



Providing a Paradigm Model of Creative Rural Tourism Development (Case of Study: Target Villages for Tourism in Kermanshah province)

Ayoub Pazhouhan* 

Assistant Professor, Department of Public Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Shahin Behvar 

PhD student in Entrepreneurship Management, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran.

Hojjatollah Maleki 

Master of Business Administration, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Abstract

The current research was conducted to design and explain the development model of creative rural tourism in the target villages of Kermanshah province. The research is of a qualitative type and based on database theorizing. The studied community comprised villagers of tourism target villages, managers of ecotourism houses, village councils, local experts, university professors in the field of tourism, and key informants. Sampling has been done using targeted and snowball methods. Based on this, 23 interviews were conducted with the research participants, and theoretical saturation was achieved in 19 interviews. Data were collected using in-depth semi-structured interviews and analyzed using Strauss and Corbin's strategy. In order

* Corresponding Author: Pazhouhan@pnu.ac.ir

How to Cite: Pazhouhan, A., Behvar, S., & Maleki, H. A. (2023). Providing a paradigmatic model of creative rural tourism development (case of study: target villages for tourism in Kermanshah province). *Tourism Management Studies*, 18(64), 217 -259. doi: [10.22054/tms.2023.76759.2892](https://doi.org/10.22054/tms.2023.76759.2892)

to measure the validity and respect the qualitative features of the research, accreditation, and data during the interviews, Lincoln and Goba's four criteria (credibility, transferability, reliability, and verifiability) were used. The reliability of the research was calculated using Holstein's reliability formula (82%). The results of the inductive content analysis identified 120 primary codes, 32 central codes, and six factors during three open, central, and selective coding procedures. Finally, the model of creative rural tourism was designed and presented, in which "creative rural tourism" was selected as the central phenomenon affected by the causal factors of the research. Contextual and intervening factors, together with the central phenomenon, shaped creative rural tourism development strategies and consequences such as increasing private sector investments, driving income from cities to villages, preventing migration to cities, increasing employment rates, returning to villages and cultural development, and a sense of cooperation were identified in the area.

Keywords: Creative Tourism, Tourism Development, Development Model, Tourism Target Village, Kermanshah.

Introduction

Raymond and Richards presented the first definition of creative tourism in 2000. They described it as follows: "A type of tourism that gives visitors the opportunity to develop their creative potential through active participation in the learning and experiences they gain from the characteristics of the destination." The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) defined the concept of creative tourism as follows: Creative tourism is travel that leads to an engaging and authentic experience, with participatory learning in the art, heritage, or special features of a place. It is directed and provides a proper connection with those who live in this place and create this living culture. In Kermanshah province, 14 villages are the target of tourism; for example, we can mention the villages of

Kandoleh, Piran, Shalan, Shamshir, Hajij, Khaneqah, and Najobran. Considering the many benefits that the booming tourism industry can bring to the province and the target villages of tourism, it is necessary to pay more attention to the tourism industry in this province, as it can be said that this industry can, in addition to turning the province into the tourism pole can provide one of the axes of all-round development of the province. Therefore, the current research is looking for a way to promote tourism in rural areas to achieve sustainable development by spending less money and using local facilities, and to achieve this goal, creative tourism in rural areas has been investigated. According to the above information and the tourism potential of Kermanshah province, especially the target villages for tourism in this region, they can create conditions that attract domestic and foreign travelers and tourists and provide employment. It will raise the area and ultimately boost the business. Finally, this research seeks to answer the question, what is the pattern of creative tourism in the target villages of Kermanshah province, and what dimensions and components does it consist of?

Materials and Methods

The current research is qualitative in terms of paradigm, developmental-applicative in terms of purpose, and exploratory and ground-theoretical in terms of method. The community of the research studied was comprised of experts in creative tourism. Based on this, 23 semi-structured and in-depth interviews were conducted with key informants using purposeful sampling. The data were analyzed using Strauss and Corbin's systematic approach. In order to analyze the data, three types of coding are used, which include open coding (creating concepts and categories), axial coding (identifying the core category, causal conditions, contextual and environmental conditions, intervening conditions, strategies, and consequences) and selective coding (creation of theory). In order to measure the validity and comply with the qualitative features of the research, validation,

accuracy, and robustness of the data, the four criteria of Lincoln and Goba, such as reliability, transferability and appropriateness, reliability and stability, and verifiability, were used. The reliability of the research was also calculated using Holsti’s coefficient of reliability formula, and 82% was obtained, indicating adequate reliability.

Results

The results of coding are summarized in Table 1.

Table 1. Components of Creative Rural Tourism Development Paradigm Model

| Categorical cluster | Main Categories | Subcategories |
|------------------------|--|---|
| A central phenomenon | Development of creative rural tourism | Natural capacities |
| | | Attracting tourists |
| Causal conditions | Communication between policymakers and practitioners | Creating communication circles |
| | | Formation of specialized associations |
| | | Participation of activists and stakeholders |
| Background conditions | Cultural and social barriers | Cultural differences |
| | | Little awareness of the hosts about the needs and wants of tourists |
| | | Tourists' lack of awareness of the hosts' culture |
| | | Cultural barriers |
| Intervening conditions | Not using the Internet and virtual space | Limited facilities |
| | | Non-use of technology |
| | | Absence of presence in virtual space |
| | | Competing companies |
| | | Lack of suitable conditions |

Table 1.

| Categorical cluster | Main Categories | Subcategories |
|---|---|--|
| Strategies | Development strategies | Scientific development of tourism |
| | | Advertising |
| | | Attention to the interests of tourists |
| | | Attention to the relative advantages of the region |
| | | Development of rural tourism infrastructure |
| | | Cultivation |
| | | Education |
| Consequences | Economic, social and cultural development | Exhibiting |
| | | Increase in private sector investments |
| | | Moving income from urban to rural areas |
| | | Prevent migration to cities. |
| | | Increase the employment rate. |
| | | Return to the village (reverse migration) |
| Cultural development and a sense of cooperation in the region | | |

Research findings.


Conclusions


Based on the research findings, government planners and private companies should consider creative rural tourism due to its role and importance in increasing employment and sustainable rural development. Therefore, in the tourism target villages of Kermanshah province, by creating suitable infrastructures and providing welfare and recreational services for travelers, conditions can be created that attract domestic and foreign travelers and tourists, increase employment in these areas, and ultimately lead to prosperity. Small and medium businesses in the mentioned areas. In this regard, using the basic theory, the current research investigated the influential factors on the development of creative rural tourism.


Summarizing the findings of the qualitative part of the research confirms the fact that by creating communication links between policymakers and the local people of the region, changing the structure of tourism in the region, providing a suitable platform, and identifying tourism capacities in the region and its development in different dimensions (employment, quality of life, preservation of cultural and historical heritage, increase in health level), the ground for creating creative rural tourism in Kermanshah province is provided. However, among these limiting factors are laws and regulations, educational barriers, lack of specialized human resources, organizational and structural barriers, and more Internet and virtual space to advertise and introduce the region to tourists. Strategies and measures that can work in this field include the scientific development of tourism and the use of scientific technology and tools, advertising and introducing the tourist area, creating motivation and paying attention to the interests of tourists, paying attention to the relative advantages of the region, developing rural tourism infrastructure, creating culture, training and holding exhibitions to introduce products. Moreover, the local production of the tourism area, if these measures are realized, the private sector investments will happen in these areas, the result of which is an increase in the employment rate and driving the income to the villages, and a decrease in the migration rate from the village to the city, and an increase Migration is counterproductive and creates cultural development and a sense of cooperation in the region.



ارائه الگوی پارادایمی توسعه گردشگری خلاق روستایی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه)

ایوب پژوهان*  استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

شهین بهور  دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

حجت‌اله ملکی  کارشناس ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

چکیده

پژوهش حاضر با هدف طراحی و تبیین الگوی توسعه گردشگری خلاق روستایی در روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه انجام شده است. پژوهش از نوع کیفی و مبتنی بر نظریه پردازی داده بنیاد است. جامعه مورد مطالعه را دهیاران روستاهای هدف گردشگری، مدیران خانه‌های بوم گردی، شوراهای روستاها، خبرگان بومی، اساتید دانشگاه در رشته گردشگری و مطلعان کلیدی تشکیل دادند. نمونه گیری به روش هدفمند و گلوله برفی انجام شده است. بر این اساس، تعداد ۲۳ مصاحبه با مشارکت کنندگان در پژوهش انجام شد و اشباع نظری در مصاحبه ۱۹ حاصل گردید. داده‌ها با استفاده از مصاحبه عمیق نیمه ساختارمند گردآوری و با استفاده از راهبرد اشتراوس و کوربین تحلیل شدند. به منظور سنجش روایی و رعایت ویژگی‌های کیفی پژوهش، اعتباربخشی داده‌ها حین انجام مصاحبه‌ها از معیارهای چهارگانه لینکلن و گوبا (قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال پذیری و تناسب، قابلیت اطمینان و ثبات و قابلیت تصدیق) استفاده شد. پایایی پژوهش با استفاده از فرمول پایایی هولستی (۸۲ درصد) محاسبه گردید. نتایج تحلیل محتوای استقرایی، طی سه رویه کدگذاری باز، محوری و انتخابی به شناسایی تعداد ۱۲۰ کد اولیه، ۳۲ کد محوری و ۶ عامل منتج شد. در نهایت، الگوی گردشگری خلاق روستایی طراحی و ارائه گردید که در آن «گردشگری خلاق روستایی» به عنوان پدیده محوری متأثر از عوامل علی پژوهش انتخاب شد. عوامل زمینه‌ای و مداخله گر به همراه پدیده محوری راهبردهای توسعه گردشگری خلاق روستایی را شکل دادند و پیامدهایی همچون افزایش سرمایه گذاری‌های بخش خصوصی، سوق دادن درآمد از مناطق شهری به روستا، جلوگیری از مهاجرت به شهرها، افزایش نرخ اشتغال، بازگشت به روستا و توسعه فرهنگی و حس همکاری در منطقه شناسایی شدند.

کلیدواژه‌ها: گردشگری خلاق، توسعه گردشگری، الگوی توسعه، روستای هدف گردشگری، کرمانشاه.

مقدمه

امروزه، توسعه کشورها را یکی از ثمره‌های توسعه روستایی می‌دانند و از توسعه روستایی به‌عنوان یکی از اهداف و البته، چالش‌های مهم برنامه‌های کلان توسعه نام می‌برند و بی‌تردید دست‌یابی به آن تنها در صورت برنامه‌ریزی دقیق و بهره‌برداری از تمام ظرفیت‌های یک نظام امکان‌پذیر خواهد بود (Gkartzios & Lowe, 2019). در این راستا، یکی از راهبردهایی که در دهه‌های اخیر در اغلب کشورهای جهان مورد توجه بوده و نتایج مثبتی نیز داشته، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی روستایی و استفاده از جاذبه‌های متعدد طبیعی و فرهنگی روستا بوده است (محمدی و همکاران، ۱۳۹۶).

در سال‌های اخیر، مناطق روستایی در تولید مجدد گردشگری و گردشگری در بازتولید روستایی به‌طور فزاینده‌ای اهمیت یافته است (Cloke, 2007). تقاضای بازار برای گردشگری روستایی در حال رشد است؛ زیرا افراد زیادی برای اجتناب از ضررهای صنعتی شدن و شهرنشینی، به دنبال مناظر طبیعی و آداب و رسوم معتبر محلی هستند و همین موارد به توسعه بیشتر گردشگری در مناطق روستایی کمک می‌کند (سلیمانی و همکاران، ۱۴۰۲).

توسعه گردشگری روستایی می‌تواند ضمن تشویق به حفاظت از میراث محلی، منافع قابل توجهی را برای جامعه میزبان به‌همراه داشته باشد (Quezada-Sarmiento et al., 2018)، اما توسعه گردشگری روستایی ساده نیست و با چالش‌هایی روبه‌رو است؛ چراکه مناطق روستایی به‌علت فقر و کمبود امکانات زیرساختی، همواره در جذب گردشگر با مشکل روبه‌رو بوده‌اند. لذا در سال‌های اخیر، نوعی از گردشگری، یعنی گردشگری خلاق به‌عنوان نسل سوم گردشگری، به سبب نیاز به سرمایه‌گذاری اندک و استفاده از آثار طبیعی و فرهنگی موجود، به‌عنوان یک راهبرد مناسب در توسعه گردشگری روستایی در رقابت با گردشگری در شهرهای بزرگ مطرح شده است (Richards & Raymond, 2017). اخیراً، گردشگری خلاق در مقاصد روستایی مورد مطالعه و توجه قرار گرفته و پتانسیل آن برای تقویت گردشگری روستایی شناسایی شده است (Blapp & Mitas, 2020). در این راستا، مقاصد گردشگری روستایی به‌علت بهره‌مندی از قابلیت‌های متنوع طبیعی و

انسانی می‌تواند به‌عنوان مقصدی خلاق، محصولات و خدمات خلاق به گردشگران ارائه نماید (صادقیان بروجنی و همکاران، ۱۳۹۹). از این رو، صاحب‌نظران توسعه روستایی با در نظر داشتن آثار مثبت فعالیت‌های گردشگری، بر این باور هستند که ترکیب مناسب گردشگری، کارآفرینی و خلاقیت می‌تواند ضمن پاسخگویی به نیازهای روستاییان متضمن گردشگری مطلوب برای گردشگران باشد. در این رویکرد، پاسخگویی به تقاضای روزافزون گردشگری، مستلزم نوسازی و ارائه خدمات و محصولات گردشگری است که زمینه مشارکت ساکنان محلی و روستایی در فعالیت‌هایی بر مبنای اقتصاد و گردشگری خلاق را فراهم می‌کند (صادقیان بروجنی و همکاران، ۱۳۹۹).

به عقیده سوکا (۲۰۲۰) برای اینکه گردشگری خلاق روستایی توسعه یابد، مراحل وجود دارد که هر استراتژی توسعه گردشگری خلاق روستایی باید شامل آن‌ها شود. این مراحل عبارت است از: افزایش نقش و مشارکت جامعه میزبان در فرایند؛ شناسایی تمامی ظرفیت‌های خلاقانه در منطقه و تخصیص منابع راهبردی کافی برای توسعه آتی آن؛ سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های محلی و خدمات عمومی برای تضمین کیفیت زندگی جامعه؛ و شناسایی همه منابع تضاد در توسعه گردشگری از قبیل مدیریت منابع طبیعی، سطوح بازدید، حفظ میراث فرهنگی، تخصیص منابع انسانی و مالی و حل آن‌ها به نحوی که به نفع جامعه محلی، بخش خصوصی، سازمان‌های خارجی درگیر در توسعه گردشگری محلی و مدیریت دولتی باشد (Souca, 2020).

افزون بر این، بر اساس مطالعات انجام شده، گردشگری خلاق روستایی زمانی به موفقیت نائل می‌گردد که در مورد فرد گردشگر، چهار گزینه محقق گردد: نخست، فرد گردشگر تصمیم به سفر مجدد به روستا را داشته باشد؛ دوم، از سفر خود تجربه جدیدی کسب نماید؛ سوم، احساس رضایت کسب کند و در نهایت، به دوستان و اقوام خود توصیه نماید که به آن روستا سفر کنند (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۹).

با وجود پیامدهای مثبتی که گردشگری روستایی دارد، مناطق روستایی کشور با برخورداری از ظرفیت‌های فراوان گردشگری، به علت فقر و کمبود امکانات، فراهم نبودن زیرساخت‌های گردشگری و عدم امکان سرمایه‌گذاری کلان جهت ایجاد زیرساخت‌های گردشگری، همواره در جذب گردشگران به‌ویژه گردشگران خارجی با چالش مواجه

بوده است. لذا، پژوهش حاضر به دنبال راهی برای رونق گردشگری در مناطق روستایی جهت رسیدن به توسعه پایدار با صرف هزینه کمتر و استفاده از امکانات بومی است و برای دستیابی به این هدف، گردشگری خلاق در مناطق روستایی را مورد مطالعه قرار داده است. با توجه به مطالبی که ذکر گردید و همچنین، پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های بالقوه‌ای که روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه دارند، می‌توان با توسعه گردشگری خلاق و ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای ارائه خدمات رفاهی و تفریحی به مسافران، شرایطی را ایجاد نمود که زمینه‌های جذب مسافران و گردشگران داخلی و خارجی را فراهم آورده و اشتغال را در این استان افزایش داده و در نهایت، کسب و کار را رونق بخشده است. در نهایت، این تحقیق به دنبال پاسخ به این پرسش است که الگوی گردشگری خلاق روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه چگونه الگویی است و از چه ابعاد و مؤلفه‌هایی تشکیل شده است؟

مبانی نظری پژوهش

ریچاردز و ریموند در سال ۲۰۰۰ اولین تعریف از گردشگری خلاق را ارائه و آن را این‌گونه توصیف نموده‌اند: «نوعی از گردشگری که به بازدیدکنندگان این فرصت را می‌دهد تا از طریق مشارکت فعال در آموزش و کسب تجربیاتی که از ویژگی‌های مقصد به دست می‌آورند، پتانسیل خلاقانه خود را توسعه دهند». درحالی که تعاریف دیگری نیز از گردشگری خلاق ارائه شده است (Jelinčić, 2007; Raymond, 2006; UNESCO, 2006; Blapp, 2015; Žuvela, 2012)، این تعریف اولیه همچنان به عنوان سنگ بنا در این زمینه عمل می‌کند. سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) نیز مفهوم گردشگری خلاق را این‌گونه تعریف نموده است: «گردشگری خلاق، سفری است که به سمت یک تجربه درگیر و معتبر، همراه با یادگیری مشارکتی در هنر، میراث یا ویژگی خاص یک مکان هدایت می‌شود و ارتباط مناسبی را با کسانی که در این مکان زندگی می‌کنند و این فرهنگ زنده را ایجاد می‌کنند، فراهم می‌آورد» (UNESCO, 2006: 3). گردشگری خلاق، بخش امیدوارکننده‌ای از انواع گردشگری در سال‌های اخیر بوده و به‌طور فزاینده‌ای به عنوان راهکار توسعه گردشگری در وسعت جهانی محبوبیت یافته است (Hung et al., 2016). رشد گردشگری خلاق، توسعه اقتصاد مقصد را ترویج می‌دهد،

بر جذابیت مقصد تأثیر مثبت می‌گذارد و به تجربه مثبت هنگام بازدید گردشگران از مقصد کمک می‌نماید (Ali et al., 2016؛ Chang et al., 2003). بنابراین، جاذبه‌های گردشگری خلاق به عناصر مهمی در ایجاد جذابیت یک مقصد تبدیل شده‌اند (Hung et al., 2016). مقاصد باید تجربیاتی را ارائه دهند که ارتباط نزدیکی با مفهوم خلاقیت داشته باشد تا بتواند جذابیت پیشنهاد گردشگری مقاصد را افزایش دهد؛ زیرا مفهوم خلاقیت، خود با ظرفیت مقصد برای نوآوری در محصولات آن‌ها مرتبط است (Tan et al., 2013؛ Richards & Wilson, 2007؛ Teodorescu et al., 2015).

ظهور گردشگری خلاق با علاقه فزاینده به عناصر ناملموس فرهنگ، همراه با ناراضی‌های فزاینده از انبوه شدن گردشگری فرهنگی سنتی به علت دیدگاه کالایی به فرهنگ مرتبط بوده و تقاضای گردشگران را برای سفر و مقاصدی ایجاد کرده است که به آن‌ها امکان می‌دهد از یک تجربه معتبر لذت ببرند و اشکال جدیدی از تعامل و معاشرت با مردم را کشف کنند (Blapp & Mitas, 2019; Duxbury et al., 2019; Salman & Uygun, 2010). به گفته حامیان این جمله، گردشگری خلاق به نیازهای گردشگرانی می‌پردازد که از اشکال غیرفعال تولید و مصرف، تجربه مرتبط با گردشگری فرهنگی سنتی ناراضی هستند. این گردشگران به دنبال توسعه پتانسیل خلاقانه خود از طریق درگیری عمیق و ارتباط با مردم محلی هستند (Wattanacharoensil & Sakdiyakorn, 2016). به این ترتیب، گردشگری خلاق به عنوان شکل جدیدی از گردشگری فرهنگی مطرح شده است که می‌تواند به نیازهای این گونه گردشگران پاسخ دهد (Richards, 2011; Tan et al., 2014).

در حالی که گردشگری فرهنگی سنتی اغلب بر میراث ثابت و ملموس متمرکز است، گردشگری خلاق بر زندگی دست اول، فرهنگ ناملموس و کسب دانش جدید از طریق مشارکت فعال با مردم محلی تأکید دارد (Bakas et al., 2019; Booyens & Rogerson, 2015; Richards, 2011). گردشگری خلاق نیز به عنوان شکل پایدارتری از گردشگری مورد بحث قرار گرفته است؛ زیرا بر منابع خلاق تجدیدپذیر متمرکز است (Richards & Wilson, 2006; Tan et al., 2014). از سوی دیگر، گوردین و ماتسکایا (۲۰۱۲) بیان می‌کنند که هدف اصلی گردشگری خلاق، تجربه موارد دست اول،

زندگی با احساسات جدید، کسب دانش و مهارت‌های جدید از طریق درگیر شدن در فعالیت‌های خلاقانه مشترک با گردشگران و از طریق تعامل با مردم محلی است. افزون بر این، هدف نهایی مفهوم گسترده‌تر فعلی گردشگری خلاق این است که به گردشگر اجازه دهد بخشی از محیط اطراف مقصد میزبان باشد و با آن تعامل داشته باشد. همچنین، این فرصت را به گردشگر می‌دهد تا بخشی از هسته خلاقانه یک مقصد شود (Den Dekker & Tabbers, 2012). اگرچه مجموعه‌ای از توضیحات مختلف در این خصوص ارائه شده است، اما می‌توان گفت تقریباً تمام تعاریف گردشگری خلاق که در دو دهه گذشته ظهور کرده‌اند، بر مشارکت فعال، یادگیری و ارتباط گردشگر با مقصد تأکید دارند (Blapp & Mitas, 2018). رمز موفقیت گردشگری خلاق، تأمین نیازهای گردشگران از طریق ارائه محصولات و خدمات خلاق است؛ چرا که اقتصاد خلاق نتیجه ارتباط بین فناوری، هنر و کسب و کار می‌باشد (مسییان‌ریزی و مسیعی، ۱۴۰۰).

اما در ارتباط با روستای خلاق، تا به حال تعریف واحد و بین‌المللی ارائه نشده و این کلمه، مفهوم جدیدی است که به تبعیت از مفهوم شهر خلاق ایجاد شده است. با این حال به تعریفی مختصر از این مفهوم اشاره می‌شود. روستای خلاق، فضایی است که با اتکای بر فرایندهای بوم‌دارانه سبک زندگی، محیط‌زیست پاک و امکانات مطلوب زمینه جذب طبقه خلاق در صنایع با فناوری غیرسطح بالا، به‌ویژه در بخش فرهنگ و هنر را مهیا و بستر ارتفاع برد - برد جامعه روستایی و طبقه خلاق و همچنین، مخاطبان و مصرف‌کنندگان محصولات خلاقانه در بیرون از محیط روستا را فراهم می‌آورد (جهان‌تیغ و همکاران، ۱۳۹۹). طی دهه ۱۹۹۰ به خلاقیت در نواحی روستایی توجه ویژه‌ای گردید. در این مسیر، رهیافت روستای خلاق به‌عنوان مردمی‌ترین شکل گردشگری می‌تواند با بهره‌گیری از استعدادها، منابع طبیعی، سبک زندگی و تجربه موجود در روستا و پرورش خلاقیت در جامعه میزبان، زمینه بازآفرینی سکونتگاه‌های روستایی را با تکیه بر گردشگری فراهم نماید. در این نگرش، جامعه روستایی، فعالیت‌های اقتصادی، فضای روستا، پیوندها و ارتباط‌ها و چشم‌انداز، پنج رکن روستای خلاق هستند (صادقیان‌بروجنی و همکاران، ۱۳۹۹).

به نظر می‌رسد که در موارد بسیاری، بزرگ‌ترین انگیزه برای توسعه خلاق در مناطق روستایی، نامالایمات و فقدان نسبی فرصت‌های اشتغال باشد (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۹).

نواحی روستایی امیدوارکننده‌ترین مکان‌ها برای توسعه خلاقیت هستند؛ زیرا به بازدیدکنندگان این امکان را می‌دهند تا با روایت‌ها، فرایندها و محصولات محسوساتی که در جای دیگری قابل دسترسی نیستند، بلکه فقط در آن مکان و جامعه خاص یافت می‌شوند، ارتباط برقرار کنند (Remoaldo et al., 2022). یکی از راهبردهای حل مشکلات رو به رشد گردشگری خلاق روستایی، توسعه محصولات گردشگری خلاق است (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۹). بر اساس مطالعات انجام‌شده، توسعه گردشگری خلاق در مناطق روستایی، نیازمند توسعه صنایع خلاق، مشارکت فعالانه گردشگران و تماس نزدیک با مردم محلی و بومی است (صادقیان بروجنی و همکاران، ۱۳۹۹).

پیشینه تجربی پژوهش

در ادامه، پیشینه‌های تجربی مرتبط با پژوهش حاضر ارائه می‌گردد. در مطالعات داخلی، سلیمانی و همکاران (۱۴۰۲) پژوهشی با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گردشگری خلاق منطقه هورامان استان کردستان انجام دادند و به این نتیجه دست یافتند که عامل تجربه و تعامل در اولویت اول و بعد از آن به ترتیب عوامل اصالت، کیفیت خدمات، حمایت از جنبه‌های گردشگری خلاق، آگاهی و اطلاع‌رسانی، میراث بومی و مشارکت در اولویت‌های بعدی جهت برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری خلاق در منطقه هورامان قرار دارند.

فخری‌پورمحمدی و همکاران (۱۴۰۲) نیز به مطالعه‌ای با هدف تحلیل تصویر ذهنی گردشگران با تأکید بر گردشگری خلاق در منطقه ۱۲ تهران مبادرت نمودند. یافته‌های مطالعه آن‌ها نشان داد که مؤلفه‌های جذابیت گردشگری و محیط زیرساخت در رتبه اول و مؤلفه‌های برآورده شدن انتظارات و تمایل به بازدید مجدد در رتبه‌های آخر قرار دارند. افزون بر این، نتایج حاکی از این بود که برای بهبود تصویر ذهنی گردشگران باید به مؤلفه‌های کیفیت درک‌شده، برآورده شدن انتظارات، جذابیت مقصد، تصویر عاطفی، سرگرمی و فعالیت، جذابیت گردشگری با توجه به جنبه‌های تاریخی و فرهنگی منطقه ۱۲ تهران از طریق گردشگری خلاق بیشتر توجه شود.

کاظمی‌زاد و همکاران (۱۴۰۲) نیز در پژوهشی با هدف شناخت دقیق و بررسی علمی مؤلفه‌ها و شاخص‌های گردشگری خلاق با توجه به شرایط شهر تبریز و ارزیابی تأثیر این

مؤلفه‌ها و شاخص‌ها در وضعیت رقابت‌پذیری این شهر به این نتیجه دست یافتند که از بین ۴۴ شاخص شناسایی شده با استفاده از روش تحلیل ساختاری، تعداد ۱۳ عامل به‌عنوان پیشران حیاتی انتخاب شدند که در این میان شاخص برگزاری مشارکت اجتماعی با مجموع امتیاز تأثیرگذاری ۱۴۱۰ به‌عنوان مؤثرترین شاخص و رویدادهای بینش راهبردی با امتیاز ۷۱۰ به‌عنوان سیزدهمین پیشران انتخاب شده‌اند.

اردلان و همکاران (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای با هدف ارائه الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور با تأکید بر ایده شهر خلاق برای شهر سمنان، هفت مضمون فضایی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، انسانی، ساختاری و نهادی و ۲۷ مقوله از پژوهش احصاء نمودند و الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور را ارائه کردند. پورجهان و همکاران (۱۴۰۱) با هدف ارائه چارچوب نظریه‌ای برنامه‌ریزی گردشگری خلاق، نظریه‌های برنامه‌ریزی گردشگری از جمله ذی‌نفعان، مشارکتی، پایداری، هم‌آفرینی و شبکه‌ای را به‌عنوان نظریه‌های بالقوه در حوزه گردشگری خلاق، شناسایی و نتیجه گرفتند که رویکرد ذی‌نفعان و مشارکتی، بیشترین تعداد فراوانی را در مطالعات مرتبط با گردشگری خلاق داشته است.

همچنین، سالاری‌پور و همکاران (۱۴۰۱)، پژوهشی با هدف شناسایی ظرفیت‌های توسعه کسب‌وکارهای خلاق روستایی از طریق گردشگری کشاورزی در روستای هنده‌خاله شهرستان صومعه‌سرا انجام دادند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل دلفی نشان داد که بهره‌گیری از پتانسیل‌های طبیعی این روستا و ترکیب با فعالیت‌هایی نظیر برگزاری جشنواره‌های غذاهای محلی برای آشنایی گردشگران با شیوه‌های پخت انواع غذاهای محلی و برگزاری تورهای ماهی‌گیری در تالاب بین‌المللی سلکه موجب توسعه گردشگری کشاورزی و در نتیجه کارآفرینی و رونق کسب‌وکار روستاییان و به‌خصوص کشاورزان خواهد شد.

مصاحبی‌پورفرد و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با هدف شاخص‌سازی گردشگری خلاق شهری با رویکرد ایرانی اسلامی، تعداد ۱۱۴ زیرشاخص به تفکیک معیارهای اجتماعی-فرهنگی، کالبدی-فضایی، اقتصادی، سیاسی، زیرساختی-رفاهی و فناوری- توسعه جهت سنجش گردشگری خلاق در شهر اصفهان ارائه نمودند. بعد از تجزیه و تحلیل

پرسشنامه‌ها، در نهایت از این تعداد زیرشاخص، ۴۸ مورد به علت عدم احراز نسبت روایی محتوایی حذف و ۶۶ زیرشاخص در قالب ۶ شاخص مورد تأیید قرار گرفت.

صادقی (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی ظرفیت‌سنجی شاخص‌های گردشگری خلاق در روستاهای شهرستان دزپارت مبادرت نمودند. نتایج پژوهش حاکی از این بود که شاخص‌های آموزش، مشارکت محلی، نوآوری و ابتکار، تکنولوژی ارتباطی، خدمات و امکانات و زیرساخت مناسب دارای وضعیت نامناسبی در مناطق روستایی مورد مطالعه هستند. همچنین، شاخص صنایع دستی با ۱۰ درصد و شاخص مشارکت با ۸ درصد، بیشترین میزان تبیین در زمینه متغیر گردشگری خلاق را دارند. نتایج پژوهش جهان‌تیغ و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان تحلیل پیشران‌های کلیدی اثرگذاری شاخص‌های روستای خلاق بر پایداری سکونتگاه‌های روستایی منطقه سیستان با استفاده از رهیافت آینده‌پژوهی نشان داد که در مجموع، تعداد ۶ مؤلفه (انعطاف‌پذیری، ابتکار، ترویج و آموزش، خطرپذیری، رهبری و مشارکت) با ۶۹ شاخص در شکل‌گیری روستای خلاق اثرگذارند که در این بین ۱۸ شاخص به‌عنوان پیشران‌های کلیدی انتخاب شدند. از بین ۱۸ پیشران، تعداد ۶ پیشران به‌ترتیب بیشترین اثرگذاری را داشتند که شامل: الف) ورود اهالی روستا به فعالیت‌های جدید و نوآورانه، ب) میزان توانایی مدیران محلی برای هدایت روستا در راستای توسعه روستای خلاق، ج) استقبال و پذیرش خلاقیت توسط ساکنین محلی روستا در منطقه، د) توسعه ایده‌های خلاقانه جهت بهبود مشارکت مردمی، ه) اعتماد به افراد تحصیل کرده در تصمیم‌گیری‌ها و مدیریت و ی) آموزش و انگیزه‌بخشی از کارآفرینان در محیط‌های روستایی می‌باشند. بنابراین، رهیافت روستای خلاق به‌عنوان یک رویکرد مفید و کارآمد برای رفع موانع توسعه در سکونتگاه‌های روستایی پیشنهاد می‌گردد.

صادقیان‌بروجنی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی نتیجه گرفتند که تأثیر مؤلفه گردشگری خلاق (با ابعاد صنایع دستی، آیین‌ها و سنت‌ها، غذا و خوراکی جاذبه‌های گردشگری، نوآوری و خلق ارزش در گردشگری، اطلاع‌رسانی و تبلیغات، خدمات و امکانات) بر رفتارهای پایدار گردشگران (در سه بُعد عوامل فرهنگی، زیست‌محیطی و اقتصادی) در مناطق روستایی شهرستان بروجن تأثیرگذار است. بسته‌نگار و همکاران (۱۳۹۶) نیز در مطالعه خود، مدل مفهومی برای گردشگری خلاق ارائه نمودند. در این

مدل، زیست‌بوم گردشگری خلاق، چشم‌انداز خلاق، صنایع خلاق و گردشگر خلاق چهار بُعد گردشگری خلاق هستند که تمامی شئون و حالات گردشگری خلاق را در بر می‌گیرند. داکسبری و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به تجزیه و تحلیل رویکردهای توسعه توسط سازمان‌های شرکت‌کننده در پروژه‌ای با هدف بهبود درک فرایندهایی که از طریق آن می‌توان فعالیت‌های گردشگری خلاقانه را توسعه، اجرا و پایدار کرد، پرداختند و بیان داشتند جهت توسعه گردشگری خلاق، پنج اقدام اصلی شامل: پیشنهادها، مستقل، مجموعه‌ای از فعالیت‌های خلاقانه با یک موضوع مشترک، شبکه‌های محلی برای گردشگری خلاق، جشنواره‌های کوچک شامل فعالیت‌های گردشگری خلاق و اقامتگاه‌های خلاقانه را باید انجام داد.

محمدی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با هدف تقویت‌کننده‌های طراحی مدل کسب‌وکار و کارت امتیازی متوازن در گردشگری خلاق، یک چهارچوب مدیریتی برای امکان‌سنجی محصولات گردشگری خلاق طراحی کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که ۴ دیدگاه و ۱۳ عامل موفقیت حیاتی برای امکان تجربه خلاق گردشگری ضروری است. علاوه بر این، ۲۲ شاخص در ۳ بُعد اصلی، موفقیت یک مدل کسب‌وکار گردشگری خلاق را تعیین می‌کند. بُعد مشتری بر سایر ابعاد اولویت دارد که شامل تسهیلات، نماد، حالت شناوری، تحول و خلاقیت وجودی است. جهت بُعد یادگیری و رشد باید چهار بخش وجود داشته باشد: سازمان‌افزار، سخت‌افزار، نرم‌افزار و انسان‌افزار. بُعد مالی در برگیرنده صرفه اقتصادی و عایدی است. همچنین، بُعد فرایندهای داخلی کسب‌وکار شامل: سرگرمی، آموزش، زیبایی‌شناسی، گریزگری، بازاریابی خلاق و تبلیغات خلاق می‌باشد. ریچاردز (۲۰۱۹) در پژوهشی، گردشگری خلاق را به‌عنوان یک فرصت برای مناطق کوچک و روستایی معرفی می‌کند و استدلال می‌کند که مکان‌های کوچکتر نباید سعی کنند از مدل‌های توسعه خلاقانه شهرهای بزرگ، مانند جذب طبقه خلاق الگوبرداری کنند؛ بلکه باید حالت خلاقانه خود را بر اساس استفاده از منابع درون‌زا، ظرفیت‌سازی و خلاقیت از پایین به بالا پیدا کنند. به این ترتیب، آن‌ها می‌توانند از «تله خلاقیت» پیروی از مدل‌های خلاقیت عمومی اجتناب کنند و شیوه‌های گردشگری خلاقانه را متناسب با اندازه و قابلیت‌های خود توسعه دهند. مرور پژوهش‌ها و مطالعات پیشین در حوزه گردشگری

خلاق، حکایت از این دارند که اغلب مطالعات در مورد گردشگری خلاق در شهرها و با استفاده از رویکرد کمی انجام شده و به نظر می‌رسد که تاکنون مطالعه‌ای جامع، نظام‌مند و بهره‌گیری از پارادایم کیفی و روش داده‌بنیاد پیرامون گردشگری خلاق روستایی به‌ویژه با تأکید بر روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه صورت نپذیرفته و یا مطالعات در این زمینه بسیار اندک بوده و این مهم از نگاه پژوهشگران مغفول مانده است. لذا، خلاء پژوهش در این خصوص از یک سو، بیانگر ضرورت و اهمیت پرداختن به موضوع مذکور و از سوی دیگر حاکی از نوآوری پژوهش حاضر است. در نتیجه، این پژوهش در راستای پرکردن شکاف نظری یاد شده انجام گرفته است.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از رویکرد کیفی، از روش نظریه‌بنیانی با رهیافت نظام‌مند اشتراوس و کوربین (۱۹۹۰) استفاده شد. نسخه اشتراوس و کوربین، نظریه‌بنیانی منعکس‌کننده یک پارادایم تفسیری و به‌طور خاص سازه‌انگاری در ساخت دانش بوده و اغلب به فرایندهای تعامل بین افراد و زمینه‌های خاصی که در آن زندگی و کار می‌کنند، متمرکز است تا درک بهتری از پدیده پیدا کنند (Cullen & Brennan, 2021). به بیانی دیگر، نظریه‌بنیانی یک شیوه استقرایی کیفی است که داده‌ها را برای مفهوم‌سازی‌های نوظهور در الگوهای یکپارچه و طبقه‌بندی‌شده جست‌وجو می‌کند و طی یک فرایند مقایسه‌ای ثابت و دقیق، آن‌ها را تحلیل می‌نماید (Espriella & Restrepo, 2020). از طرفی، نظریه‌بنیانی علاوه بر اینکه یک روش تحقیق است، می‌تواند روش تجزیه و تحلیل و بررسی داده‌ها نیز باشد (Glaser & Strauss, 1978; Strauss & Corbin, 1998; Cullen, & Brennan, 2021). بنابراین، هدف از به‌کارگیری نظریه‌بنیانی در پژوهش حاضر، علاوه بر ارائه یک نظریه و چارچوب پارادایمیک، تحلیل، کدگذاری و دسته‌بندی داده‌های مرتبط با پدیده اصلی مورد مطالعه (گردشگری خلاق روستایی) بود.

در استان کرمانشاه استعدادهای بالقوه فراوان روستایی جهت توسعه صنعت گردشگری وجود دارد. وجود نقاط باستانی متعدد در استان، میراث فرهنگی ارزشمند، موقعیت جغرافیایی، تنوع آب‌وهوایی و توپوگرافی استان، وجود جاذبه‌های طبیعی مانند سراب‌ها و چشمه‌های زیبا و غارها، واقع شدن در مسیر بزرگ راه عتبات عالیات، وجود بناها و

یادمان‌های تاریخی و فرهنگی و... باعث شده است که استان کرمانشاه به ویژه روستاهای هدف گردشگری دارای شرایط مطلوبی برای گردشگری باشد. در استان کرمانشاه، تعداد ۱۴ روستای هدف گردشگری به نام‌های کندوله، پیران، شالان، شمشیر، هجیج، خانقاه، نجوبران، سُرخه‌دیزه، گُلین، فُش، حریر، ورمقان، چرمه‌علیا و سراب هَرمس وجود دارند که به ثبت ملی رسیده‌اند (جدول ۱). با توجه به فواید فراوانی که رونق صنعت گردشگری می‌تواند نصیب استان و روستاهای هدف گردشگری نماید، توجه بیش از پیش به صنعت گردشگری در این استان امری ضروری است، تا جایی که می‌توان گفت این صنعت علاوه بر تبدیل نمودن استان به قطب گردشگری می‌تواند یکی از محورهای توسعه همه‌جانبه استان کرمانشاه را فراهم آورد.

جدول ۱. فهرست روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه

| ردیف | نام روستای هدف گردشگری | نام شهرستان |
|------|-------------------------|----------------|
| ۱ | سراب هَرمس | اسلام‌آباد غرب |
| ۲ | شمشیر، هجیج، خانقاه | پاوه |
| ۳ | شالان، سُرخه‌دیزه، حریر | دالاهو |
| ۴ | پیران | سرپل‌ذهاب |
| ۵ | ورمقان، چرمه‌علیا | سنقر |
| ۶ | کندوله | صحنه |
| ۷ | فُش | کنگاور |
| ۸ | گُلین | گیلانغرب |
| ۹ | نجوبران | هرسین |

منبع: اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان کرمانشاه، ۱۴۰۲

برای گردآوری داده‌ها از روش میدانی و از ابزار مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته با مدیران و کارشناسان آژانس‌های گردشگری، دهیاران روستاهای هدف گردشگری، مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی، شوراهای روستاها، استادان دانشگاه در رشته گردشگری و کارآفرینی و مطلعان کلیدی بهره گرفته شد. به منظور نمونه‌گیری، از روش‌های نمونه‌گیری نظری و گلوله‌برفی تا رسیدن به اشباع نظری مطابق با جدول ۲، تعداد ۲۳ مصاحبه به عمل آمد.

جدول ۲. مشخصات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

| عنوان | تعداد | سطح تحصیلات / سابقه | زمان مصاحبه‌ها |
|--|-------|---|----------------|
| مدیران و کارشناسان شرکت‌های گردشگری | ۷ | کارشناسی ارشد و کارشناسی / بیش از ۱۰ سال سابقه | ۴۰ تا ۹۰ دقیقه |
| دهیاران و شوراهای روستاهای هدف گردشگری | ۵ | کارشناسی ارشد و دکتری / بیش از ۲۰ سال سابقه | |
| عضو هیئت علمی دانشگاه | ۸ | دکتری گردشگری و کارآفرینی / بیش از ۱۰ سال سابقه | |
| مدیر اقامتگاه بوم‌گردی روستایی | ۳ | کارشناسی و کارشناسی ارشد / بیش از ۱۰ سال سابقه | |
| جمع/میانگین | ۲۳ | | ۶۵ دقیقه |

پس از کسب اطلاعات جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش، سؤالات کلی که به‌عنوان راهنمای مصاحبه‌ها طراحی شده بودند و پاسخ‌های باز و تفسیری داشتند، نظیر «وضع موجود گردشگری روستایی در روستای شما چگونه است؟»، «روستای شما چه پتانسیل‌ها و جاذبه‌هایی جهت جذب گردشگر دارد؟»، «چالش‌های فراروی گردشگری خلاق روستایی در استان کرمانشاه کدام‌اند؟»، «از چه راهکارهایی می‌توان جذابیت جهت جذب گردشگر روستایی ایجاد کرد؟»، «اماکن مستعد توسعه گردشگری خلاق روستایی در روستای شما دارای چه نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید است؟»، «شرایط مداخله‌گر حاکم بر توسعه گردشگری خلاق روستایی کدام‌اند؟»، «شرایط زمینه‌ای و محیطی حاکم بر توسعه گردشگری خلاق روستایی کدام‌اند؟»، «مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق روستایی در استان کرمانشاه کدام‌اند؟»، «مهمترین راهبردهای توسعه گردشگری خلاق روستایی و جذب گردشگران روستایی کدام‌اند؟» و «پیامدهای توسعه گردشگری خلاق روستایی در استان کرمانشاه کدام‌اند؟» پرسیده شد. همچنین از پرسش‌های عمق‌دهنده نظیر «ممکن است بیشتر توضیح بدهید؟» و «منظورتان چیست؟» استفاده شد. با پیشبرد مصاحبه‌ها و تجزیه و تحلیل هم‌زمان و شکل‌گیری طبقات، مسیر مصاحبه‌های بعدی تعیین گردید. بر اساس رهیافت نظام‌مند نظریه بنیانی، روند تجزیه و تحلیل حاصل از پژوهش، هم‌زمان با جمع‌آوری داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی صورت گرفت. به‌منظور اطمینان از روایی، اعتباربخشی، صحت و استحکام داده‌های پژوهش، از معیارهای چهارگانه لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) نظیر قابلیت

اعتبار، قابلیت انتقال پذیری و تناسب، قابلیت اطمینان و ثبات و قابلیت تصدیق استفاده شد که شرح اقدامات صورت گرفته در زمینه ارزیابی روایی پژوهش در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. معیارهای ارزیابی روایی پژوهش

| معیارها | شرح اقدامات |
|----------------|--|
| قابلیت اعتبار | جهت افزایش قابلیت اعتبار داده‌های پژوهش، از روش‌هایی نظیر درگیری طولانی مدت پژوهشگران با موضوع به مدت ده ماه، تکنیک کنترل اعضا و استفاده از روش‌های چندگانه (روش مثلث‌سازی) گردآوری داده‌ها از قبیل یادداشت‌برداری، ضبط صدا، مشاهده حالات و تجارب زیسته، چک کردن دست‌نوشته‌ها توسط مشارکت‌کنندگان در پژوهش جهت اطمینان از همسانی با تجارب آن‌ها، چک کردن کدها و طبقات استخراج‌شده توسط پژوهشگران به منظور بررسی صحت فرایند کدگذاری و دستیابی به کدهای مشترک و استفاده از تلفیق روش گردآوری داده‌ها (مصاحبه عمیق فردی، مشاهده محلی و نوشتار) استفاده گردید. |
| انتقال پذیری | جهت افزایش قابلیت انتقال‌پذیری و تناسب، توصیف دقیق کلیه فرایندهای پژوهش به منظور فراهم آوردن امکان مسیر پژوهش و خصوصیات جمعیت مورد مطالعه برای دیگران، استفاده از روش نمونه‌گیری با بیشترین تنوع و با انتخاب نمونه‌هایی که بیشترین آگاهی و احاطه را داشتند، مورد توجه قرار گرفت. |
| قابلیت اطمینان | با مستند کردن مصاحبه‌ها شامل فایل صوتی و متن دست‌نویس، کدگذاری مجدد متن، چند مصاحبه به فاصله چند روز توسط پژوهشگر و مقایسه نتایج با اولین کدگذاری جهت دستیابی به کدهای مشترک، تأیید گردید. |
| قابلیت تصدیق | به منظور ارزیابی قابلیت تصدیق، از بازنگری چند تن از استادان خبره در زمینه پژوهش‌های کیفی جهت دستیابی به نتایج مشترک استفاده شد. |

جهت سنجش پایایی پژوهش، از روش پایایی بازآزمون استفاده شده است. شاخص ثبات یا پایایی بازآزمون به میزان سازگاری طبقه‌بندی داده‌ها در طول زمان اشاره دارد که در آن ابتدا فرد کدگذار مستقل، با پیشینه موضوع آشنا می‌شود و پس از یادگیری روش کدگذاری، داده‌ها را کدگذاری می‌کند. سپس با یکی از معیارهای توافق درصدی روش

هولستی^۱، آلفای کریپندروف^۲، کاپای کوهن^۳ و پای اسکات^۴ میزان تطابق کدها تعیین می-شود (short et al., 2010). در این پژوهش با استفاده از روش پایایی هولستی (Holsti, 1969) میزان تطابق کدگذاریها مشخص شده است. فرمول ضریب توافق کدگذاری به روش هولستی عبارت است از:

فرمول (۱)

$$PAO = 2M / (N_1 + N_2) : (2 \times 41) / (48 + 52) = 0.82$$

در فرمول (۱)، PAO درصد توافق مشاهده شده^۵ (ضریب پایایی)، M تعداد موارد کدگذاری شده توسط دو کدگذار است که بین آنها توافق وجود داشته باشد. N_1 تعداد کلی موارد کدگذاری شده توسط کدگذار نخست است و N_2 تعداد موارد کدگذاری شده توسط کدگذار دوم است. این رقم بین صفر (هیچ توافق) تا یک (توافق کامل) متغیر است. در صورتی که خروجی فرمول بیشتر از ۸۰ درصد باشد، پایایی تحلیل مصاحبهها حاصل می شود (Roll-Hansen, 2009).

در مطالعه حاضر، از بین مصاحبههای صورت پذیرفته، تعداد سه مصاحبه به صورت تصادفی انتخاب و هر کدام توسط کدگذار مستقل، کدگذاری شد. تعداد کل کدها توسط کدگذار نخست برابر ۴۸، تعداد کل کدها توسط کدگذار دوم برابر ۵۲ و تعداد کل توافقات بین کدگذاریهای صورت گرفته برابر ۴۱ بود. بر این اساس، پایایی مصاحبههای صورت پذیرفته در این پژوهش با استفاده از فرمول (۱) برابر ۸۲ درصد است. با توجه به اینکه میزان پایایی بیشتر از ۸۰ درصد است؛ بنابراین، قابلیت اعتماد کدگذاریها مورد تأیید است.

یافتهها

-
1. Holsti PAO
 2. Krippendorff
 3. Kohen Kappa
 4. Scott pi
 5. Percentage of Agreement Observation

تحلیل داده‌ها در این پژوهش، طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. کدگذاری، رویکردی نظام‌مند است که توسط اشتراوس و کوربین برای کشف مفاهیم، مقوله‌ها و مؤلفه‌های داده‌ها مطرح شده است و پژوهشگران را به‌عنوان بازیگرانی فعال در فرایندهای کاوش، مداخله و مفهوم‌سازی داده‌ها درگیر می‌کند (Maharani, 2021). در ذیل به‌صورت خلاصه، یافته‌های پژوهش ارائه شده است.

الف) کدگذاری باز

کدگذاری باز شامل دو فعالیت کلیدی مفهوم‌سازی و مقوله‌بندی است (Cao & Yang, 2019: 883). طی کدگذاری باز، داده‌ها چندین بار مرور شدند و از طریق فهرست کردن نکات کلیدی بیان‌شده توسط پاسخگویان، به هر نکته یک برچسب یا کد نسبت داده شد. محققین با مراجعه به کدهای استخراج‌شده از مصاحبه‌ها و با مطالعه عمیق متن مصاحبه‌ها، کدهایی را که به یک مفهوم اشاره داشتند و در یک طبقه قرار می‌گرفتند، در یک مفهوم قرار دادند و سپس مفاهیم مرتبط با یک مقوله را نیز در سطحی انتزاعی‌تر، در یک مقوله قرار دادند. به‌عنوان نمونه، در جدول ۴ به بیان تعدادی از روایات و مفاهیم استخراجی مربوطه پرداخته شده است.

جدول ۴. برخی از نتایج کدگذاری باز داده‌های حاصل از مصاحبه با کارشناسان

| کد متن | مشارکت‌کننده | شواهد گفتاری | کد مفهومی استخراج‌شده |
|--------|--------------|--|--------------------------------------|
| T7 | P1 | زمانی که گردشگری خلاق در روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه صورت گیرد، باعث توسعه فرهنگی نیز می‌گردد و مردم منطقه با توجه به ورود افراد مختلف با فرهنگ‌های متفاوت به منطقه، دید بازتری به مسائل خواهند داشت و حتی اهمیت بیشتری به محیط‌زیست و منابع در دسترس خود خواهند داشت و همچنین، باعث می‌گردد که برای جذب توریست همکاری بیشتری بین آن‌ها صورت گیرد؛ چرا که وجود توریست برای کل منطقه مفید و با اهمیت می‌باشد. | ورود افراد مختلف با فرهنگ‌های متفاوت |
| | | دید بازتر به مسائل | |
| | | جذب گردشگر | |
| | | سودمندی برای کل منطقه | |

ادامه جدول ۴.

| کد متن | مشارکت کننده | شواهد گفتاری | کد مفهومی استخراج شده | | |
|--------|--------------|---|---|--|---|
| T13 | P3 | متأسفانه به علت جوان بودن این صنعت در اغلب کشورهای درحال توسعه، نیروی انسانی متخصص مورد نیاز کم است و حتی مراکز آموزشی برای تربیت نیروی انسانی مورد نیاز هم وجود نداشته و یا بسیار محدود است. | جوان بودن صنعت کمبود نیروی انسانی متخصص کمبود مراکز آموزشی | | |
| | | T22 | P5 | تفاوت‌های فرهنگی بین مناطق گردشگری و آگاهی کم میزبانان نسبت به نیازها و خواسته‌های گردشگران و از طرف دیگر، عدم آگاهی گردشگران از فرهنگ میزبانان، ضمن بروز مشکلات عدیده مانع عمده‌ای در گسترش صنعت گردشگری است. | تفاوت‌های فرهنگی آگاهی کم میزبانان نیازها و خواسته‌های گردشگران |
| | | | | T39 | P11 |

ب) کدگذاری محوری

در کدگذاری محوری رابطه بین مقوله‌های تولیدشده در مرحله قبل در کدگذاری باز، حول محور یا مقوله‌های الگوی پارادایمی است (Cao & Yang, 2019: 883). به عبارت دیگر، کدگذاری محوری، فرایند ربطدهی مقوله‌ها به زیرمقوله‌ها و پیوند دادن مقوله‌ها در سطح ویژگی‌ها و ابعاد است. این کدگذاری، به این دلیل محوری نامیده شده است که کدگذاری حول محور یک مقوله تحقق می‌یابد. در این مرحله، نظریه پرداز داده بنیاد، یک مقوله مرحله کدگذاری باز را انتخاب نموده و آن را در مرکز فرایندی که در حال بررسی آن است، به‌عنوان پدیده مرکزی قرار می‌دهد و سپس، دیگر مقوله‌ها را به آن ربط می‌دهد.

مقوله‌های دیگر عبارت است از: شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها. این مرحله مشتمل بر ترسیم یک نمودار است که الگوی کدگذاری نامیده می‌شود. الگوی کدگذاری، روابط میان شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها را نمایان می‌کند (دانایی‌فرد و اسلامی، ۱۳۸۹: ۱۴۶). بر این اساس، طی فرایند کدگذاری محوری مقایسه نظری مداوم و هم‌زمان میان مقوله‌ها انجام گرفت تا روابط میان مقوله‌های فرعی و اصلی توسعه داده شود. به این ترتیب، مقوله‌های به‌دست آمده از فرایند کدگذاری باز در شش دسته شامل: مقوله محوری، عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها شکل گرفت.

۱- شرایط علی: شرایط علی رویدادهایی را در برمی‌گیرد که به وقوع یا توسعه پدیده محوری می‌انجامد و در صورت حذف آن، پدیده اصلی ضرورتاً ایجاد نمی‌شود که در این پژوهش، «ارتباط میان سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران»، «تغییر ساختار»، «توسعه منطقه در ابعاد مختلف گردشگری خلاق روستایی»، «توجه به انگیزه‌های گردشگری» و «ظرفیت‌های گردشگری خلاق روستایی منطقه»، مقوله‌های حاصل از شرایط علی ذکر شده است.

جدول ۵. مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با شرایط علی

| مفاهیم | مقوله‌ها | اجزای مدل |
|---|---|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> - ایجاد حلقه‌های ارتباطی - تشکیل انجمن‌های تخصصی - مشارکت فعالان و ذی‌نفعان | <ul style="list-style-type: none"> - ارتباط میان سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران | شرایط علی |
| <ul style="list-style-type: none"> - تغییر ساختار اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی - کاهش نابرابری در مناطق روستایی - حفظ میراث فرهنگی و طبیعی | <ul style="list-style-type: none"> - تغییر ساختار | |
| <ul style="list-style-type: none"> - توسعه گردشگری روستایی - شناسایی جاذبه‌های گردشگری - برنامه‌ریزی در جهت توسعه گردشگری - توسعه پایدار گردشگری - توسعه ابعاد مختلف گردشگری | <ul style="list-style-type: none"> - توسعه منطقه در ابعاد مختلف گردشگری خلاق روستایی | |

ادامه جدول ۵.

| مفاهیم | مقوله‌ها | اجزای مدل |
|---|--------------------------------------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> - توجه به اهداف گردشگران - توجه به انگیزه‌های گردشگری - برطرف کردن نیازهای گردشگران | انگیزه‌های گردشگری | شرایط علی |
| <ul style="list-style-type: none"> - فعالیت‌های مکمل - ظرفیت‌های کلیدی فرهنگی - ارتقای ابعاد کیفیت زندگی | ظرفیت‌های گردشگری خلاق روستایی منطقه | |

۲- پدیده اصلی: پدیده اصلی همواره در داده‌ها ظاهر می‌شود و تمام مقوله‌های اصلی دیگر به آن مربوط می‌شود؛ به عبارتی، پدیده اصلی ایده و تفکر محوری پژوهش است که در اکثر موارد از پرسش اصلی پژوهش منتج می‌شود. در این پژوهش که به دنبال بررسی مدل گردشگری خلاق روستایی است، مقوله‌های «تعیین نوع و موقعیت محله‌ای گردشگری»، «بررسی وضعیت امکانات موجود»، «توسعه گردشگری خلاق روستایی»، «حمایت مردم منطقه» و «بهره برداری مطلوب» به عنوان پدیده اصلی و محوری در نظر گرفته شده است.

جدول ۶. مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با پدیده اصلی

| مفاهیم | مقوله‌ها | اجزای مدل |
|--|------------------------------------|------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - تعیین نوع محل‌های اقامتی - شناسایی تسهیلات گردشگری - معرفی محل‌های گردشگری | تعیین نوع و موقعیت محله‌ای گردشگری | پدیده اصلی |
| <ul style="list-style-type: none"> - امکانات حمل و نقل - تأسیسات زیربنایی - شبکه‌های بهداشت - تأسیسات آب، برق و تلفن - برنامه‌های جذب گردشگری | بررسی وضعیت امکانات موجود | |
| <ul style="list-style-type: none"> - ظرفیت‌های طبیعی - جذب گردشگر | توسعه گردشگری خلاق روستایی | |

ادامه جدول ۶.

| مفاهیم | مقوله‌ها | اجزای مدل |
|---|-------------------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> - حسن نیت جامعه میزبان - حمایت جامعه میزبان - مهمان‌نوازی میزبانان | حمایت مردم منطقه | |
| <ul style="list-style-type: none"> - منابع مهم طبیعی - توسعه اقتصادی - پتانسیل‌های موجود - استفاده از منابع | بهره‌برداری مطلوب | |

۳- شرایط زمینه‌ای: شرایط زمینه‌ای بیانگر شرایط محیطی موجود است که به صورت مستقیم بر پدیده محوری تأثیر می‌گذارد. در جدول ۷، شرایط و بستر گردشگری خلاق روستایی بیان شده است. این مقوله‌ها نشانگر زنجیره‌ای از شرایط محیطی هستند و در واکنش به شرایط مداخله‌گر، راهبردهایی اتخاذ می‌نمایند.

جدول ۷. مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با شرایط زمینه‌ای

| مفاهیم | مقوله‌ها | اجزای مدل |
|--|----------------------|----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - تفاوت‌های فرهنگی - آگاهی کم میزبانان از نیازها و خواسته‌های گردشگران - عدم آگاهی گردشگران از فرهنگ میزبانان - موانع فرهنگی | موانع فرهنگی اجتماعی | شرایط زمینه‌ای |
| <ul style="list-style-type: none"> - نامطلوب بودن وسایل حمل‌ونقل مسافر - عدم وجود مراکز خرید - عدم اقامتگاه‌های گردشگری مناسب - نبود شبکه‌های بهداشت در منطقه گردشگری - عدم مدیریت منسجم و کارآمد - اجرای استراتژی‌های تدوین‌شده - عدم بهره‌برداری مطلوب از پتانسیل‌های موجود گردشگری - عدم استفاده از منابع موجود | موانع زیرساختی | |

ادامه جدول ۷.

| مفاهیم | مقوله‌ها | اجزای مدل |
|---|---|----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - انعکاس جهانی مسائل ایران، به‌طور نادرست - پیشینه ذهنی مخرب (نامناسب) از ایران - پندارهای نادرست گردشگران خارجی از ایران | پندارهای نادرست گردشگران خارجی از ایران | شرایط زمینه‌ای |
| <ul style="list-style-type: none"> - نبود منابع مالی برای محل اسکان، تبلیغات و توسعه منطقه - سرمایه ناکافی | کمبود منابع مالی | |

۴- شرایط مداخله‌گر: شرایط عامی است که به‌عنوان تسهیلگر و یا محدودکننده راهبردها عمل می‌کند. در این پژوهش، «عدم استفاده از اینترنت و فضای مجازی»، «موانع سازمانی و ساختاری»، «موانع آموزشی و کمبود نیروی انسانی متخصص» و «قوانین و مقررات» به‌عنوان شرایط مداخله‌گر و محدودکننده شناسایی شدند.

جدول ۸. مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با شرایط مداخله‌گر

| مفاهیم | مقوله‌ها | اجزای مدل |
|---|---|-----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> امکانات محدود عدم استفاده از تکنولوژی عدم حضور در فضای مجازی شرکت‌های رقیب فراهم نبودن شرایط مناسب | عدم استفاده از اینترنت و فضای مجازی | شرایط مداخله‌گر |
| <ul style="list-style-type: none"> نبودن یک سازمان یا وزارتخانه متولی مشخص ناهماهنگی و تداخل وظایف سازمانی عدم تدوین و اجرای یک برنامه جامع گردشگری | موانع سازمانی و ساختاری | |
| <ul style="list-style-type: none"> جوان بودن صنعت کمبود نیروی انسانی متخصص کمبود مراکز آموزشی | موانع آموزشی و کمبود نیروی انسانی متخصص | |
| <ul style="list-style-type: none"> به‌جا نیامدن آداب درست در اماکن زیارتی توسط خارجی‌ها مسائل مذهبی تفاوت فرهنگی پوشش و مقررات داخلی قوانین سختگیرانه فرهنگی | قوانین و مقررات | |

۵- راهبردها: در یک زمینه و با شرایط مداخله گر مشخص، راهبردهایی در راستای پدیده اصلی ارائه می‌شود. در این پژوهش در جهت توسعه گردشگری خلاق، راهبردهایی که توسط مشارکت کنندگان بیان شده در قالب ۲۹ مفهوم و ۸ مقوله در جدول ۹ ذکر شده است.

جدول ۹. مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با راهبردها

| مفاهیم | مقوله‌ها | اجزای مدل |
|---|--------------------------------------|-----------|
| استفاده از ابزارهای علمی فرایند توسعه علمی گردشگری توسعه سایر بخش‌های اقتصادی | توسعه علمی گردشگری | راهبردها |
| آگاهی عمومی مردم از جاذبه‌های گردشگری فعالیت‌های مجازی استفاده از رسانه‌های جمعی تبلیغات در فضای مجازی معرفی محصولات تبلیغات و معرفی منطقه گردشگری | تبلیغات | |
| شناخت علایق و انگیزه گردشگران شناخت اهداف گردشگران | توجه به علایق گردشگران | |
| مزیت‌های نسبی منطقه برای جذب توریست شناخت نیازهای منطقه برای جذب گردشگر معرفی پتانسیل‌های منطقه | توجه به مزیت‌های نسبی منطقه | |
| نزدیکی دو مرکز استان جاده‌سازی توسعه اشتغال منطقه آماده‌سازی زیرساخت‌های حمل‌ونقل | توسعه زیرساخت‌های گردشگری روستایی | |
| فرهنگ‌سازی تعامل با گردشگران جذب توریست مردم بومی منطقه ارائه محصولات تولیدی و فرهنگی | فرهنگ‌سازی | |
| تخصص و مدیریت آموزش ویژه گردشگری | آموزش | |
| شناسایی و معرفی آداب‌ورسوم برگزاری جشن‌های محلی توسعه گردشگری ایجاد اشتغال | برگزاری نمایشگاه | |

۶- پیامدها: برون دادها یا نتایج به کارگیری راهبردها هستند که در این پژوهش، پیامدهای حاصل از اجرای راهبردها، شامل ۶ مقوله و ۲۵ مفهوم در جدول ۱۰ ذکر شده است.

جدول ۱۰. مفاهیم و مقوله‌های مرتبط با پیامدها

| مفاهیم | مقوله‌ها | اجزای مدل |
|---|-----------------------------------|-----------|
| جذب سرمایه بخش خصوصی افزایش بودجه دولتی توسعه زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی افزایش تولید و درآمد مردم | افزایش سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی | پیامدها |
| توسعه گردشگری ایجاد تعادل در منطقه تعدیل ثروت توسعه فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری سوق دادن درآمد از مناطق شهری به روستاها | سوق دادن درآمد از شهر به روستا | |
| افزایش درآمد مردم منطقه عدم مهاجرت به شهر توسعه و پایداری اقتصاد منطقه | جلوگیری از مهاجرت به شهرها | |
| افزایش درآمد حاصل از اسکان جذب نیروی کار افزایش نرخ اشتغال | افزایش نرخ اشتغال | |
| دگرگونی اقتصاد منطقه ایجاد شغل‌های جدید در روستا نیاز به نیروی کار در روستا | بازگشت به روستا (مهاجرت معکوس) | |
| ورود افراد مختلف با فرهنگ‌های متفاوت دید بازتر به مسائل جذب توریست سودمندی برای کل منطقه توسعه فرهنگی توجه بیشتر به محیط‌زیست و منابع طبیعی ایجاد روحیه همکاری و همدلی در منطقه | توسعه فرهنگی و حس همکاری در منطقه | |

ج) کدگذاری انتخابی

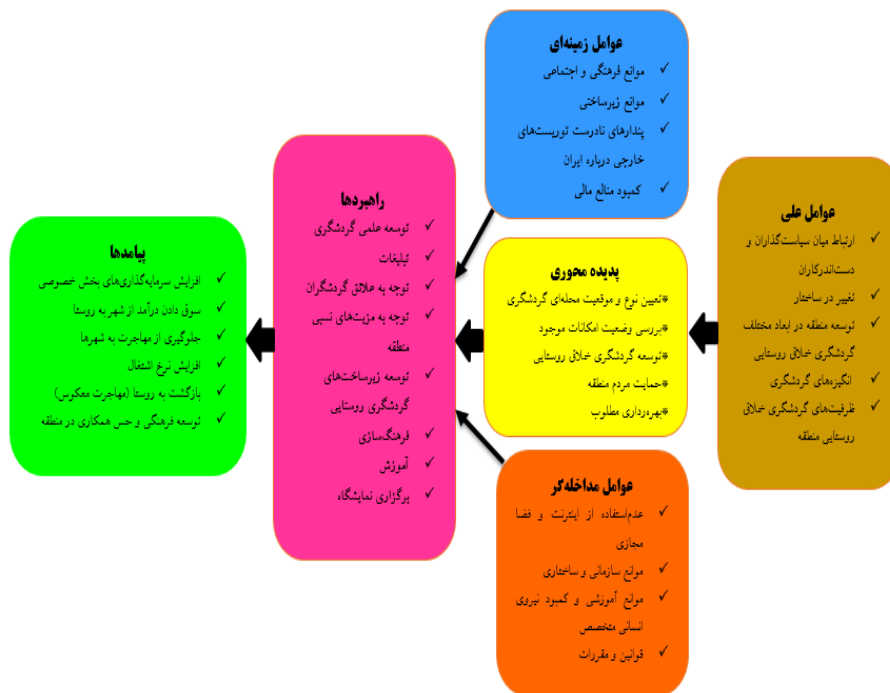
کدگذاری انتخابی (خلق نظریه)، مقوله اصلی را به شکل نظام مند به دیگر طبقه‌ها ربط داده و آن روابط را در چارچوب یک روایت ارائه کرده و طبقه‌هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند، اصلاح می‌کند (Cao & Yang, 2019: 883). به عبارت دیگر، کدگذاری انتخابی عبارت است از تلفیق و توأم کردن طبقات به وجود آمده برای شکل-گیری اولیه چارچوب پژوهش. در این مرحله جملاتی که از قبل کدگذاری شده بودند، دوباره با هم ترکیب می‌شوند تا رابطه بین آن‌ها قابل درک شود و سپس نمودار مربوط به آن‌ها ترسیم می‌گردد که بایستی همپوشانی مباحث را در برگیرد (Mills et al., 2008). در این مرحله پژوهشگران بر اساس نتایج کدگذاری باز و محوری به ارائه نظریه مبادرت نمودند و پدیده محوری را به شکلی نظام مند (شکل ۱) به دیگر مقوله‌ها پیوند داده و روابط در قالب یک روایت مطرح گردید. افزون بر این، با کنار هم نهادن مقوله‌ها پیرامون پدیده محوری، یک روایت اصلی بر اساس نظریه برای پدیده گردشگری خلاق روستایی ارائه شد. بر این اساس مدل پارادایمی پژوهش (شکل ۱) و روایت نظریه به شرح زیر بیان می‌شود.

روایت زیر حاصل کدگذاری انتخابی (خلق نظریه) برای پدیده توسعه گردشگری خلاق روستایی است:

«ایجاد حلقه‌های ارتباطی بین سیاست‌گذاران و مردم بومی منطقه، تغییر ساختار، انگیزه‌های گردشگری، فراهم کردن بستر مناسب و شناسایی ظرفیت‌های گردشگری در منطقه و توسعه آن در ابعاد مختلف، ضرورت ایجاد گردشگری خلاق روستایی را در استان کرمانشاه فراهم کرده‌اند. این مهم در شرایطی حاصل می‌گردد که موانع فرهنگی اجتماعی، موانع زیرساختی، کمبود منابع مالی و دیدگاه و شناخت نادرستی از مسائل ایران در ذهن و پندار گردشگران خارجی نقش بسته است. از سوی دیگر، عوامل مداخله‌گر مؤلفه‌های مختلفی مانند قوانین و مقررات، موانع آموزشی و کمبود نیروی انسانی متخصص، موانع سازمانی و ساختاری و عدم استفاده از اینترنت و فضای مجازی به عنوان عوامل محدودکننده توسعه گردشگری خلاق روستایی شده است. توسعه گردشگری خلاق روستایی در استان کرمانشاه با راهبردهایی همچون: توسعه علمی

گردشگری، تبلیغات، ایجاد انگیزه و توجه به علائق گردشگران، توجه به مزیت‌های نسبی منطقه، توسعه زیرساخت‌های گردشگری روستایی، فرهنگ‌سازی، آموزش و برگزاری نمایشگاه تسهیل می‌گردد که پیامد استفاده از این راهبردها، افزایش سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی، سوق دادن درآمد از مناطق شهری به روستا، جلوگیری از مهاجرت به شهرها، افزایش نرخ اشتغال، بازگشت به روستا (مهاجرت معکوس) و توسعه فرهنگی و حس همکاری در منطقه جهت توسعه گردشگری خلاق روستایی در استان کرمانشاه می‌باشد.

شکل ۱. مدل پارادایمی توسعه گردشگری خلاق روستایی



بحث و نتیجه‌گیری

براساس یافته‌های پژوهش، گردشگری خلاق روستایی به جهت نقش و اهمیتی که در افزایش نرخ اشتغال و توسعه پایدار روستایی دارد، می‌بایست مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گیرد. بنابراین در روستاهای هدف گردشگری استان

کرمانشاه می‌توان با ایجاد زیرساخت‌های مناسب و ارائه خدمات رفاهی و تفریحی برای مسافران شرایطی را ایجاد نمود که زمینه‌های جذب مسافران و گردشگران داخلی و خارجی را فراهم آورده و اشتغال را در این مناطق ارتقا داده و در نهایت، منجر به رونق کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در مناطق مذکور گردد. در این راستا، در پژوهش حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق روستایی با استفاده از نظریه بنیانی پرداخته شد. به صورت خلاصه، یافته‌های پژوهش مؤید این واقعیت است که با ایجاد حلقه‌های ارتباطی بین سیاست‌گذاران و مردم بومی منطقه، میزان مشارکت و توجه مردم بومی به منطقه بیشتر شده و این همکاری و مشارکت جمعی، ایده‌ها و راهکارهای بهتری را جهت توسعه گردشگری خلاق ایجاد می‌کند. چنانچه بر اساس نتایج داکسبری و همکاران (۲۰۲۰)، کاظمی‌زاد و همکاران (۱۴۰۲)، صادقی (۱۴۰۰)، جهان‌تیغ و همکاران (۱۳۹۹) و عینالی و همکاران (۱۳۹۸) ایجاد ارتباط و مشارکت از پیشران‌ها و عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری خلاق به‌شمار می‌رود. عینالی و همکاران (۱۳۹۸) نیز بر این امر صحنه گذاشتند که گردشگری خلاق در توسعه پایدار روستاهای تاریخی-فرهنگی واقع در شمال غرب کشور (روستاهای کندوان، اورامان تخت، ورکانه، انبوه، شیت و درسجین) تأثیر مثبت دارد و در این میان شاخص مشارکت به‌عنوان مؤثرترین مؤلفه و شاخص ریسک‌پذیری کمترین تأثیر را در توسعه پایدار روستایی از طریق گردشگری در روستاهای مورد مطالعه داشته است.

فراهم نمودن بستر مناسب و شناسایی ظرفیت‌های گردشگری در منطقه و توسعه آن در ابعاد مختلف (اشتغال، کیفیت زندگی، حفظ میراث فرهنگی و تاریخی و افزایش سطح بهداشت) نیز از دیگر عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری خلاق روستایی می‌باشد. چنانچه استان کرمانشاه دارای نقاط باستانی متعدد (بیش از ۱۰۰۰ اثر تاریخی)، میراث فرهنگی ارزشمند، موقعیت جغرافیایی، تنوع آب‌وهوایی و توپوگرافی استان، جاذبه‌های طبیعی مانند سراب‌ها و چشمه‌های زیبا و غارها، قرارگیری در مسیر بزرگ راه عتبات عالیات، بناها و یادمان‌های تاریخی و فرهنگی می‌باشد که بستر و شرایط مطلوبی را برای گردشگری خلاق روستایی فراهم نموده که باید مورد توجه مسئولین و سیاست‌گذاران توسعه گردشگری قرار گیرد. نتایج این بخش با یافته‌های سالاری‌پور و همکاران (۱۴۰۱)

و ریچاردز (۲۰۱۹) هم‌راستا است که در این پژوهش نیز اشاره گردیده و با بهره‌گیری از پتانسیل طبیعی منطقه و ترکیب با سایر فعالیت‌ها، زمینه توسعه گردشگری خلاق و کارآفرینی فراهم گشته است. اما در این میان، عوامل محدودکننده قوانین و مقررات، موانع آموزشی و کمبود نیروی انسانی متخصص، موانع سازمانی و ساختاری و عدم استفاده از اینترنت و فضای مجازی جهت تبلیغات و شناساندن منطقه به گردشگران نیز وجود دارد. چنانچه در مطالعات صادقی (۱۴۰۰) به این امر اشاره شده که وضعیت آموزش در زمینه گردشگری خلاق روستایی وضعیت مطلوبی ندارد و جهان‌تبخ و همکاران (۱۳۹۹) و محمدی و همکاران (۲۰۱۹) اشاره کرده‌اند که بحث آموزش به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار در زمینه گردشگری خلاق روستایی شناخته شده است.

راهبردها و اقداماتی که در زمینه کم کردن موانع و ایجاد بستری برای توسعه گردشگری خلاق روستایی می‌تواند کارساز باشد، شامل توسعه علمی گردشگری و استفاده از تکنولوژی و ابزارهای علمی، تبلیغات و شناساندن منطقه گردشگری، ایجاد انگیزه و توجه کردن به علائق گردشگران، توجه به مزیت‌های نسبی منطقه، توسعه زیرساخت‌های گردشگری روستایی، فرهنگ‌سازی، آموزش به اهالی منطقه و برگزاری نمایشگاه‌ها جهت معرفی محصولات و تولیدات بومی منطقه گردشگری می‌باشد. لذا گردشگری خلاق می‌تواند جریان درآمد اضافی را برای هنرمندان، صنعتگران و طراحان/خالقان محلی ایجاد کند. همچنین، بستری برای کارآفرینی محلی، توسعه مهارت‌ها و ایجاد شبکه‌های محلی فراهم نماید. این امر می‌تواند سنت‌های محلی و دارایی‌های فرهنگی منطقه را برجسته کند و آن‌ها را در محیط‌های معاصر احیا نماید. سالاری‌پور و همکاران (۱۴۰۱) نیز معتقدند یکی از راهکارهای توسعه گردشگری خلاق روستایی، برگزاری نمایشگاه و جشنواره‌های محلی از صنایع غذایی و صنایع دستی مردمان بومی منطقه می‌باشد. از نظر ایمانی و شادمان (۱۴۰۱) شاخص‌های کالبدی، فرهنگی، اقتصادی و محیطی در گردشگری خلاق روستایی تأثیر دارند. افزون بر این، رحیمی و همکاران (۱۳۹۹) بر این امر صحنه گذاشتند که عوامل محیطی و رفتاری تأثیر مثبت و معناداری بر تحقق گردشگری خلاق دارند و تأثیر عامل محیطی بیشتر است.

با محقق شدن راهبردهایی که به آن‌ها اشاره گردید، جذب سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی در این مناطق اتفاق خواهد افتاد که نتیجه آن افزایش نرخ اشتغال و سوق دادن درآمد به روستاها است. از سوی دیگر، نرخ مهاجرت از روستا به شهر کاهش یافته و افزایش مهاجرت معکوس را در پی دارد. همچنین، توسعه فرهنگی و حس همکاری در منطقه را به وجود می‌آورد. بنابراین، بر اساس نتایج حاصل از بررسی عوامل مؤثر در گردشگری خلاق روستایی در استان کرمانشاه، پیشنهادهای راهبردی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- یکی از راهکارهای مناسب جهت معرفی و شناساندن منطقه گردشگری خلاق روستایی و جذب گردشگر، استفاده از تبلیغات مؤثر در فضای مجازی و همچنین، رسانه‌های جمعی می‌باشد و شرکت‌های گردشگری منطقه باید به این نکته توجه داشته باشند که می‌توانند در جهت معرفی منطقه از این ابزار به خوبی استفاده کنند و محصولات، تولیدات، آداب و رسوم، مزیت و پتانسیل‌های منطقه را معرفی کرده و در جهت جذب گردشگر اقدام نمایند.

- با توجه به این امر که یکی از موانع توسعه گردشگری خلاق روستایی در این منطقه موانع زیرساختی می‌باشد؛ بنابراین، پیشنهاد می‌گردد که شرکت‌های گردشگری منطقه با استفاده از جذب سرمایه‌گذاران خصوصی و آگاه نمودن سیاست‌گذاران از وضعیت موجود در جهت جذب بودجه دولت و توسعه زیرساخت‌های اقتصادی و اجتماعی تلاش کنند.

- در روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه پیشنهاد می‌گردد حلقه‌های ارتباطی میان دولتمردان و سیاست‌گذاران گردشگری با سایر دست‌اندرکاران (مردم بومی) و متخصصان، انجمن‌های تخصصی تشکیل شود؛ زیرا هر چه این ارتباطات و تعاملات نزدیک‌تر باشند، حضور و مشارکت فعالانه ذی‌نفعان در عرصه سیاست‌گذاری‌ها بیشتر می‌گردد.

- با توجه به این امر که یکی دیگر از موانع توسعه گردشگری خلاق روستایی در این منطقه، موانع سازمانی و ساختاری و عدم هماهنگی و توازن بین سازمان‌ها شناسایی گردید؛

بنابراین، پیشنهاد می‌گردد که سیاست‌گذاران در جهت رفع این مانع سازمانی به صورت مستقیم متولی گردشگری خلاق روستایی معرفی نمایند.

- در مناطق گردشگری روستایی کرمانشاه پیشنهاد می‌گردد، سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران با برنامه‌ریزی و مشورت با مردم بومی و استفاده از ابزارهای علمی به صنعت گردشگری خلاق کمک کنند تا در یک فرایند پیوسته و علمی، بهترین مسیر توسعه گردشگری خلاق در این منطقه را مشخص نموده و زمینه توسعه سایر بخش‌های اقتصادی را نیز فراهم آورند.

- با توجه به عدم برنامه جامع گردشگری جهت توسعه گردشگری خلاق در منطقه، پیشنهاد می‌گردد، سیاست‌گذاران در جهت تدوین و اجرای یک برنامه جامع گردشگری خلاق روستایی اقدام نمایند.

تعارض منافع

تعارض منافی وجود ندارد.

سپاسگزاری

به این وسیله، پژوهشگران از همکاری و مساعدت مشارکت‌کنندگان در پژوهش و سایر افرادی که در انجام این پژوهش یاری رساندند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

ORCID

Ayoub Pazhouhan



<http://orcid.org/0000-0002-7567-1648>

Shahin Behvar



<http://orcid.org/0000-0003-4133-478X>

Hojjatollah Maleki



<http://orcid.org/0009-0004-6096-8010>

منابع

۱. اردلان، سعید، زیاری، کرامت‌الله، سعیدی‌رضوانی، نوید، حبیبی، کیومرث (۱۴۰۱). الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور با تأکید بر ایده شهر خلاق. گردشگری و توسعه، ۱۱ (۱): ۳۵-۵۲. [DOI: 10.22034/jtd.2021.240128.2087](https://doi.org/10.22034/jtd.2021.240128.2087)

۲. ایمانی، بهرام، شادمان، رامین (۱۴۰۱). ارزیابی و سنجش عوامل مؤثر در تحقق‌پذیری گردشگری خلاق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش مرکزی شهرستان سرعین). *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، ۱۵ (۱): ۱۱۵-۱۳۰.
۳. بسته‌نگار، مهنوش، حسنی، علی، خاکزاربفرویی، مرتضی (۱۳۹۶). طراحی مدل مفهومی گردشگری خلاق. *گردشگری و توسعه*، ۶ (۱۱): ۸۱-۱۰۸. DOI:10.22034/jtd.2020.110411
۴. پورجهان، ساره، مهاجر، بشری، کهزادی، سالار (۱۴۰۱). چارچوب نظریه‌ای برنامه‌ریزی گردشگری خلاق: مرور نظام‌مند. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۱ (۴۱): ۱۰۳-۱۲۱.
۵. جهان‌تیغ، حسنعلی، عنابستانی، علی‌اکبر، میرلطفی، محمودرضا، خوارزمی، امیدعلی (۱۳۹۹). تحلیل پیشران‌های کلیدی اثرگذاری شاخص‌های روستای خلاق بر پایداری سکونتگاه‌های روستایی با رهیافت آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: منطقه سیستان). *راهبردهای توسعه روستایی*، ۷ (۳): ۳۲۳-۳۴۵.
۶. دانایی‌فرد، حسن، اسلامی، آذر (۱۳۸۹). *ساخت نظریه بی‌تفاوتی سازمانی: کاربرد استراتژی پژوهشی نظریه داده‌بنیاد در عمل*، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق، چاپ اول.
۷. رحیمی، راضیه، قنبری، یوسف، برقی، حمید (۱۳۹۹). تأثیر عوامل محیطی- رفتاری بر تحقق گردشگری خلاق در روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۹ (۳۲): ۱-۱۸.
۸. سالاری‌پور، علی‌اکبر، علیزاده‌جورکویه، فرنگیس، فریدی‌فشتمی، عالیه، یوسفی‌ماتک، حمیدرضا (۱۴۰۱). شناسایی ظرفیت‌های توسعه کسب‌وکارهای خلاق روستایی از طریق گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: روستای هنده‌خاله). *گردشگری و اوقات فراغت*، ۷ (۱۳): ۲۱-۳۶.
۹. سلیمانی، زهرا، سجاسی‌قیداری، حمدالله، شایان، حمید، سیفی، سیامک (۱۴۰۲). استخراج تجربیات به‌یاد ماندنی گردشگران از مقاصد گردشگری روستایی (مورد مطالعه: شهرستان‌های مشهد، نیشابور و طرقبه شاندیز). *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۸ (۶۲): ۳۷-۸۴. DOI: 10.22054/tms.2023.72990.2812
۱۰. سلیمانی، سارا، کسان، صبا، تاج‌زاده‌نمین، ابوالفضل اردشیر (۱۴۰۲). شناسایی اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گردشگری خلاق (نمونه موردی: هورامان استان کردستان). *گردشگری و توسعه*، آماده انتشار.

۱۱. صادقیان بروجنی، نجمه، کیانی سلمی، صدیقه، غلامی بيمرغ، 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 (۴)، ۶۹۶-۷۱۱.
۱۲. صادقی، حجت‌الله (۱۴۰۰). تحلیل شاخص‌های گردشگری خلاق در مناطق روستایی (مورد مطالعه: شهرستان دزپارت). *روستا و توسعه پایدار فضا*، ۲ (۲)، ۶۸-۵۵.
۱۳. عینالی، جمشید، محمدی‌یگانه، بهروز، قاسملو، حسن (۱۳۹۸). نقش گردشگری خلاق در توسعه پایدار مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای تاریخی- فرهنگی شمال غرب کشور). *پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۸ (۲): ۱۹-۳۹. DOI: [10.22067/jrrp.v8i2.67441](https://doi.org/10.22067/jrrp.v8i2.67441)
۱۴. فخری‌پورمحمدی، افسانه، شمعی، علی، پرزادی، طاهر، ساسان‌پور، فرزانه (۱۴۰۲). تحلیل تصویر ذهنی گردشگران با تأکید بر گردشگری خلاق (مورد مطالعه: منطقه ۱۲ تهران). *گردشگری و توسعه*، ۱۲ (۱): ۳۲۵-۳۴۳.
۱۵. کاظمی‌زاد، شمس‌اله، روستایی، شهریور، حیدری، رحیم (۱۴۰۲). ارزیابی پیشران‌های حیاتی مؤثر بر گردشگری خلاق با رویکرد ارتقای مؤلفه‌های رقابت‌پذیری شهری (مطالعه موردی: شهر تبریز). *فصلنامه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، آماده انتشار.
۱۶. محمدی، سعدی، مرادی، اسکندر، رشیدی، زبیده (۱۳۹۶). اثرات گردشگری بر معیشت پایدار خانوارهای روستایی از دید جامعه‌میزبان (مطالعه موردی: بخش اورامان شهرستان سروآباد). *مجله جغرافیا*، ۱۵ (۵۲): ۱۲۱-۱۳۶.
۱۷. مسیبیان‌ریزی، مهدی، مسیبی، سمانه (۱۴۰۰). تحلیل نقش توسعه گردشگری خلاق شهری در افزایش مشارکت اجتماعی شهروندان. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۶ (۵۵): ۳۱۹-۳۵۵.
۱۸. مصاحبی‌پورفرد، مریم، خادم‌الحسینی، احمد، صابری، حمید، مختاری‌ملک‌آبادی، رضا (۱۴۰۰). شاخص‌سازی گردشگری خلاق شهری با رویکرد ایرانی اسلامی (مورد مطالعه: شهر اصفهان). *گردشگری و توسعه*، ۱۰ (۴): ۱-۱۷.
19. Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2015). Creative tourists' experience, memories, satisfaction and behavioural intentions. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(1), 85-100.
20. Bakas, F. E., Duxbury, N., & Vinagre de Castro, T. (2019). Creative tourism: Catalysing artisan entrepreneur networks in rural Portugal. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 731-752.

21. Blapp, M. (2015). *Creative Tourism in Bali's Rural Communities Examination of the Current Offer and Advice on Future Product Development* (Doctoral dissertation, NHTV Breda University of Applied Sciences).
22. Blapp, M., & Mitas, O. (2018). Creative tourism in Balinese rural communities. *Current Issues in Tourism*, 21(11), 1285-1311.
23. Blapp, M., & Mitas, O. (2019). The role of authenticity in rural creative tourism. In *A research agenda for creative tourism*. Edward Elgar Publishing.
24. Blapp, M., & Mitas, O. (2020). Creative tourism in Balinese rural communities. In *Current Issues in Asian Tourism* (pp. 219-246). Routledge.
25. Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2015, December). Creative tourism in Cape Town: An innovation perspective. In *Urban Forum* (Vol. 26, pp. 405-424). Springer Netherlands.
26. Cao, X., & Yang, Y. (2019). Rural Tourism" New Villagers" Makers under the Guidance of" Homesickness"—Rural Tourism Entrepreneurship Motivation Model based on Grounded Theory. International Conference on Economics, Management and Humanities Science (ECOMHS 2019).
27. Chang, L., Backman, K., & Huang, Y. (2003). Creative Tourism: A Preliminary Examination of Creative Tourists' Motivation, Experience, Perceived Value and Their Revisit Intention. *Scientific Committee*, 359.
28. Cloke, P. L. (2007). Creativity and tourism in rural environments. In *Tourism, creativity and development* (pp. 59-69). Routledge.
29. Duxbury, N., & Richards, G. (2019). Towards a research agenda for creative tourism: Developments, diversity, and dynamics. *A research agenda for creative tourism*, 1-14.
30. Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T., & Silva, S. (2020). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability*, 13(1), 2.

31. Espriella, R. D., & Restrepo, C. G. (2020). Research methodology and critical reading of studies Grounded theory. *Revista colombiana de psiquiatría*, 49(2), 126-132.
32. Gkartzios, M., & Lowe, P. (2019). Revisiting neo-endogenous rural development. In *The Routledge companion to rural planning* (pp. 159-169). Routledge.
33. Holsti, O. R. (1969). Content analysis for the social sciences and humanities. *Reading, MA: Addison-Wesley (content analysis)*.
34. Hung, W. L., Lee, Y. J., & Huang, P. H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763-770.
35. Jelincic, D. A., & Zuvela, A. (2012). Facing the challenge? Creative tourism in Croatia.
36. Lincoln, Y. S., Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publication.
37. Maharani, S. N. (2021). Research Paradigm on Grounded Theory Method for Accounting Research: Filtering All Sensory Input. In 7th Regional Accounting Conference (KRA 2020) (pp. 343-352). Atlantis Press.
38. Mills, J., Francis, K., & Bonner, A. (2008). Getting to know a stranger—rural nurses' experiences of mentoring: a grounded theory. *International Journal of Nursing Studies*, 45(4), 599-607.
39. Mohammadi, A., Moharrer, M., & Babakhanifard, M. S. (2019). The business model and balanced scorecard in creative tourism: the ultimate strategy boosters. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2157-2182.
40. Quezada-Sarmiento, P. A., del Cisne Macas-Romero, J., Roman, C., & Martin, J. C. (2018). A body of knowledge representation model of ecotourism products in southeastern Ecuador. *Heliyon*, 4(12), e01063.
41. Raymond, C. (2007). Creative tourism New Zealand: The practical challenges of developing creative tourism. In G. Richards & J. Wilson (Eds.), *Tourism, Creativity and Development* (pp. 146-157). London: Routledge.

42. Remoaldo, P., Serra, J., Marujo, N., Alves, J., Gonçalves, A., Cabeça, S., & Duxbury, N. (2020). Profiling the participants in creative tourism activities: Case studies from small and medium sized cities and rural areas from Continental Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100746.
43. Remoaldo, P., Matos, O., Freitas, I., Gôja, R., Araújo Alves, J., Ribeiro, V., ... & Xavier, C. (2022). An international overview of certified practices in creative tourism in rural and urban territories. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(8), 1545-1573.
44. Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of tourism research*, 38(4), 1225-1253.
45. Richards, G. (2019). Creative tourism: opportunities for smaller places? *Tourism & Management Studies*, 15(1SI), 7-10.
46. Richards, G., & Wilson, J. (Eds.). (2007). *Tourism, creativity and development* (Vol. 10). London: Routledge.
47. Roll-Hansen, N. (2009). *Why the distinction between basic (theoretical) and applied (practical) research is important in the politics of science* (pp. 1750-7960). London school of Economics and Political Science, contingency and dissent in Science project.
48. Salman, D., & Uygur, D. (2010). Creative tourism and emotional labor: an investigatory model of possible interactions. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 186-197.
49. Short, J. C., Broberg, J. C., Coglisier, C. C., & Brigham, K. H. (2010). Construct validation using computer-aided text analysis (CATA) an illustration using entrepreneurial orientation. *Organizational research methods*, 13(2), 320-347.
50. Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of grounded theory methods*. Beverly Hills: Sage.
51. Souca, M. L. (2020). Revitalizing rural tourism through creative tourism: The role and importance of the local community. *Marketing—from Information to Decision Journal*, 2(2), 43-50. doi: 10.2478/midj-2019-0009.

52. Tan, S. K., Kung, S. F., & Luh, D. B. (2013). A model of 'creative experience' in creative tourism. *Annals of tourism research*, 41, 153-174.
53. Tan, S. K., Luh, D. B., & Kung, S. F. (2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism. *Tourism Management*, 42, 248-259.
54. Teodorescu, N., Stăncioiu, A. F., Răvar, A. S., & Botoș, A. (2015). Creativity and innovation--Sources of competitive advantage in the value chain of tourism enterprises. *Theoretical & Applied Economics*, 22(1).
55. UNESCO. (2006, October). Towards sustainable strategies for creative tourism. In *Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism* (pp. 25-27).
56. 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-S29.

References In Persian

1. Ardalan, S., Ziari, K., Saeedi Rezvan, N., & Habibi, K. (2022). Creative Tourism Pattern Based on Culture-Led Urban Regeneration Approach with an Emphasis on the Idea of a Creative City Case study: The Historical Fabric of the Creative City of Sanandaj. *Tourism and Development*, 11 (1), 35-52. [DOI:10.22034/jtd.2021.240128.2087](https://doi.org/10.22034/jtd.2021.240128.2087)
2. Bastenegar, M., Hassani, A., & Khakzar Bafruei, M. (2017). Conceptual model of creative tourism. *Tourism and Development*, 6 (2), 81-108. [DOI:10.22034/jtd.2020.110411](https://doi.org/10.22034/jtd.2020.110411)
3. Danaeifard, H., & Eslami, A. (2010). Constructing a theory of organizational indifference: Application of the grounded theory research strategy in practice. Tehran, Imam Sadiq University Press, first edition.
4. Einali, J., Mohammadi Yeganeh, B., & Ghasemlou, H. (2019). The Role of Creative Tourism in Sustainable Development of Rural Areas (Case Study: Historic-Cultural Villages in North-West of Iran). *Research and Rural Planning*, 8 (2), 19-39. [DOI: 10.22067/jrrp.v8i2.67441](https://doi.org/10.22067/jrrp.v8i2.67441)
5. Fakhripour Mohammadi, F., Shamai, A., Parizadi, T., & Sasanpour, F. (2023). Analysis of tourists' mental image with emphasis on creative

- tourism (Case study: District 12 of Tehran). *Tourism and Development*, 12 (1), 325-343. DOI: [10.22034/jtd.2022.309566.2476](https://doi.org/10.22034/jtd.2022.309566.2476)
6. Imani, B., & Shademan, R. (2022). Evaluation and measurement of effective factors in the realization of rural creative tourism (case study: villages in the central part of Sarein city). *New attitudes in human geography*, 15 (1), 115-130. DOI: [20.1001.1.66972251.1401.15.1.5.4](https://doi.org/20.1001.1.66972251.1401.15.1.5.4)
 7. Jahantigh, H., Anabestani, A., Mirlotfi, M., & Kharazmi, O. A. (2020). Analysis of Affecting Key Drivers of Creative Village Indicators on the Sustainability of Rural Settlements with a Future Study Approach (Case Study: Sistan Region). *Rural Development Strategies*, 7 (3), 323-345. DOI: [10.22048/rdsj.2021.257221.1885](https://doi.org/10.22048/rdsj.2021.257221.1885)
 8. Pourjahan, S., Mohajer, B., & Kuhzady, S. (2022). Creative Tourism Planning Theory Framework: A Systematic Review. *Tourism Planning and Development*, 11 (41), 103-121. DOI: [10.22080/jtpd.2022.22659.3631](https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.22659.3631)
 9. Rahimi, R., Ghanbari, Y., & Barghi, H. (2020). The Effect of Environmental-Behavioral Factors on Creative Tourism Achievement in Tourism Target Villages of Isfahan Province. *Tourism Planning and Development*, 9 (32), 1-18. DOI: [10.22080/jtpd.2020.17581.3163](https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.17581.3163)
 10. Salaripour, A. A., Alizadeh Jorkouyeh, F., Faridi Foshtomi, A., & Yoosefi Matak, H. R. (2022). Identify the Capacity to Develop Rural Business and Creative Work through Agrotourism (Case Study: Hendekhaleh Village). *Tourism and Leisure Time*, 7 (13), 21-36. DOI: [10.22133/tlj.2022.336228.1041](https://doi.org/10.22133/tlj.2022.336228.1041)
 11. Sadeghi, H. (2021). Analysis of creative tourism indicators in rural areas (case study: Dezpart city). *Village and Space Sustainable Development*, 2 (2), 55-68. DOI: [10.22077/vssd.2021.4709.1038](https://doi.org/10.22077/vssd.2021.4709.1038)
 12. 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. DOI: [10.22059/jrur.2020.301054.1493](https://doi.org/10.22059/jrur.2020.301054.1493)
 13. Soleymani, Z., Sojasi qedari, H., Shayan, H., & Seyfi, S. (2023). Extraction memorable experiences of tourists from rural tourism destinations (Case of study: Mashhad, Neyshabur and Torghabe- Shandiz counties). *Tourism Management Study*, 18 (62), 37-84. DOI: [10.22054/tms.2023.72990.2812](https://doi.org/10.22054/tms.2023.72990.2812)

14. Soleimani, S., Kasani, S., & Tajzadehnamin, A. A. (2023). Identifying and Prioritizing Creative Tourism Indicators: A Case Study of Hawraman, Kurdistan Province, Iran. *Tourism and Development*, Articles in Press.
15. Kazemizad, S., Rostaei, S., & Heydari, R. (2023). Evaluation of the vital driving forces affecting creative tourism with approach to improve the components of urban competitiveness (case study: Tabriz city). *Journal of Geography and Regional Development*, Articles in Press. [DOI: 10.22067/jgrd.2023.84035.1318](https://doi.org/10.22067/jgrd.2023.84035.1318)
16. Mosahebpourfard, M., Khademalhosseini, A., Saberi, H., & Mokhtari Malekabadi, R. (2022). Indexing Urban creative tourism with an Iranian Islamic Approach (Case study Isfahan). *Tourism and Development*, 10 (4), 1-17. [DOI:10.22034/jtd.2021.208757.1883](https://doi.org/10.22034/jtd.2021.208757.1883)
17. Mosayebian rizi, M. & Mosayebi, S. (2021). Analysis of the role of creative tourism development in increasing social participation. *Tourism Management Studies*, 16 (55), 319-355.
18. Mohammadi, S., Moradi, S., & Rashidi, Z. (2017). The effects of tourism on the sustainable livelihood of rural households, from the perspective of the host community Case study: Oraman district (Sarovabad city). *Geography*, 15 (52), 121-136.

استناد به این مقاله: پژوهان، ایوب، بهور، شهین و ملکی، حجت‌اله. (۱۴۰۲). ارائه الگوی پارادایمی توسعه گردشگری خلاق روستایی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه). *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۸(۶۴)، ۲۱۷-۲۵۹.

doi: 10.22054/tms.2023.76759.2892



Tourism Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.