

ظرفیت سنجی شاخص‌های گردشگری خلاق در مناطق روستایی (مورد مطالعه: شهرستان دزپارت)

حجت‌الله صادقی*

دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

DOI: [10.22077/vssd.2021.4709.1038](https://doi.org/10.22077/vssd.2021.4709.1038)

چکیده

تغییرات بنیادین در زمینه گردشگری و ضرورت تفکرات جدید اقتصادی، گردشگری را به سمت و سوی خلاقیت پیش برده است. بطوری که صاحب‌نظران به این باور هستند که پایداری گردشگری در گردشگری خلاق است. بنابراین در راستای توسعه این رویکرد در مناطق روستایی، ظرفیت سنجی بر اساس شاخص‌های گردشگری خلاق ضروری است. هدف این تحقیق بررسی ظرفیت سنجی شاخص‌های گردشگری خلاق در مناطق روستایی به صورت مطالعه موردی در روستاهای شهرستان دزپارت است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعات پیمایشی با استفاده از ابزار پرسش‌نامه است. جامعه آماری تحقیق را ساکنان سه روستای گردشگری شیوند، دهنو و فالج تشکیل می‌دهند که بالغ بر ۱۴۶۳ نفر بوده است. بر اساس محاسبه فرمول کوکران، حجم نمونه به تعداد ۳۰۴ نفر محاسبه شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه بوده که روایی آن از طریق جامعه‌نخبگان تایید و پایایی نیز از طریق آلفای کرونباخ با ضریب ۰/۸۱+ تایید شد. نتیجه آزمون شاخص‌های گردشگری خلاق نشان داد که تمامی شاخص‌ها در سطح کمتر از ۰/۰۵+ معنادار بوده‌اند. بررسی اختلاف میانگین برابر با ۰/۱۳۹+ تایید می‌نماید که مناطق روستایی دزپارت از لحاظ شاخص‌های گردشگری خلاق، استعداد و ظرفیت‌های قابل توجه دارند. همچنین نتیجه آزمون در سطح شاخص‌ها نشانگر آن است که شاخص‌های آموزش (۰/۸۶۱-)، مشارکت محلی (۰/۳۵۸-)، نوآوری و ابتکار (۰/۳۴۸-)، تکنولوژی ارتباطی (۰/۹۶۰-)، خدمات و امکانات (۰/۶۱۸-) و زیرساخت مناسب (۰/۰۹-) دارای اختلاف میانگین منفی بوده و این بیانگر آن است که این شاخص‌ها دارای وضعیت نامناسبی در مناطق روستایی مورد مطالعه هستند. رگرسیون تایید نمود که شاخص‌های بررسی شده بیش از ۷۴ درصد می‌توانند متغیر توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی مورد مطالعه را تبیین نمایند که شاخص صنایع دستی با ۱۰ درصد و شاخص مشارکت با ۸ درصد، بیشترین میزان تبیین در زمینه متغیر گردشگری خلاق را دارند.

تاریخ دریافت:

۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش:

۲۰ مرداد ۱۴۰۰

صفحات: ۶۸-۵۵



کلید واژگان:

ظرفیت سنجی،
گردشگری خلاق،
روستاهای شهرستان
دزپارت.

۱- مقدمه

قرن بیست و یکم، قرن ایده‌ها و خلاقیت‌هاست. در این قرن خلاقیت انسان و استعداد او محرکه اصلی توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تلقی می‌گردد که رقابت روزافزون مناطق و کشورها به‌طور فزاینده به پرورش، حفظ و جذب آن وابسته خواهد بود (Goldberg, 2019, 27). در همین زمینه، خلاقیت بازتاب‌های زیادی را در مطالعات شهری و منطقه‌ای به دست آورده است (Dekker & Tabbers, 2012, 130) و مفاهیم جدیدی همچون «طبقه خلاق»، «صنایع خلاق»، «محیط خلاق»، «شهر خلاق» و گردشگری خلاق را به ادبیات برنامه‌ریزی افزوده است (فتوحی مهربانی و همکاران، ۱۳۹۵، ۱۰۳). با در نظر گرفتن این مفاهیم و ارائه آنها توسط سیاستگذاران و مشاوران آنها، عصر حاضر در حال یک گذار اقتصادی-اجتماعی است. گذاری که در آن خلاقیت موتور محرکه رشد اقتصاد شهری، منطقه ای و ملی است (زنکنه شهرکی و فتوحی مهربانی، ۱۳۹۷، ۱۲۸). در سال‌های اخیر اهمیت مفاهیمی همچون اقتصاد خلاق و دانش‌بنیان، سرمایه انسانی خلاق و بااستعداد، کارآفرینی، تولید و اشتغال، جذب گردشگر به‌خصوص گردشگران خارجی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، تعامل سازنده با جهان، رتبه برتر در تولید علم و فناوری، تحقیق و توسعه، جهش علمی و فناورانه، تکنولوژی برتر و پیشرفته، بهبود محیط کسب‌وکار، اصلاح قوانین کسب‌وکار، کسب‌وکارهای نوپا (استارت آپها) حمایت از نخبگان علمی، فرهنگی و هنری، محیط فرهنگی، صنایع فرهنگی و خلاق و کلیدواژه‌های از این دست به‌وضوح در اسناد فرادست و طرح‌های توسعه کشور در جهت تولید ثروت و رشد اقتصادی قابل مشاهده بوده است. مفاهیمی که انطباق و همپوشانی زیادی با مؤلفه‌ها و شاخص‌های رویکرد خلاق دارند (فتوحی مهربانی و همکاران، ۱۳۹۵، ۱۰۳).

یکی از بخش‌های مهم و در حال رشد سریع در جهان گردشگری است که در رشد اقتصاد کشورها بسیار مؤثر است، ضمن آنکه منافع اقتصادی آن شامل جوامع محلی نیز می‌شود (Osman and Sentosa, 2013, 26). گردشگری توجه دولت‌ها، سازمان‌های غیر دولتی و فعالان اقتصادی را نیز به خود جلب کرده است؛ زیرا نقش مهمی در جهت‌دهی به فعالیت‌های اقتصادی و کمک به افزایش درآمد جوامع دارد (Chin et al, 2014, 36). گردشگری عرصه پیچیده و دارای اجزای بسیاری است که در محصول و تجربه گردشگری نقش دارند (Currie and Falconer, 2013, 2). اگر چه در جهان امروزی صنعت گردشگری از فرمول سابق گردشگری آفتاب، ماسه و دریا که قرن ۱۸ به بعد در اروپا متداول شده، دور شده و به طرف تعطیلات هدفمند و مسافرتی که نیازهای استراحتی و ذهنی را با هم داشته باشد حرکت می‌کند (نکوئی صدری، ۱۳۹۸، ۱۰). برای اینکه صنعت توریسم در یک کشور متحول شوند و توسعه یابد، باید در راستای آن عناصر و فعالیت‌هایی متحول شده و توسعه یابند، که در پویایی آن سهیم هستند (گی و فایوسولا، ۱۳۹۰، ۴۸). از طرفی دیگر، امروزه خلاقیت به عنوان عاملی مهم در اقتصاد دانش بنیان مطرح است و از رشد اقتصادی و ایجاد شغل، حمایت می‌کند (UNESCO, 2014). گردشگران در زمان حال نیز به جای اینکه تنها توسط صنعت گردشگری، مورد خدمت قرار گیرند، به دنبال تجربیات تعاملی و ارضاکنده‌تری می‌باشند. مفهوم گردشگری خلاق، در طی چندین سال، در بسیاری از کشورها توسعه یافته است و بالطبع تعاریف متعددی نیز در مورد آن ایجاد شده است (Tan, 2014: 1647).

در این میان، حرکت به سوی گردشگری خلاق می‌تواند فرصت‌های بسیار مهمی را برای هر مکان مهیا سازد به نحوی که مکانی جذاب برای کار کردن و زندگی جامعه محلی، مکانی جذاب برای گردشگران (صنعت توریسم)، توانمند در شکوفایی بخش‌های مختلف اقتصادی (از راه به کارگیری فناوری و مدیریت صحیح آن) و همچنین مرکز جذب

بناگاه‌های مختلف نوظهور شود. به هر حال، بسیاری از مطالعات اخیر با رویکرد خلاقیت در حال ظهور است که در حوزه گردشگری نیز وجود دارد.

شهرستان دزپارت در استان خوزستان دارای موقعیت جغرافیایی و ظرفیت‌های خاصی در زمینه گردشگری است. شهرستان دزپارت در سال ۱۴۰۰ از شهرستان ایذه جدا شده و به عنوان یک محدوده سیاسی مجزا شناخته می‌شود. بنابراین از یکسو با توجه به اینکه این شهرستان به تازگی از نظر اداری مستقل شده و برنامه ریزی برای توسعه آن توسط مدیران و مسوولان بسیار مهم و حیاتی است و از سوی دیگر یکی از ظرفیت‌های قابل برنامه ریزی جهت توسعه آن، گردشگری است، شناخت ظرفیت‌های مختلف گردشگری آن به ویژه شاخص‌های گردشگری خلاق در مناطق روستایی، بسیار ضرورت و دارای اهمیت است. این منطقه از نظر شاخص‌های گردشگری به واسطه جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و اکوتوریسمی، جای مطالعه بسیاری دارد که تکیه بر ارزیابی شاخص‌های گردشگری خلاق می‌تواند یک گام مثبت و رو به جلو در راستای ظرفیت‌سنجی گردشگری مناطق روستایی مورد مطالعه باشد. بنابراین برای اینکه منطقه دزپارت و روستاهای آن بتوانند از گردشگری و ظرفیت‌های آن بهره‌برداری نمایند، بایستی یک ارزیابی مناسب از وضعیت گردشگری به ویژه گردشگری خلاق صورت گیرد. با شناخت این ظرفیت‌ها می‌توان برنامه ریزی مناسب‌تری در زمینه توسعه گردشگری خلاق برای مناطق روستایی ارائه نمود؛ چرا که برنامه ریزی در این زمینه نیازمند شناخت و ظرفیت‌سنجی وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق است. با توجه به آنچه که ذکر شد، هدف این تحقیق ظرفیت‌سنجی شاخص‌های گردشگری خلاق در مناطق روستایی شهرستان دزپارت بوده است. در راستای موضوع و هدف بیان شده، سوال اصلی تحقیق نیز اینگونه طرح می‌شود که مناطق روستایی مورد مطالعه از نظر شاخص‌های گردشگری خلاق، چه ظرفیت‌هایی دارند؟

۲_ بنیان نظریه‌ای

گردشگری خلاق، آخرین حلقه از زنجیره تکامل گردشگری است. پس از گردشگری تفریحی و گردشگری فرهنگی، امروزه می‌توان شاهد فراگیر شدن تقاضا برای محصولات گردشگری خلاق بود. جهان امروز در حال گذر از عصر صنعتی به عصر خلاق است. ایران توانایی رقابت موثر در بازار گردشگری متعلق به عصر صنعتی با نمودهایی نظیر مراکز خرید و فروشگاه‌های بسیار بزرگ، پارک‌های موضوعی و تولیدات انبوه محصولات گردشگری را به دلایل متعددی نظیر کمبود زیرساخت‌های لازم نیاز به سرمایه‌گذاری‌های کلان و وجود نمونه‌های موفق گردشگری از گردشگری تفریحی به گردشگری فرهنگی و نهایتاً گردشگری خلاق (UNESCO, 2014: 2) و تنوع فرهنگی و غنای آثار هنری و صنایع دستی موجود در کشور که بهترین پشتوانه برای توسعه گردشگری خلاق هستند و تقریباً رایگان و بدون نیاز به سرمایه‌گذاری کلان از پیشینیان به ما به ارث رسیده‌اند، می‌توان گردشگری خلاق را بهترین نوع گردشگری برای ایران دانست (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۵۲).

لی و لی^۱ (۲۰۱۵) نشان دادند که حمایت از سرمایه‌گذاری در فناوری و کارآفرینان و همچنین حفاظت از مالکیت معنوی از اولویت‌ها و سیاست‌های مناسب در زمینه گردشگری خلاق است. ریچاردز^۲ (۲۰۲۰) به این نکته اشاره دارد که مکان‌ها و جاذبه‌ها نقش مهمی در گردشگری خلاق دارند. باکسی^۳ (۲۰۲۰) نشان داده که بین خلاقیت و توریسم پایدار رابطه وجود دارد و هر مکانی دارای جاذبه‌هایی است که مبتنی بر آنها می‌تواند تفکرات و ایده‌های جدیدی را جهت توسعه گردشگری بکار گرفت. آنجلینا^۴ (2021) به تاثیر صنایع فرهنگی و دستی در رونق گردشگری و ایجاد خلاقیت اشاره دارد. سبحانی و صفی زاده (۱۳۹۷) شاخص‌های ارزیابی گردشگری خلاق را در سه دسته اقتصادی، تاریخی و فرهنگی ارایه کرده‌اند و اشاره دارند که گردشگری خلاق می‌تواند در رفع محدودیت‌های فرهنگی، مذهبی و زیرساختی گردشگری موثر باشد. کیانی سلمی و صفری (۱۳۹۸) به ذکر شاخص‌های مشارکت، تسهیلات رفاهی و خدماتی، جاذبه‌های فرهنگی و بناهای تاریخی، تبلیغات و خلق ارزش در زمینه گردشگری خلاق اشاره دارند. دوستی و همکاران (۱۳۹۸) نتیجه گرفتند که نه تنها شهر دارای ظرفیت زیادی برای گردشگری خلاق است بلکه با سرمایه‌گذاری در امور فرهنگی می‌تواند در کنار تبدیل شدن به مکانی برای جذب طبقه خلاق، سرمایه‌های انسانی ارزشمندی را پرورش داده و سرانجام به شهر خلاق تبدیل شود. صادقیان و همکاران (۱۳۹۹) نتیجه گرفتند که اطلاع‌رسانی و تبلیغات، صنایع دستی، آیین‌ها، جاذبه‌های گردشگری و خدمات بیشترین نقش را در توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی دارد. موسوی و همکاران (۱۴۰۰) نشان داد که گردشگران خلاق فرهنگی نقش مهمی در جذب گردشگران دارد و تقویت فرهنگ و شاخص‌های وابسته به آن در این زمینه تاثیرگذار است. همچنین سوفیلد و همکاران (۲۰۱۷) به شاخص مکان‌های محلی، سنگ چومونگ (۲۰۱۸) به شاخص مشارکت جامعه محلی در گردشگری، کومنین و انگلند (۲۰۱۸) به شاخص صنایع فرهنگی، درستکار و همکاران (۱۳۹۵) به سرمایه اجتماعی و نوآوری، محمدی و میرتقیان رودسری (۱۳۹۵) به شاخص افراد خلاق، قاسملو (۱۳۹۶) به بافت تاریخی روستاها و شاطریان و همکاران (۱۳۹۵) به ذکر جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری به عنوان شاخص‌های موثر در توسعه گردشگری خلاق اشاره نموده‌اند.

۳- روش، تکنیک‌ها و قلمرو

روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعات پیمایشی با استفاده از ابزار پرسش نامه است. جامعه آماری تحقیق را ساکنان سه روستای گردشگری شیوند، دهنو و فالج تشکیل می‌دهند که بالغ بر ۱۴۶۳ نفر بوده است. بر اساس فرمول کوکران، حجم نمونه به تعداد ۳۰۴ نفر محاسبه شد. پرسش‌گری در سطح افراد روستایی و به صورت تصادفی انجام گرفت. روایی از طریق نخبگان و پایایی ابزار از طریق ضریب آلفای کرونباخ در سطح ۰/۸۱ تایید شد. در نهایت داده‌ها پس از جمع‌آوری با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS یکپارچه و مورد بهره‌برداری قرار گرفتند.

منطقه مورد مطالعه در شمال شرقی استان خوزستان، در عرض ۳۱ درجه و ۲۰ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۵۰ دقیقه شمالی و در طول ۴۹ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۲۰ دقیقه شرقی واقع شده است که از شرق و شمال شرق به شهرستان

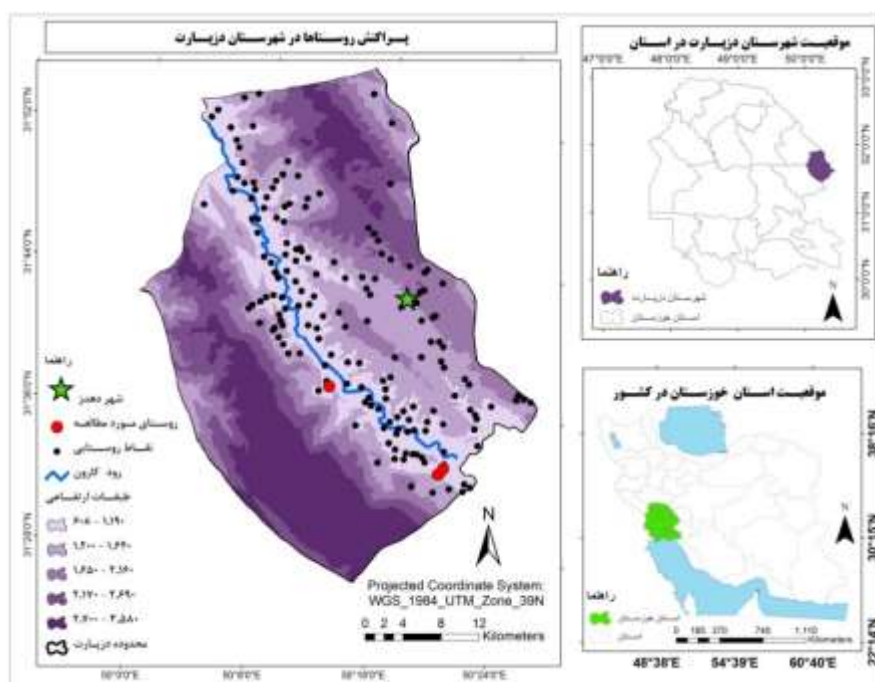
^۱ Lee and Lee

^۲ Richrds

^۳ Bacsı

^۴ Angelinia

های فارسان و کوه‌رنگ و از غرب و شمال غرب به شهرستان ایذه، از جنوب و جنوب غرب به به استان کهگیلویه و بویراحمد و شهرستان باغ ملک منتهی می‌شود. این منطقه در دامنه کوه‌های زاگرس با ارتفاع ۱۶۴۱ متری از سطح دریا و در ۱۵۶ کیلومتری از مرکز استان خوزستان قرار دارد. میزان باران سالانه منطقه دزپارت بطور متوسط ۶۵۶ میلیمتر و متوسط درجه حرارت نیز ۲۴ درجه سانتی‌گراد است (سازمان هواشناسی، ۱۳۹۹). این منطقه در موقعیت کوهستانی-کوهپایه‌ای استقرار دارد که از نظر گردشگری به ویژه اکوتوریسم، جایگاه ویژه‌ای در استان خوزستان دارد. از مهمترین جاذبه‌های گردشگری آن می‌توان به رود کارون، دریاچه سد کارون سه، آبشار شیوند، وجود تعداد زیاد امامزاده، مکان‌های تاریخی و همچنین روستاهای هدف گردشگری مانند شیوند، فالج و دهنو به واسطه جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و اکوتوریسمی اشاره نمود.



شکل ۱- نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه و توزیع روستاهای مورد مطالعه

۴_ یافته‌ها و تحلیل داده

بررسی ویژگی‌های نمونه آماری نشان می‌دهد که از لحاظ متغیر جنس حدود ۷۲ درصد افراد را مردان و ۲۸ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. همچنین از نظر رده سنی بیش از ۳۸ درصد نمونه در رده سنی بین ۲۵ تا ۴۰ سال قرار گرفته‌اند. حداقل سن برابر با ۲۲ سال و حداکثر سن نیز برابر با ۶۳ سال بوده است. از نظر تحصیلات نیز بیش از ۳۳ درصد زیردیپلم، ۲۳ درصد دیپلم، ۲۱ درصد فوق دیپلم، ۲۳ درصد لیسانس و بیشتر و مابقی نیز بیسواد بوده‌اند. بنابراین بررسی متغیرهای مونوگرافی پاسخگویان نشان می‌دهد که توزیع مطلوبی در این زمینه‌ها وجود دارد و دیدگاه و نظرات تمامی افراد با سطوح مختلف اخذ شده است. بیش از ۳۱ درصد نمونه نسبت به سنجش میزان رضایت مندی از حضور گردشگری، گزینه رضایت مندی خیلی زیاد و ۴۱ درصد نیز گزینه خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند.

ظرفیت سنجی شاخص‌های گردشگری خلاق در مناطق روستایی مورد مطالعه بر اساس آزمون آماری نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌ها در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار بوده‌اند. بررسی اختلاف میانگین برابر با ۰/۱۳۹ و آمار تی برابر با ۷/۰۶ تایید می‌نماید که مناطق روستایی دزپارت از لحاظ شاخص‌های گردشگری خلاق، استعداد و ظرفیت‌های قابل توجه دارند. میانگین مجموع مقیاس که برابر با ۳/۱۹ است نیز چنین مطلبی را تایید می‌نماید.

بررسی آزمون تی تک نمونه‌ای در سطح شاخص‌ها نشانگر آن است که با وجود سطح معناداری برای تمامی آنها، اما شاخص‌های آموزش (با اختلاف میانگین ۰/۸۶۱-)، مشارکت محلی (۰/۳۵۸-)، نوآوری و ابتکار (۰/۳۴۸-)، تکنولوژی ارتباطی (۰/۹۶۰-)، خدمات و امکانات (۰/۶۱۸-) و زیرساخت مناسب (۱/۰۹-) دارای اختلاف میانگین منفی بوده و این بیانگر این مطلب است که این شاخص‌ها دارای وضعیت نامناسبی در مناطق روستایی مورد مطالعه هستند. میانگین گزارش شده برای این شاخص‌ها نیز بخوبی تایید می‌نماید که هر چند ظرفیت زیادی وجود دارد اما در حال حاضر مورد تاکید نبوده و همین روی توسعه گردشگری در منطقه تاثیرگذار بوده است. دیگر شاخص‌های گردشگری خلاق شامل، آیین‌ها و سنن محلی، غذا، مهمان‌نوازی، سرمایه انسانی، بازاریابی، دارایی تاریخی و طبیعی و صنایع دستی در وضعیت مطلوبی قرار دارند و در حقیقت ظرفیت‌های زیادی در این زمینه جهت توسعه گردشگری وجود دارد که با تکیه بر آنها می‌توان گردشگری روستایی را متحول نمود (جدول ۱).

جدول ۱- ظرفیت سنجی شاخص‌های گردشگری خلاق در مناطق روستایی (آزمون تی تک نمونه‌ای)

میانگین	فاصله اطمینان در سطح ۹۵ درصد		اختلاف از میانگین	سطح معنی‌داری	درجه آزادی	T	شاخص
	حد بالا	حد پایین					
	مبنای آزمون = ۳						
۳/۷۵	۰/۸۷۶	۰/۶۳۰	۰/۷۵۳	۰/۰۰۰	۳۰۳	۱۲/۰۷	آیین‌ها و سنن محلی
۳/۹۵	۱/۰۷	۰/۸۳۶	۰/۹۵۷	۰/۰۰۰	۳۰۳	۱۵/۶۰	غذا و سوغات محلی
۴/۰۰	۱/۱۲	۰/۸۸۵	۱/۰۰۳	۰/۰۰۰	۳۰۳	۱۶/۶۸	تنوعات قومی-فرهنگی
۴/۰۵	۱/۱۷	۰/۹۴۰	۱/۰۵	۰/۰۰۰	۳۰۳	۱۷/۹۷	مهمان‌نوازی
۲/۱۳	-۰/۷۲۲	-۱/۰۰۱	-۰/۸۶۱	۰/۰۰۰	۳۰۳	-۱۲/۱۶	آموزش
۲/۶۴	-۰/۲۹۴	-۰/۴۶۷	-۰/۳۵۸	۰/۰۰۰	۳۰۳	-۶/۴۸۱	مشارکت محلی
۳/۵۹	۰/۷۲۵	۰/۴۶۴	۰/۵۹۵	۰/۰۰۰	۳۰۳	۸/۹۷۷	سرمایه انسانی (طبقه خلاق)
۲/۶۵	-۰/۲۲۳	-۰/۴۷۲	-۰/۳۴۸	۰/۰۰۰	۳۰۳	-۵/۴۶۵	نوآوری و ابتکار
۲/۰۳	-۰/۸۲۴	-۱/۰۹	-۰/۹۶۰	۰/۰۰۰	۳۰۳	-۱۳/۹۳	تکنولوژی ارتباطی
۳/۵۹	۰/۷۷۴	۰/۴۱۶	۰/۵۹۵	۰/۰۰۰	۳۰۳	۶/۵۵	بازاریابی محصولات
۲/۳۸	-۰/۴۶۱	-۰/۷۷۵	-۰/۶۱۸	۰/۰۰۰	۳۰۳	-۷/۷۲	خدمات و امکانات
۳/۶۱	۰/۷۴۱	۰/۴۸۹	۰/۶۱۵	۰/۰۰۰	۳۰۳	۹/۶۰	دارایی تاریخی
۳/۸۰	۰/۹۳۷	۰/۶۷۴	۰/۸۰۵	۰/۰۰۰	۳۰۳	۱۲/۰۸	دارایی طبیعی
۳/۷۵	۰/۸۷۹	۰/۶۳۳	۰/۷۵۶	۰/۰۰۰	۳۰۳	۱۲/۱۰	صنایع دستی
۱/۹۰	-۰/۹۶۸	-۱/۲۱	-۱/۰۹	۰/۰۰۰	۳۰۳	-۱۷/۳۸	زیرساخت مناسب
۳/۱۹	۰/۲۴۷	۰/۱۳۹	۰/۱۹۳	۰/۰۰۰	۳۰۳	۷/۰۶	مجموع مقیاس

تحلیل واریانس مدل رگرسیونی نشان می‌دهد میزان خطای آلفای (Sig) تحلیل واریانس مدل رگرسیونی کمتر از میزان خطای قابل قبول (۰/۰۵) و برابر با ۰/۰۰۰ می‌باشد و لذا بین شاخص‌های مختلف گردشگری خلاق در سطح

اطمینان بالای ۹۹ درصد رابطه معنادار وجود دارد و در حقیقت هر کدام از این شاخص های می تواند در بهبود وضعیت گردشگری روستایی دارای اهمیت باشد و در شاخص های دیگر نیز تاثیرگذار باشند.

جدول ۲- آزمون معناداری رگرسیونی مدل اثرگذاری شاخص ها در گردشگری خلاق مناطق روستایی

F	سطح معناداری (Sig)	مدل	جمع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربع
		رگرسیون	۲۸۲/۵	۱۵	۱۸/۸۳
۲۳/۸۴	۰/۰۰۰	باقیمانده	۲۲۷/۵	۲۸۸	۰/۷۹۰
		جمع	۵۱۰/۱	۳۰۳	***

بر اساس جدول زیر مشاهده می گردد، میزان همبستگی بین شاخص های موثر در گردشگری خلاق، برابر با ۰/۷۴۴ است که یک همبستگی مستقیم به شمار می آید. اما با این همه شاخص های ذکر شده، مجموعاً توان تبیین ۷۴ درصد از تغییرات (واریانس) گردشگری خلاق را دارا هستند و حدود ۲۶ درصد از تغییرات این موضوع توسط شاخص های دیگر تبیین می گردد.

جدول ۳- تبیین تغییرات متغیر وابسته (گردشگری خلاق) از طریق شاخص های موثر

مدل	مقدار R	مربع R	مربع R سازگار شده	خطای استاندارد
۱	۰/۷۴۴	۰/۵۵۴	۰/۵۳۱	۰/۸۸۸

میزان قدرت شاخص های موثر در توسعه گردشگری خلاق نیز یکسان و یک جهت نیست. عوامل ذکر شده با ضریب ۰/۷۴۴، اثرگذاری و قدرت تبیین تقریباً مطلوبی نسبت به گردشگری دارند. توضیح اینکه شاخص صنایع دستی با ۰/۱۰۱ واحد، متغیر گردشگری خلاق را پیش بینی می کند که به معنی پیش بینی ۱۰ درصد از تغییرات این متغیر است. شاخص مشارکت، ۰/۰۸۱ واحد متغیر توسعه گردشگری خلاق را پیش بینی کرده اند که به معنی پیش بینی ۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط این متغیر مستقل است. شاخص سرمایه انسانی (طبقه خلاق) حدود ۷ درصد و شاخص تکنولوژی ارتباطی نیز ۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته (توسعه گردشگری خلاق) را پیش بینی می نماید. کمترین تاثیرگذاری نیز مربوط به دو شاخص تنوعات قومی-فرهنگی با ۱ درصد و سپس غذا و سوغات محلی با ۲ درصد بوده است. در مجموع تمامی شاخص های بررسی شده بیش از ۷۴ درصد می توانند متغیر توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی مورد مطالعه را تبیین نمایند. بنابراین با برنامه ریزی اصولی و تقویت این شاخص ها و ظرفیت ها، امکان تحقق توسعه گردشگری در مناطق روستایی با تاکید بر گردشگری خلاق وجود دارد.

جدول ۴- آماره های ضرایب مدل رگرسیونی متغیر مستقل (شاخص های موثر)

سطح معناداری (Sig)	t	ضرایب استاندارد		مدل	
		ضرایب استاندارد	خطای انحراف استاندارد		
		بتا	B	(Constant)	
./۰۰۰	./۴۶۴		./۹۵۷	./۴۴۵	
./۰۰۰	./۱۹۶	./۰۳۱	./۲۰۷	./۰۴۱	آیین ها و سنن محلی
./۰۰۵	./۴۱۷	./۰۲۱	./۱۳۹	./۰۵۸	غذا و سوغات محلی
./۰۰۰	./۰۶۳	./۰۱۱	./۲۲۵	./۰۱۴	تنوعات قومی-فرهنگی
./۰۰۰	./۰۵۸	./۰۳۲	./۰۸۰	./۰۰۵	مهمان نوازی
./۰۰۴	./۰۳۴	./۰۲۶	./۰۶۲	./۰۰۲	آموزش
./۰۰۰	./۶۲۲	./۰۸۱	./۱۲۵	./۰۷۸	مشارکت محلی
./۰۰۰	./۱۳۷	./۰۷۱	./۰۷۰	./۰۱۰	سرمایه انسانی(طبقه خلاق)
./۰۱۰	۱/۰۸	./۰۶۱	./۰۹۴	./۱۰۲	نوآوری و ابتکار
./۰۰۰	./۶۵۱	./۰۷۳	./۰۹۲	./۰۶۰	تکنولوژی ارتباطی
./۰۰۰	۳/۵۹	./۰۶۳	./۰۳۳	./۱۱۹	بازاریابی محصولات
./۰۰۰	./۴۷۴	./۰۴۷	./۱۱۶	./۰۴۳	خدمات و امکانات
./۰۰۶	./۳۱۹	./۰۳۳	./۱۴۵	./۰۴۶	دارایی تاریخی
./۰۰۰	./۳۲۵	./۰۵۲	./۱۱۰	./۰۳۶	دارایی طبیعی
./۰۰۰	۴/۷۵	./۱۰۱	./۱۴۳	./۶۸۲	صنایع دستی
./۰۰۰	./۶۰۶	./۰۴۱	./۰۸۰	./۰۴۹	زیرساخت مناسب

برای بررسی تفاوت شاخص های گردشگری خلاق در مناطق روستایی از تحلیل واریانس (آنووا) استفاده شد تا مشخص شود که روستاهای مورد مطالعه (شیوند، دهنو و فالج) تفاوت معناداری در زمینه شاخص های گردشگری خلاق با یکدیگر دارند یا نه. با توجه به نتایج به دست آمده در جدول (۵) می توان اینگونه بیان نمود که سه روستای مطالعه شده (شیوند، دهنو و فالج)، دارای تفاوت معناداری در زمینه شاخص های گردشگری خلاق شامل غذا و سوغات محلی (۰/۰۰۲)، تنوعات قومی-فرهنگی (۰/۰۲۶) و مشارکت (۰/۰۰۹) در سطح کمتر از ۰/۰۵ هستند. بنابراین این سه روستا از نظر سه شاخص ذکر شده با یکدیگر متفاوت هستند و حداقل یکی از آنها با دو مورد دیگر تفاوت دارد. لذا می توان عنوان نمود که عدم اختلافات بین روستاها در این زمینه احتمالاً برحسب تصادف نیست. با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ آزمون آنووا و مطالب گزارش شده، بایستی اینگونه نتیجه گرفت که وجود تفاوت معناداری میان روستاهای مورد مطالعه در زمینه سه شاخص غذا و سوغات محلی، مشارکت و تنوعات فرهنگی، تایید و عدم اختلاف معناداری میان روستاها رد می گردد. برای ۱۲ شاخص دیگر، نتیجه آزمون عدم وجود معناداری را میان آنها نشان می دهد و لذا تفاوت معناداری میان آنها مشاهده نشده است. (جدول ۵).

جدول ۵- ارزیابی تفاوت شاخص های گردشگری خلاق در مناطق روستایی (آزمون آنووا)

Sig	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	واریانس	شاخص
۰/۱۴۲	۱/۹۶۷	۲/۳۱۳	۲	۴/۶۲	بین گروهی	آیین ها و سنن محلی
		۱/۱۷۶	۳۰۱	۳۵۳/۸	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۳۵۸/۴	مجموع	
۰/۰۰۲	۶/۴۷	۷/۱۴	۲	۱۴/۲	بین گروهی	غذا و سوغات محلی
		۱/۱۰	۳۰۱	۳۳۲/۱	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۳۴۶/۴	مجموع	
۰/۰۲۶	۳/۶۸	۳/۹۸	۲	۷/۹۶	بین گروهی	تنوعات قومی-فرهنگی
		۱/۰۸	۳۰۱	۳۲۵/۰۳	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۳۳۲/۹	مجموع	
۰/۴۳۰	۰/۸۴۷	۰/۸۹۰	۲	۱/۷۷	بین گروهی	مهمان نوازی
		۱/۰۵	۳۰۱	۳۱۶/۲	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۳۱۸/۰۴	مجموع	
۰/۳۶۷	۱/۰۰۵	۱/۵۳	۲	۳/۰۶	بین گروهی	آموزش
		۱/۵۲	۳۰۱	۴۵۹/۱	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۴۶۲/۱	مجموع	
۰/۰۰۹	۴/۷۸۱	۴/۳۴	۲	۸/۶۷	بین گروهی	مشارکت محلی
		۰/۹۰۸	۳۰۱	۲۷۳/۲	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۲۸۱/۹	مجموع	
۰/۸۱۶	۰/۲۰۳	۰/۲۷۳	۲	۰/۵۴۷	بین گروهی	سرمایه انسانی (طبقه خلاق)
		۱/۳۴	۳۰۱	۴۰۴/۶	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۴۰۵/۲	مجموع	
۰/۰۷۴	۲/۶۳	۳/۲۲	۲	۶/۴۴	بین گروهی	نوآوری و ابتکار
		۱/۲۲	۳۰۱	۳۶۸/۵	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۳۷۵/۰۳	مجموع	
۰/۱۳۸	۱/۹۹	۲/۸۵	۲	۵/۷۱	بین گروهی	تکنولوژی ارتباطی
		۱/۴۳	۳۰۱	۴۳۱/۸	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۴۳۷/۵	مجموع	
۰/۷۰۶	۰/۳۴۹	۰/۸۷۸	۲	۱/۷۵	بین گروهی	بازاریابی محصولات
		۲/۵۱	۳۰۱	۷۵۷/۴	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۷۵۹/۲	مجموع	
۰/۱۴۴	۱/۹۵	۳/۷۷	۲	۷/۵۴	بین گروهی	خدمات و امکانات
		۱/۹۳	۳۰۱	۵۸۲/۱	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۵۸۹/۷	مجموع	
۰/۱۵۷	۱/۸۶	۲/۳۱	۲	۴/۶۲	بین گروهی	دارایی تاریخی
		۱/۲۴	۳۰۱	۳۷۳/۳	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۳۷۷/۹	مجموع	
۰/۱۴۸	۱/۹۲	۲/۵۸	۲	۵/۱۷	بین گروهی	دارایی طبیعی
		۱/۳۴	۳۰۱	۴۰۴/۳	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۴۰۹/۵	مجموع	
۰/۶۵۶	۰/۴۲۲	۰/۵۰۳	۲	۱/۰۰۷	بین گروهی	صنایع دستی
		۱/۱۹	۳۰۱	۳۵۸/۹	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۳۵۹/۹	مجموع	
۰/۴۹۵	۰/۷۰۵	۰/۸۴۸	۲	۱/۶۹	بین گروهی	زیرساخت مناسب
		۱/۲۰	۳۰۱	۳۶۱/۷	درون گروهی	
		***	۳۰۳	۳۶۳/۴	مجموع	

نتایج آزمون دانکن نشان داد که از لحاظ شاخص غذا و سوغات محلی، بیشترین تفاوت میانگین مربوط به روستای شیوند با میانگین ۴/۰۴ بوده است. دو روستای دهنو با مقدار ۳/۹۵ و فالج با ۳/۳۷ در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند که البته همه روستاها با وجود تفاوت، اما دارای میانگین‌ها مناسبی بوده‌اند. از لحاظ شاخص تنوعات قومی-فرهنگی نیز بیشترین تفاوت مربوط به روستایی شیوند با مقدار ۴/۰۷ و کمترین تفاوت نیز برای روستای فالج با مقدار ۳/۵۹ است. از لحاظ شاخص مشارکت نیز بیشترین تفاوت برای روستای دهنو با مقدار ۳/۰۴ و کمترین برای روستای شیوند با مقدار ۲/۵۵ بوده است. بنابراین نتیجه آزمون دانکن نیز به خوبی تایید می‌نماید که میان روستاها از لحاظ شاخص‌های ذکر شده تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول ۶- اختلافات شاخص‌های گردشگری خلاق در روستاهای مورد مطالعه (آزمون دانکن)

معناداری طبقات در سطح آلفا ۰/۰۵								
مشارکت محلی			تنوعات قومی-فرهنگی			غذا و سوغات محلی		
میانگین	نمونه	روستا	میانگین	نمونه	روستا	میانگین	نمونه	روستا
۲/۵۵	۲۴۵	شیوند	۴/۰۷	۲۴۵	شیوند	۴/۰۴	۲۴۵	شیوند
۳/۰۴	۲۲	دهنو	۳/۸۶	۲۲	دهنو	۳/۹۵	۲۲	دهنو
۲/۹۴	۳۷	فالج	۳/۵۹	۳۷	فالج	۳/۳۷	۳۷	فالج

۵- بحث و فرجام

امروزه گردشگری در توسعه مکان‌های جغرافیایی نقش مهمی می‌تواند ایفاء نماید؛ چرا که این بخش از اقتصاد، ظرفیت تنوع‌سازی در زمینه‌های مختلف درآمدزایی، اشتغال و به‌طور کلی اقتصاد را دارد. گردشگری روستایی از گونه‌های مهم گردشگری است که با توجه به تغییرات محیطی و اقلیمی می‌تواند بسیار موثر باشد. توسعه گردشگری در مناطق روستایی منوط به رویکرد مطلوب است که گردشگری خلاق با توجه به چارچوب و شاخص‌های آن، یکی از رویکردهای قابل اتکاء و مهم است. این رویکرد گردشگری می‌تواند یک نوع پایداری مبتنی بر خلاقیت و استعداد در مناطق روستایی را شکل دهد و زمینه‌ساز توسعه گردشگری پایدار شود. بنابراین در گام اول، بررسی ظرفیت مناطق روستایی از لحاظ شاخص‌های گردشگری خلاق بسیار ضروری است.

نتیجه تحقیق نشان می‌دهد که گردشگری خلاق می‌تواند به‌عنوان یک رویکرد مهم و قابل اتکاء جهت توسعه گردشگری در مناطق روستایی مورد تاکید باشد؛ چرا که مناطق روستایی از لحاظ شاخص‌های گردشگری خلاق شامل آیین‌ها و سنن محلی، غذا، مهمان‌نوازی، سرمایه انسانی، بازاریابی، دارایی تاریخی و طبیعی و صنایع دستی در وضعیت مطلوبی قرار دارند. تحقیق صادقان و همکاران (۱۳۹۹)، ریچاردز (۲۰۲۰) و آنجلینا (۲۰۲۱)، نتایج این بخش از تحقیق حاضر را تحت پوشش قرار داده و آنها نیز بر اهمیت شاخص‌هایی مانند دارایی طبیعی-تاریخی و صنایع دستی اشاره دارند. در حقیقت ظرفیت زیادی در این زمینه‌ها جهت توسعه گردشگری وجود دارد اما نیازمند توسعه و تحول جهت بهره‌وری مناسب و پایدار دارند. نتیجه همچنین تایید نمود که برخی شاخص‌ها از جمله آموزش، مشارکت، تکنولوژی، خدمات و زیرساخت در سطح مناطق روستایی ضعیف بوده‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این شاخص‌ها نیازمند برنامه‌ریزی جدی تری هستند. مشارکت و آموزش دو شاخص مهم در گردشگری خلاق در مناطق روستایی محسوب می‌شوند

و نایستی دارای چنین وضعیتی باشند. بر همین اساس جهت پایداری گردشگری و تحقق رویکرد گردشگری خلاق در مناطق روستایی، شاخص های مشارکت، آموزش و فناوری مورد تاکید قرار گیرند. نتیجه تحقیقات کیانی سلمی و صفری (۱۳۹۸)، دوستی و همکاران (۱۳۹۸)، شاطریان و همکاران (۱۳۹۵)، سنگ چومونگ (۲۰۱۸) و کومنین و انگلند (۲۰۱۸) که بر اهمیت صنایع دستی، مشارکت، آموزش، جاذبه های مکانی و سرمایه انسانی تاکید دارند با نتیجه این بخش از تحقیق حاضر همپوشانی دارد.

همچنین نتیجه نشان داد که شاخص های بررسی شده بیش از ۷۴ درصد می تواند در تحقق توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی موثر باشند که در این زمینه شاخص صنایع دستی با ۱۰ درصد و شاخص مشارکت با ۸ درصد، بیشترین میزان تبیین در زمینه متغیر گردشگری خلاق را دارند. شاخص های سرمایه انسانی (طبقه خلاق) حدود ۷ درصد و شاخص تکنولوژی ارتباطی نیز ۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته (توسعه گردشگری خلاق) را پیش بینی می نماید. بنابراین ظرفیت های زیادی در مناطق روستایی وجود دارد که می تواند زمینه گردشگری خلاق را به وجود آورد. تحقیق صادقیان و همکاران (۱۳۹۸)، سنگ چومونگ (۲۰۱۸) و کومنین و انگلند (۲۰۱۸) نیز بر اهمیت دو شاخص مشارکت و صنایع دستی در تحقق گردشگری خلاق اشاره دارند.

نتیجه آزمون تایید نمود که میان مناطق روستایی از لحاظ شاخص های غذا و سوغات محلی (۰/۰۰۲)، تنوعات قومی-فرهنگی (۰/۰۲۶) و مشارکت (۰/۰۰۹) در سطح کمتر از ۰/۰۵، تفاوت معناداری وجود دارد. البته این تفاوت در سطح سه شاخص ذکر شده چندان زیاد نبوده و تفاوت میانگین ها نیز بیشتر از مقدار ملاک بوده است. از لحاظ شاخص های دیگر شامل آیین ها و سنن محلی، مهمان نوازی، سرمایه انسانی، بازاریابی، دارای تاریخی و طبیعی، زیرساخت و صنایع دستی نیز تفاوت معناداری میان روستاها مشاهده نشده و همه آنها دارای وضعیت یکسانی هستند. به طور کلی با تکیه بر برخی شاخص ها در جامعه محلی، می تواند به توسعه گردشگری مبتنی بر رویکرد خلاق دست پیدا نمود. استفاده از تقویت شاخص هایی مانند آموزش، تکنولوژی، تنوعات فرهنگی، جاذبه های تاریخی و اکوتوریسمی و موارد از اینگونه، می تواند به تحقق چنین تفکری در مناطق روستایی کمک نماید. همچنان که ظرفیت های زیادی در مناطق روستایی مشاهده شده است. با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می شود که ۱- تکنولوژی ارتباطی در مناطق روستایی جهت تحقق گردشگری خلاق تقویت شود. ۲- با توجه به ظرفیت زیاد مشارکت و تاثیر آن در گردشگری خلاق، بایستی این شاخص در مناطق روستایی مورد مطالعه مورد تاکید و برنامه ریزی جدی باشد. ۳- استفاده از صنایع دستی بومی و سنتی از دیگر شاخص های مهم گردشگری خلاق در مناطق روستایی مورد مطالعه جهت تاکید است. ۴- آموزش جامعه محلی از راهکارهای مهم گردشگری خلاق در مناطق روستایی مطالعه شده است. ۵- تدوین طرح و برنامه ویژه برای بهره برداری از ظرفیت های فرهنگی، قومی، آیین و غیره برای گردشگری خلاق در مناطق روستایی مطالعه شده از دیگر موارد قابل تاکید است.

۶- منابع

- درستکار، احسان؛ فرح، حبیب؛ ماجدی، حمید. (۱۳۹۵). امکان سنجی شکل گیری منطقه خلاق با تئوری گردشگری صنعتی مطالعه موردی: شهرستان یزد، مجله جغرافیا و توسعه، دوره ۱۴، شماره ۴۵، صص ۱۹۰-۳۹.
- دوستی، فرشته؛ زال، محمد حسن؛ رمضان زاده، مهدی. (۱۳۹۸). سنجش ظرفیت های گردشگری خلاق در کلان شهر تبریز، مجله گردشگری شهری، دوره ۶، شماره ۲، صص ۱-۱۳.

- زنگنه شهرکی، سعید؛ فتوحی مهربانی، باقر.(۱۳۹۷). تبیین الگوی مطلوب شهر خلاق برای کلانشهر تهران، مجله شهر پایدار، دوره ۱، شماره ۴، صص. ۱۲۵-۱۳۹.
- سبجانی، جاوید؛ صفی زاده، یاسر.(۱۳۹۷). بررسی و ارایه شاخص‌های گردشگری خلاق، اولین همایش ملی «آینده ۶-نگاری راهبردی در حوزه علوم جغرافیایی و مطالعات شهری- منطقه ۳-ای، کرمان
- شاطریان، محسن؛ حیدری، رسول؛ ورفی نژاد، ژیلاد.(۱۳۹۵). اثرات توان گردشگری در گسترش زیرساخت‌ها و ایجاد شهر خلاق، مطالعه موردی کرمانشاه، مجله انجمن جغرافیایی ایران، دوره ۱۵، شماره ۵۲، صص. ۲۰۱-۲۱۶.
- شفیعی، زاهد؛ فرخیان، فیروزه؛ میرقدر، لیلا.(۱۳۹۳). اصفهان به عنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری، مجله جغرافیا، دوره ۱۲، شماره ۴۳، صص. ۲۵۱-۲۷۸.
- صادقیان بروجنی، نجمه؛ کیانی سلمی، صدیقه؛ غلامی، یونس.(۱۳۹۹). شناسایی عوامل اثربخش بر توسعه گردشگری خلاق و تأثیر آن بر پایداری رفتار از دیدگاه گردشگران در مناطق روستایی شهرستان بروجن، مجله پژوهش‌های روستاییف دوره ۱۱، شماره ۴، صص. ۶۹۶-۷۱۱.
- فتوحی مهربانی، باقر؛ کلاتتری، محسن؛ رجایی، سیدعباس.(۱۳۹۵). شهر خلاق و شاخص‌های شهر خلاق ایرانی، مجله جغرافیا، دوره ۱۴، شماره ۵۱، صص. ۱۰۱-۱۱۸.
- قاسلمو، حسن.(۱۳۹۶). نقش گردشگری در توسعه پایدار روستایی با رویکرد گردشگری خلاق مطالعه موردی روستاهای تاریخی- فرهنگی شمال غرب کشور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا، دانشگاه زنجان، زنجان.
- کیانی سلمی، صدیقه؛ صفری، حامد.(۱۳۹۸). تحلیل و بررسی شاخصها و عوامل گردشگری خلاق در بافتهای فرسوده شهری اصفهان (نمونه موردی: محله جویباره)، مجله ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۹، شماره ۱، صص. ۱۱۵-۱۵۲.
- گی، چاک؛ فایوسولا، ادواردو.(۱۳۹۰). جهانگردی در چشم اندازی جامع، ترجمه علی پارساییان و محمد عربی، تهران: نشر دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- محمدی، مصطفی؛ میرتقیان رودسری، سید محمد.(۱۳۹۵). مدل سازی محصول خلاق گردشگری: بسط مدل ۴ایی (افراد، فرآیند، مکان و محصول)، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۵، شماره ۱۸، صص. ۱۷۹-۲۰۱.
- موسوی، سید علی؛ بیک محمدی، حسن؛ صرامی، حسین.(۱۴۰۰). تحلیلی بر نقش گردشگران خلاق فرهنگی در جذب گردشگران (مطالعه موردی: شهر اصفهان)، مجله جغرافیا و مطالعات محیطی، دوره ۱۰، شماره ۳۷، صص. ۶۱-۷۸.
- نکوئی صدی، بهرام.(۱۳۹۸). مبانی زمین گردشگری، با تأکید بر ایران، تهران: نشر سمت.
- Angelina, D.(2021). Indicators for Cultural and Creative Industries' Impact Assessment on Cultural Heritage and Tourism, Journal of Sustainability, Vol.13, No14, pp.1-13.
- Baacsi, Z.(2020). Creative Regions and Sustainable Tourism, Research Journal of Economics, Vol.4, No.2, pp. 138-151.
- 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, Vol.144, No. 3, PP. 35 – 44
- Comunian, R., England, L. (2018). Creative Clusters and the Evolution of knowledge and skills: From industrial to creative Glassmaking, Journal Homepage/ Geoforme, Vol.99, No. 4, pp. 238- 247.
- Currie, C., Falconer, P.(2013). Maintaining Sustainable Island Destinations in Scotland: The role of the transport-tourism relationship, Journal of Destination Marketing and Management, Vol.3, No.3, pp.1-16.
- Dekker T., Tabbers M. (2012). From creative crowds to creative tourism: A search for creative tourism in small and medium sized cities, Journal of Tourism Consumption and Practice Vol.4, No.2, pp. 129-141.
- Goldberg-Miller, S.(2019), 1) Creative city strategies on the municipal agenda in New York, City, Culture and Society, Vol. 17, No.2, pp. 26-37.
- Lee, H., Lee, J.(2015). Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP, Journal of Procedia Computer Science, 2, pp. 479-484.

- Osman, Z. and Sentosa, I.(2013). Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism, *International Journal of Economics Business and Management Studies*, Vol.2,No.1,pp.25-37.
- Richards,G.(2020). Designing creative places: The role of creative tourism, *Annals of Tourism Research*,Vol.85,No.2,pp.102-127.
- Sangchumnong, A. (2018). Development of a Sustainable Tourist Destination Based on the Creative Economy: A Case Study of Klong Kone Mangrove Community Thailand, *Kasetsarty Journal Of Social Science xxx*,Vol.40,No.1, pp. 642-649..
- Sofield, T., Guia, J., Specht, J. (2017). Organic Folkloric Community Driven place-Making and Tourism, *Tourisme Management*, Vol.61,No.2,pp. 1-22.
- Tang, Z .(2014). Focus on Cultural Creative Tourism Based on SWOT Analysis: a Case of Heilongjiang Province, China, *International Journal of Applied Environmental Sciences*,Vol.9,No.4,pp.1645-1652.
- UNESCO .(2014). Towards sustainable strategies for creative tourism: Discussion report of the planning meeting for 2008 international conference on creative tourism Santa Fe, New Mexico.

