), 1225-1253.
- Richards, G. & Wilson, J. (2007). Tourism, creativity and Development. London: Routledge, No. xx, pp. 153- 174.
- Statistical yearbook of Chaharmahal and Bakhtiari province. (2017). Salehi, Farahnaz, Asadpour, Abdullah, Ahmadi, Samira, National Planning and Budget Organization, Real Estate Documentation Center. [In Persian]
- Shaterian, M., Heidari Sourshajani, R., Varfinejad, J. (2016). The effects of tourism potential on the development of infrastructure and the creation of a creative city Case study: Kermanshah, Quarterly Journal of the Iranian Geographical Association, 15 (52), 216-201.[In Persian]
- Sadeghian, N. (2019). Feasibility study of creative tourism development with entrepreneurship approach in the development of rural areas of Borujen city, Master Thesis, Ecotourism, Kashan University, under the guidance of Dr. Sedigheh Kiani Salmi. [In Persian]
- Salehi, S., Imam Qoli, L. (2016). A Study of Influencing Individual and Social Norms on Environmental Friendly Behavior, Quarterly Journal of Environmental Education and Sustainable Development, 5 (1), 11-20. [In Persian]
- Stolarick, K., Denstedt, M., Donald, B., Spencer, G, M, (2010). Creativity, Tourism and Economic Development in a Rural Context: the case of Prince Edward County, Journal of Rural and Community Development, Working Paper Series: Martin Prosperity Research, 5 (1), 1- 21.
- Sang Chumnong, A. (2018). Development of a Sustainable Tourist Destination Based on the Creative Economy: A Case Study of Klong Kone Mangrove Community Thailand, Kasetsart Journal Of Social Science xxx, pp. 1- 18.
- Sofield, T., Guia, J., Specht, J. (2017). Organic Folkloric Community Driven place-Making and Tourism, Tourism Management, 61, pp. 1-22.
- Siow-Kian, T., Shiann-Far, K., Ding-Bang, L. (2013). A model of 'creative experience' in creative tourism, Annals of Tourism Research, 41, 153-174.
- Stipanovic, C., Rudan, E. (2014). Development concept and strategy for creative tourism of the Kvarner destination, Tourism and Hospitality Industry, congress proceeding, Trends in Tourism and Hospitality Industry, (pp. 507-517).
- Shore, S. (2010). Cultural and heritage tourism - international, Travel & tourism analyst, 8, 1-12.
- Siow-Kian, T., Ding-Bang, L., Shiann-Far, K. (2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism, Tourism Management, 42, 248 - 259
- Tahmasebi, A., Roshanian, S. (2016). A Study of Influencing Individual and Social Norms on Environmental Friendly Behavior, Quarterly Journal of Tourism Management Studies, 12 (36), 31-59. [In Persian]



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی