

Explaining the Effects of Local Empowerment of Villagers on Creative Tourism Platforms Case study: Rural areas of Shahrood

Ahmad Hajarian^{1✉}, Yousef Ghanbari², Saeid Movahedi³

1. Post Ph.D in Geography and Rural Planning, Isfahan University, Isfahan, Iran

✉ E-mail: a.hajarian@litr.ui.ac.ir

2. Associate Professor of Geography and Rural Planning, Isfahan University, Isfahan, Iran

E-mail: y.ghanbari@geo.ui.ac.ir

3. Associate Professor of Climatology, Faculty of Geographical Sciences and Planning, Isfahan University, Isfahan, Iran

E-mail: s.movahedi@geo.ui.ac.ir



How to Cite: Hajarian, A; Ghanbari, Y; & Movahedi, S. (2024). Explaining the Effects of Local Empowerment of Villagers on Creative Tourism Platforms Case study: Rural areas of Shahrood. *Geography and Development*, 22 (76), 199-220.

DOI: <http://dx.doi.org/10.22111/GDIJ.2024.42034.3393>

Received:

8 May 2023

Received in revised form:

29 February 2024

Accepted:

8 May 2024

Published online:

24 August 2024

Keywords:

Creative tourism,
Empowerment,
Rural development,
Rural households,
Shahrood city.

ABSTRACT

Empowering the villagers in the field of rural tourism can bring about a successful transition to rural development as a strategic choice. The aim of this study was to explain the effects of empowerment of rural households on creative tourism in Shahrood. The statistical population of the study is 373 rural households that the questionnaire as a research tool was provided to the statistical population by sampling. The Cronbach's alpha value for creative tourism indicators is 0.80 and for empowerment indicators is 0.75. SPSS software version 24 and LISREL 8.8 were used for data analysis. Based on the obtained results, the components of creative tourism and empowerment of rural households with an average of 3.093 and 2.77, respectively, have been evaluated at the desired level and below the desired level, and the relations between the components of empowerment and creative tourism have been evaluated. Ali fitted with favorable indices (RMSEA = 0.079). According to the research findings, the promotion of education and awareness components, skills and development of human resources, finance and investment, competence and individual independence, and institutionalism and organization are effective in the development of creative tourism indicators.



© the Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

1. Introduction

Today, villagers are facing problems such as unemployment, low agricultural productivity, increasing migration to cities and marginalization, empowering them in the development of creative rural tourism can be effective in solving these problems. Empowering the villagers in line with the development of rural tourism with economic diversification has an undeniable ability to influence the sustainable livelihood of the villagers and solve the problem of rural poverty. Therefore, the purpose of this research is to investigate and explain the effects of empowering rural households on creative tourism in the rural areas of Shahrood. The villages of Shahrood city have many potentials in carrying out tourism activities, which due to the diverse natural potentials and human capacities that exist in these villages, the villagers can take advantage of appropriate training. Capability and appropriate communication within the group, form appropriate social movements for activities in the field of rural tourism, in addition to participation, management, institutional synergy, training and capacity building, as well as innovative use of village resources and facilities, job opportunities, to provide a new way to improve self-esteem, gain social prestige and mental empowerment, with social interaction and

participation to achieve social empowerment, and finally to achieve economic empowerment by creating income and developing individual skills.

2. Methods and Material

The current research is a survey in terms of practical purpose and in terms of the generalizability of the findings. The statistical population of the research of the villagers of Shahrood city was 1400 based on the population and housing census, and based on the Kochran formula, out of 13401 households from 7 villages, 363 households were obtained as a research sample. Based on the number of households in each village and using the stratified sampling method, the number of samples in each village was calculated. The questionnaire created by the researcher was randomly distributed among the members of the statistical society and according to availability among the households.

In the current research, the indicators used to empower the five components of education and awareness, skill and development of human resources, finance and investment, competence and individual independence, and institutionalism and organization. Also, creative tourism indicators that have been used include environment, process, product and creative class.

3. Results and Discussion

The analysis of the findings showed that the ability variable of rural households has a direct effect on the variable of creative tourism and a significant relationship is observed between them. The coefficient of the path between the creative tourism variable and the ability of rural households was observed ($Y = 0.90$ and $t = 12.19$). According to the reported value of fit indices in the table above, it can be seen that the structural equation model of the research variables has a suitable and acceptable fit. Therefore, based on the adjusted model of the research, it can be said that the structure used to investigate the relationship between creative tourism and the capabilities of rural households shows an acceptable compatibility. It can also be said that the data are consistent with the proposed model and the presented indices indicate that the proposed model has the required ability to explain the variables and is a desirable model in terms of the total fit indices.

4. Conclusion

The findings of the research regarding the structural model of the research also indicate that the research tool had good trust and reliability. Also, the variable of empowerment has a direct effect on the variable of creative tourism, and a significant relationship is observed between them. Also, education and awareness and institutionalism and organization have the greatest impact on creative tourism. The results of the current research show that the five dimensions of empowerment with a coefficient of 0.90 have a positive and significant effect on creative tourism and have the highest coefficient among the dimensions of the creative environment. According to the reported value of the index It was also determined that the structural equation model of the research variables has a suitable and acceptable fit and the overall structure of the research is approved, so based on the fitted model of the research, it can be said that the components used in the research based on Previous studies were collected, they have the ability to estimate the structural effects of empowering villagers on creative tourism, and all dimensions of creative tourism have a causal relationship with the empowerment variable.

Keywords: Creative tourism, Empowerment, Rural development, Rural households, Shahrood city.

5. References

- Ainali, J., Ghasemlou, H (2018). The role of creative tourism in the sustainable development of rural areas (a case study of historical-cultural villages in the northwest of the country), *Journal of Rural Research and Planning*, 8(2), 19-39. [In Persian]
[doi: 10.22067/jrrp.v8i2.67441](https://doi.org/10.22067/jrrp.v8i2.67441)
- Ali, F., Ryu, K & Hussain, K (2016). Influence of experiences on memories, satisfaction and behavioral, Vol. 12, 5-18.
[DOI: 10.1080/10548408.2015.1038418](https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418)
- Arabghani, A., Sayyedmirzaee, S., & Kaldi, A (2020). Empowerment Analysis of Rural Women in Handicrafts (Studied Case of Eshgh Abad Neyshabur District). *Islamic Art Studies*, 15(36), 369-393.
[doi: 10.22034/ias.2020.106461](https://doi.org/10.22034/ias.2020.106461). [In Persian]
- Ardhala, A. D., Santoso, E. B., & Sulistyarso, H (2016). Influence factors on the development of creative industry as tourism destination (Case Study: Footwear Village in Mojokerto City). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 227, 671-679.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.131>
- Asghari Lafmejani S, Shahraki E, Naderian far M (2016). Barriers to social and economic empowerment of rural households Case: patients protected by the Imam Khomeini Relief Committee in Sistan Region. *Space Economy & Rural Development* 5 (15) ,103-124.
URL: <http://serd.khu.ac.ir/article-۱-۲۵۹۳-fa.html>. [In Persian]
- Akbarpour, M (2016). Role and Function of Entrepreneurship Empowerment of Villagers in Rural Areas (Case Study: Central Part of Hashtroud). *Geography and Environmental Sustainability*, 6(1), 51-66.
https://ges.razi.ac.ir/article_555_9ef6e501431673c48916897c5bf55678.pdf?lang=en. [In Persian]
- Abrishami, H., Bidram, R., Majed, V., & Bakhshayesh, E (2020). The Feasibility Study of Sustainable Rural Development through the Development of Creative Industries: A Case Study of Handicrafts in Selected Villages of Isfahan Province. *Village and Development*, 22(4), 51-69.
[doi: 10.30490/rvt.2020.289507.1069](https://doi.org/10.30490/rvt.2020.289507.1069). [In Persian]
- BasteNegar, M (2016). Color Symbolism in Creative Tourism Brand of Iranian Cities. *Journal of Art and Civilization of the Orient*, 4(11), 21-28.
https://www.jaco-sj.com/article_40825_272af4ce1e34f9f9acd81707c5139131.pdf?lang=en. [In Persian]
- Chen, C. F., & Chou, S. H (2019). Antecedents and consequences of perceived coolness for Generation Y in the context of creative tourism-A case study of the Pier 2 Art Center in Taiwan. *Tourism Management*, 72, 121-129.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.016>
- Cherim, S. M, Jola, G. R, Khodadadi, M (2017) Investigating the role of tourism in the social empowerment of women in villages integrated into the city (case study: Shush city, Khuzestan province) *Specialized Scientific Quarterly of Tourism Research and Sustainable Development*, year First, number one summer 2017
- Comunian, R., & England, L (2020). Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends*, 29(2), 112-128.
<https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1770577>
- Dehshiri, M. R (2015). Assessment of the Factors Affecting the Development of Religious Tourism in Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*, 4(12), 72-92.
https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1056_ef9acef882414d81ecf634d73e4d8e3e.pdf?lang=en. [In Persian]

- 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). *Journal of Research & Rural Planning*, 8(2), 19-39.
[doi: 10.22067/jrrp.v8i2.67441](https://doi.org/10.22067/jrrp.v8i2.67441). [In Persian]
- Fazelneia, G., & hedayaty, S (2010). Appropriate Strategies for Tourism Development in Zarivar Lake. *Geography and Development*, 8(19), 145-170.
[doi: 10.22111/gdij.2010.1113](https://doi.org/10.22111/gdij.2010.1113). [In Persian]
- Fahmi, F.Z., Koster, S., & Dijk, J.V (2016). The location of creative industries in a developing country: The case of Indonesia, *Cities*, 59, 66-79.
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2016.06.005>
- Forney, J'. 2021. Farmers 'empowerment and learning processes in accountability practices: An assemblage perspective. *Journal of Rural Studies*. VOL .86. 673-683.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.05.021>
- Ghorbani, M., Hajalizadeh, A., & Heydarvand, M (2019). An Evaluation of the Impacts of Empowerment and the Moderating Role of Self-Efficacy on the Desire to Establish Sustainable Rural Businesses. *Journal of Rural Research*, 10(3), 438-451.
[doi: 10.22059/jrur.2019.278686.1349](https://doi.org/10.22059/jrur.2019.278686.1349). [In Persian]
- Ghaderi, E., Mahmoudzadeh, S. M., Hosseini, S. A., & Firouzfard, M (2022). Identifying the Dimensions and Components of Supply Sector of Creative Tourism (Case Study: Mashhad as the Global City of Gemstones). *Journal of Geography and Regional Development*, 20(1), 153-119.
[doi: 10.22067/jgrd.2022.77534.1172](https://doi.org/10.22067/jgrd.2022.77534.1172). [In Persian]
- Ghanbari, Y., Rahimi, R., & barghi, H (2021). Rural Hosting Model in Creative Tourism; Tourism Target Villages of Isfahan Province. *Journal of Geography and Planning*, 25(75), 193-205.
[doi: 10.22034/gp.2021.12788](https://doi.org/10.22034/gp.2021.12788). [In Persian]
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O (2012). Community-based tourism: An exploration of the concept (s) from a political perspective. *Tourism Review International*, 16(1), 29-43.
<https://doi.org/10.3727/154427212X13431568321500>
- Gkartziou, M., & Lowe, P (2019). Revisiting neo-endogenous rural development. *The Routledge companion to rural planning*, 159-169.
<https://doi.org/10.4324/9781315102375>
- 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.
[DOI: 10.4324/9781315102375-17](https://doi.org/10.4324/9781315102375-17)
- Lee, A. H (2012). The Creative Food Economy and Culinary Tourism through Place Branding: Terroir into a Creative and Environmentally Friendly Taste of a Place.
<http://hdl.handle.net/10012/6616>
- Majokweni, Z. Pilela, M. Joseph J (2021). Gender and Rural Vitality: Empowerment through Women's Community Groups. *Journal of Rural Sociology*. Online published.1-25.
[DOI: 10.1111/ruso.12379](https://doi.org/10.1111/ruso.12379)
- Mbaiwaa, J.E. and Stronczab, A (2010). The effects of tourism development on rural livelihoods in the Okavango Delta, Botswana, *Journal of Sustainable Tourism*, 18(5): 635-656.
[DOI: 10.1080/09669581003653500](https://doi.org/10.1080/09669581003653500)

- Mill, R. C. & A. M. Morrison (1992). *The Tourism system: an introductory Text*, 2nded. Prentice Hall, New Jersey, 1-31.
[1130000796399536256](https://doi.org/10.1130000796399536256)
- 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.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1437714>
- Mohammadi, A, Moharer , M, Babakhani Fard, M. S (2015). Presenting the feasibility model of creative tourism products in the framework of a balanced scorecard. *Tourism and Development*, 5(2), 17-34.
[10.22034/JTD.2020.110392](https://doi.org/10.22034/JTD.2020.110392). [In Persian]
- Mirzakhani, K (2019). Sociological study of strategies for empowering rural women and nomads, new research approaches in management and accounting, 4 (14), 1-15 .[In Persian]
<https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/549>
- Mahdian Bahnamiry, M., & Taghvaei, M (2023). Spatial distribution analysis of the dimensions of creative tourism operators (Case study of Golestan townships). *Journal of Geography and Planning*, 26(82), 249-227.
[doi: 10.22034/gp.2021.47449.2881](https://doi.org/10.22034/gp.2021.47449.2881). [In Persian]
- Mohammadi, M., & Mirtaghian Rudsari, S. M (2016). Tourism Creative Product Modeling: Development of 4P's Model (People, Process, Place and Product). *Journal of Tourism Planning and Development*, 5(18), 179-201.
https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1380_52ef568d28676fe992599b74c4cb52a9.pdf?lang=en. [In Persian]
- Papzan, A., ghojadi, P., Zarafshani, K., & Geravandi, S (2011). Problems and Limitations of Rural Tourism, Using Grounded Theory (Case-study: Harir Village, Kermanshah Province). *Journal of Rural Research*, 1(3), 25-52.
https://jrur.ut.ac.ir/article_22179_dbe7a9841fc75aeebad0f0f7c43d8e11.pdf?lang=en. [In Persian]
- Tarasi, Z., karimzadeh, H., & aghayarihir, M (2020). Capacity Building in Rural Areas to Empower Women Case Study: Zanzan County. *Geography and Development*, 18(58), 203-224.
[doi: 10.22111/gdj.2020.5191](https://doi.org/10.22111/gdj.2020.5191). [In Persian]
- Rahimi, M., & Pazand, F (2017). Pattern of the urban creative tourism and present a proposal pattern for Iran(AHP). *Journal of Innovation and Creativity in Human Science*, 6(3), 97-124.
<https://www.sid.ir/paper/223425/fa>. [In Persian]
- Rossa, David (2019). Participative co-creation of archaeological heritage: Case insights on creative tourism in Alentejo, Portugal, *Annals of Tourism Research*, www.sciencedirect.com, Volume 79, November 2019, 102790.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102790>
- Sarantou, M., Kugapi, O., & Huhmarniemi, M (2021). Context mapping for creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 86, 103064.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103064>
- Shojaeifard, A (2020). Empowering and Creating Rural Entrepreneurship in Small Business Environment Case Study of Hormozgan Province Villages. *Regional Planning*, 9(36), 185-196.
https://jzpm.marvdasht.iau.ir/article_3783_266880121a6797d416b584dfbb434960.pdf?lang=en. [In Persian]
- Shafiei Sabet N, Hosseini Hasel S, rahbari M (2019). Rural Mmanagement, Empowerment of Local Stakeholders and Physical Transformation of Rural Settlements(Case Study: Semnan Province). *JHRE*, 38 (165) :113-128.
URL: <http://jhre.ir/article-1-1688-fa.html>. [In Persian]
- Salehi, M., rahimian, M., & Gholamrezai, S (2018). Analyzing the Solutions of Microcredit Funds to Empower Rural Women (Case study: Lorestan Province). *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 49(4), 675-687.
[doi: 10.22059/ijaedr.2018.251895.668561](https://doi.org/10.22059/ijaedr.2018.251895.668561). [In Persian]

- Sadeghloo, T., & Sojasi Qeidari, M (2018). Analysis of the Effects of Cash Payment Subsidiary on Empowerment of Rural Focus Group. *Human Geography Research*, 50(1), 163-180.
[doi: 10.22059/jhgr.2016.59392](https://doi.org/10.22059/jhgr.2016.59392). [In Persian]
- Sangchumnong, A (2018). Development of a sustainable tourist destination based on the creative economy: Case study of Klong Kone Mangrove Community, Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*.
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>
- Shamsoddini, A., Hazeri, S., Zainali, B., & Arboni, Z (2017). On the Evaluation of the Tourist Satisfaction from Tourism Product using HOLSAT Model (Case Study: Kandovan Village). *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 12(3), 659-679. [In Persian]
- Sleuwaegen, L. and Boiardi, P (2014). Creativity and regional innovation: Evidence from EU regions, *Research Policy*, 43(9): 1508-1522.
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.03.014>
- Stipanovic, C., & Rudan, E (2014). Development concept and strategy for creative tourism of the Kvarner destination. In *Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry* (p. 507). University of Rijeka, Faculty of Tourism & Hospitality Management.
- 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.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002>
- Wang, Jia, Huang, Xijia, Gong, Zhiqiang, Cao, Kaiying, (2020), Dynamic assessment of tourism carrying capacity and its impacts on tourism economic growth in urban tourism destinations in China, *Journal of Destination Marketing & Management* 15 ,100383.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100383>
- Zampetakis, L. A., & Moustakis, V. (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2, 413-428.
[DOI: 10.1007/s11365-006-0006-z](https://doi.org/10.1007/s11365-006-0006-z)
- Zanganeh Shahraki, S., Fotouhi Mehrabani, B., Porakrami, M., & Soleimanzadeh, M. R (2017). An Analysis of Tehran's Capabilities and Position in terms of Realization of the Concept of Creative City Compared with Other Cities of the World. *Geography and Urban Space Development*, 3(2), 69-85.
[doi: 10.22067/gusd.v3i2.50492](https://doi.org/10.22067/gusd.v3i2.50492). [In Persian]
- Zhang, Y., & Xie, P. F (2019). Motivational determinates of creative tourism: a case study of Albergue art space in Macau. *Current Issues in Tourism*, 22(20), 2538-2549.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1517733>

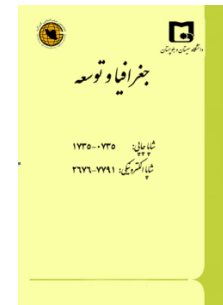


تبیین اثرات توانمندسازی محلی روستاییان بر پلتفرم‌های گردشگری خلاق مطالعه موردی: مناطق روستایی شهرستان شاهرود

دکتر احمد حجاریان^{۱*}، دکتر یوسف قنبری^۲، دکتر سعید موحدی^۳

مقاله پژوهشی

جغرافیا و توسعه، شماره ۷۶، پاییز ۱۴۰۳
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۱۸
تاریخ بازنگری داوری: ۱۴۰۲/۱۲/۱۰
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۱۶
صفحات: ۱۹۹-۲۲۰



واژه‌های کلیدی:

گردشگری خلاق، توانمندسازی، توسعه روستایی، خانوارهای روستایی، شهرستان شاهرود.

چکیده

توانمندسازی روستایی، مؤثرترین روش برای افزایش بهره‌وری و استفاده بهینه از ظرفیت‌ها و توانایی‌های روستائیان در راستای اهداف توسعه پایدار است. با توجه به اهمیت توانمندسازی روستائیان و اهمیت گردشگری خلاق، پژوهش حاضر با هدف تبیین اثرات توانمندسازی خانوارهای روستایی بر گردشگری خلاق، در شهرستان شاهرود انجام شده است. جامعه آماری تحقیق، روستانشینان شهرستان شاهرود براساس سرشماری نفوس و مسکن ۱۴۰۰ می‌باشند که براساس فرمول کوکران از تعداد ۱۳۴۰۱ خانوار از ۷ دهستان، ۳۶۳ خانوار به‌عنوان نمونه پژوهش به‌دست‌آمد. پرسش‌نامه به‌عنوان ابزار پژوهش، به‌صورت نمونه‌گیری در اختیار جامعه آماری قرار داده‌شد. مقدار آلفای کرونباخ به‌دست‌آمده برای شاخص‌های گردشگری خلاق برابر ۰/۷۹ درصد و برای شاخص‌های توانمندسازی ۰/۷۸ درصد به‌دست‌آمده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از بسته نرم‌افزاری SPSS نسخه ۲۴ و LISREL 8.8 استفاده شد. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، مؤلفه‌های گردشگری خلاق و توانمندسازی خانوارهای روستایی به‌ترتیب با میانگین ۳/۰۹۳ و ۲/۷۷ درصد، در حد مطلوب و پایین‌تر از حد مطلوب ارزیابی شده است و بین مؤلفه‌های توانمندسازی با گردشگری خلاق روابط علی با شاخص‌های مطلوبی برآزش داشت (RMSEA= 0.079). براساس یافته‌های تحقیق، ارتقای مؤلفه‌های آموزش و آگاهی‌بخشی، مهارت و توسعه منابع انسانی، مالی و سرمایه‌گذاری، شایستگی و استقلال فردی و نهادگرایی و تشکیل‌سازی در توسعه شاخص‌های گردشگری خلاق اثرگذار می‌باشند.

مقدمه

دستیابی به جامعه‌ای توسعه‌یافته و حفظ منزلت انسانی در جامعه، هدف اصلی هر دولت و حاکمیت در طول تاریخ زندگی جوامع بشری بوده است (Gkartziros, 2019: 160). امروزه تردیدی وجود ندارد که توسعه روستایی به‌عنوان یکی از اولویت‌ها و البته چالش‌های مهم برنامه‌های کلان توسعه، به‌ویژه در کشورهای غیرصنعتی دنیا، به چیزی فراتر از یک استراتژی ساده نیازمند است، چنان‌که دستیابی به آن تنها در صورت برنامه‌ریزی دقیق نظام‌مند و از طریق عملکرد شایسته یک نظام کارآمد و کثرت‌گرا امکان‌پذیر خواهد بود (شجاعی‌فرد، ۱۳۹۸: ۱۱۶). فراهم کردن شرایط اشتغال برای روستائیان موجب ارتقای عزت نفس، کسب وجهه و منزلت اجتماعی، تعامل اجتماعی و مشارکت و در نهایت ایجاد درآمد و توسعه مهارت‌های فرد می‌شود (اکبریور، ۱۳۹۵: ۵۴).

در دهه‌های اخیر، یکی از مهمترین راهبردهای ارائه‌شده برای توسعه روستایی در متون توسعه، توانمندسازی و مشارکت ذینفعان روستایی در ابعاد گوناگون آن است، به‌گونه‌ای که برای ارتقای سطح آگاهی، اطلاعات و

ظرفیت‌مندی آن‌ها برای مشارکت و دستیابی به توسعه روستایی، اهمیت زیادی قائل شده‌اند (اکبریور، ۱۳۹۵: ۵۵). توانمندسازی بسته به ساختار قدرتی می‌تواند به صورت مولد (مشارکت منفعلانه) و یا نامولد (مشارکت فعالانه) بروز نماید (Mohammadi et al, 2019: 2160). به طوری که نابرابری در توزیع قدرت، سبب بی‌تعادلی در اظهارنظر و عقاید حوزه‌های دخیل در فرآیند مدیریت و برنامه‌ریزی می‌شود. به طوری که تغییر در ساختار قدرت به منظور توانمندسازی همه‌جانبه اجتماعات محلی، می‌تواند خوداتکایی آن‌ها را برای مدیریت محلی تضمین نماید (Giampiccoli & Mtapuri, 2012: 31). توانمندسازی روستاییان، یک ضرورت برای توسعه اشتغال، رشد و توسعه پایدار و بقای حیات روستاها می‌باشد. برای تحقق توسعه پایدار در روستاها، باید برنامه‌ریزی کرد و منابع موجود در روستاها به‌ویژه منابع انسانی را از طریق توانمندسازی تجهیز نمود. در فراگرد توسعه، توانمندسازی‌ای که مدیریت بهتر را در هر بخش به همراه دارد، می‌تواند با افزایش قابلیت‌ها و ظرفیت‌های بهره‌برداران آن بخش، به توسعه شتاب بیشتری بخشد (شفیعی‌ثابت و فرهادی، ۱۳۹۸: ۵۰). توانمندسازی، نوعی آزادی است که هم ابزار است و هم هدف غایی. مقصود از آزادی دستیابی به شیوه‌های گوناگون زیستن است و توانمندسازی نیز بر گسترش این آزادی‌ها تاکید می‌ورزد؛ به گونه‌ای که باعث می‌شود انسان به همان شیوه‌ای که برای او ارزشمند است زندگی کند (میرزاخانی، ۱۳۹۹: ۲۳). توانمندسازی به منزله بخشی از زبان توسعه مطرح است و حق اساسی هر انسان و اصلی بنیادین، در توسعه است (قربانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۴۴۲). یکی از زمینه‌های توسعه روستایی که توانمندسازی در گسترش آن تاثیر به‌سزایی دارد، گردشگری است (Mbaiwaa & Stronzab, 2010: 637).

امروزه گردشگری به‌عنوان گذرگاه توسعه پایدار و یکی از عوامل پویا و اصلی رفاه فردی در جامعه تلقی می‌شود (عینالی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۰) و از مهم‌ترین فعالیت‌های اقتصادی و در شمار سه صنعت عمده جهان محسوب می‌گردد (فاضل‌نیا و هدایتی، ۱۳۸۹: ۱۴۸). اهمیت این موضوع باعث شده که امروزه به‌ویژه در کشورهایی که بستر مناسب کالبدی، بهداشتی، رفاهی و ارتباطی دارند، گردشگری به قطب اول درآمدزایی و توسعه سرزمینی بدل گردد (Sarantou, 2021: 11). توسعه صنعت گردشگری دارای مزایایی از جمله؛ افزایش اشتغال، بهینه‌سازی حمل‌ونقل، ایجاد و افزایش درآمد ساکنان، محافظت از میراث فرهنگی، پتانسیل جهانی واقعی برای ارتقاء و توسعه اقتصادی، سرازیر شدن سرمایه‌گذاری، اجرای پروژه‌های تسهیل برای اجرای پروژه‌های نوآورانه و کارآفرین و توسعه زیرساخت‌های اجتماعی مبارزه با بیکاری و فقر است. به‌طور خلاصه، گردشگری به ایجاد زندگی بهتر برای میلیون‌ها نفر کمک می‌کند (Wang et al, 2020: 1).

با ایجاد بستر گردشگری در مناطق روستایی که مملو از فرصت‌های جدید و کشف نشده هستند و با کشف و بهره‌برداری به‌موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید و رقابت‌پذیر بر مبنای آن، می‌توان مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به‌همراه آورد (قنبری و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۹۹). روستاهای گردشگری ایران نیز به علت توسعه زیرساخت‌های گردشگری، مطرح شدن به‌عنوان مقصد بازدید و برخورداری از منابع، پتانسیل مناسبی از نظر گردشگری خلاق روستایی دارند (عینالی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۹). برای رسیدن به الگویی پایدار از گردشگری، چندین عامل بررسی شده است که از جمله آن، نتایج تحقیقات اخیر نشان می‌دهد که تجربه گردشگری خلاق، یک عامل ثانویه با ابعاد و شاخص‌های چهارگانه است. یعنی؛ محیط، فرآیند، محصول و طبقه خلاق (Ali et al, 2016: 85). گردشگری می‌تواند در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی، تنوع بخشی به اقتصاد، ایجاد فرصت‌های شغلی، ارتقای استانداردهای زندگی مردم روستایی نقش مهمی ایفا کند و گستره‌ای از فعالیت را برای مشارکت ساکنان فراهم نمایند (Cherim et al, 2017: 15).

با توجه به مقدمه ذکر شده، امروزه روستاییان با مشکلاتی مانند: بیکاری، بهره‌وری پایین کشاورزی، مهاجرت روزافزون به شهرها و حاشیه‌نشینی مواجه‌اند، توانمندسازی آنان در توسعه گردشگری خلاق روستایی می‌تواند در جهت رفع این معضلات مؤثر باشد (پاپزن و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۵). توانمندسازی روستاییان در راستای توسعه گردشگری روستایی با متنوع‌سازی اقتصادی، توانایی انکارناپذیری جهت تأثیرگذاری بر معیشت پایدار روستاییان و حل مسئله فقر روستایی دارد؛ بنابراین هدف از انجام این پژوهش بررسی و تبیین اثرات توانمندسازی خانوارهای روستایی بر گردشگری خلاق در مناطق روستایی شهرستان شاهرود می‌باشد. روستاهای شهرستان شاهرود دارای پتانسیل‌های متعددی در انجام فعالیت‌های گردشگری هستند و با توجه به پتانسیل‌های متنوع طبیعی و ظرفیت‌های انسانی که در این روستاها وجود دارد، روستاییان می‌توانند با بهره‌گیری از آموزش‌های مناسب، توانمندی و ارتباطات مناسب درون‌گروهی، تحرکات اجتماعی مناسب را جهت فعالیت‌هایی در زمینه گردشگری روستایی شکل دهند تا در کنار مشارکت، مدیریت، هم‌افزایی نهادی، آموزش و ظرفیت‌سازی و همچنین به‌کارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا، فرصت‌های شغلی جدیدی را فراهم کنند تا با ارتقای عزت نفس، کسب وجهه و منزلت اجتماعی به توانمندی روانی، با تعامل اجتماعی و مشارکت به توانمندی اجتماعی و در نهایت با ایجاد درآمد و توسعه مهارت‌های فرد به توانمندی اقتصادی دست یابند.

مبانی نظری

روستا یک واحد جغرافیایی است که مرکز تجمع انسان‌ها بوده و برای مطالعه آن باید اوضاع طبیعی و اجتماعی حاکم بر آن را مورد واکاوی قرارداد. گردشگری روستایی یکی از شاخه‌های فرعی صنعت گردشگری است که عده‌ای آن را بخشی از بازار گردشگری و عده‌ای دیگر سیاستی برای توسعه روستایی قلمداد می‌کنند (پاپزن و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۵).

در مطالعات اخیر، گردشگری به‌عنوان یکی از خلاق‌ترین صنایعی شناخته می‌شود که نه تنها منجر به جذب گردشگران به روستا می‌شود بلکه سبب افزایش توسعه اقتصادی نیز می‌گردد (Stipanovic & Rudan, 2014: 1509). جامع‌ترین نظریه مربوط به خلاقیت، توسط روانشناس آمریکایی گیلفورد^۱ عرضه شده است. وی دریافت که قوای فکری انسان را می‌توان به ۱۵۰ عامل مجزا (سه خصیصه) تقسیم کرد که هر یک به تنهایی قابل اندازه‌گیری است. این خصیصه‌ها عبارت‌اند از: جریان فکر روانی، انعطاف‌پذیری قوای فکری، اصالت اندیشه و تصمیم‌گیری. کلید موفقیت در صنعت رقابتی گردشگری، تامین تقاضاهای گردشگران از طریق ارائه محصول و خدمات خلاق است. گردشگری خلاق مبتنی بر فعالیت‌های تجربی و تعامل عمیق با سبک زندگی جامعه مقصد است به‌نحوی که گردشگر به مثابه یک شهروند قلمداد می‌شود (رحیمی و پازند، ۱۳۹۵: ۹۷). در مورد گردشگری خلاق از دیدگاه گردشگران، تعریف مشترک به این صورت است که بازدیدکننده در عین حال که لحظات خوشایندی از فضای خلاقانه گردشگری تجربه می‌نماید، به این نتیجه برسد که قصد بازدید مجدد از مقصد را داشته باشد (Chen & Chou, 2019: 122; Zhang & Xie, 2019: 2540).

توانمندسازی به فرآیند چندبعدی دسترسی افراد به منابع قدرت برای افزایش سرمایه‌های فردی و گروهی، به منظور حرکت به سوی انتخاب‌های هدفمند گفته می‌شود (صادقو و سجاسی قیداری، ۱۳۹۷: ۱۶۷). صالحی و همکاران (۱۳۹۷)، شفیع‌ی ثابت و همکاران (۱۳۹۸)، اصغری لمفجانی و همکاران (۱۳۹۵)، تاراسی و همکاران

(۱۳۹۹)، فورنی^۱ (۲۰۲۱) و ماجوکنی^۲ و مولار (۲۰۲۱) در پژوهش‌های خود بر اهمیت ایجاد هویت جمعی و مشارکت در توانمندسازی تاکید داشته و معتقدند که توانمندسازی به دنبال آن است که مردم بتوانند خود آغازگر، کنترل‌کننده و رهبر توسعه باشند و در عین حال توان مشارکت آزادانه در پروژه‌ها و طرح‌های توسعه را نیز داشته باشند. در ادبیات توسعه مفهوم "توانمندسازی" از دو جنبه و رویکرد بررسی شده است: الف) رویکرد انگیزشی توانمندسازی؛ در این رویکرد، هدف تواناسازی و تقویت خودباوری می‌باشد. ب) رویکرد شناختی توانمندسازی؛ این رویکرد، توانمندسازی را به‌طور وسیع‌تر به‌مثابه یک حالت انگیزش درونی در ارتباط با شغل تعریف می‌کند که شامل چهار احساس درونی است: الف) معنی‌دار بودن: یعنی این‌که فرد وظیفه‌ای را که انجام می‌دهد بامعنی و ارزشمند تلقی کند. ب) شایستگی: شایستگی یا خودباوری، اعتقاد فرد به توانایی و ظرفیت خود برای انجام کارها است. ج) تأثیر (مؤثر بودن): عبارت از حدی که در آن فرد توانایی نفوذ در پیامدهای کار خود را دارا می‌باشد. د) خودتعیینی یا حق انتخاب؛ یک احساس فردی در مورد حق انتخاب برای تنظیم فعالیت‌هاست. درحالی‌که شایستگی، یک مهارت رفتاری است همچنین به آزادی عمل شاغل در تعیین فعالیت‌های لازم برای انجام وظایف شغلی اطلاق می‌گردد. اعتماد: اعتماد به معنی آن است که افراد احساس کنند که با آن‌ها منصفانه و یکسان برخورد خواهد شد (شفیعی‌ثابت و فرهادی، ۱۳۹۸: ۵۲).

امروزه صنعت گردشگری به یکی از بزرگترین صنایع خدماتی جهان از لحاظ درآمدزایی تبدیل شده است و بسیاری از سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان آن را رکن اصلی توسعه پایدار می‌دانند. این صنعت دارای مزایای ارتباطی، سیاسی، فرهنگی و تأثیرات بین‌المللی خاص خود است (دهشیری، ۱۳۹۴: ۷۲). واژه گردشگری به فعالیتی اطلاق می‌شود که در زمان سفر به‌وقوع می‌پیوندد. این واژه دربرگیرنده همه موارد از قبیل: برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مکان مورد نظر، اقامت در آن‌جا، بازگشت و یادآوری خاطرات سفر بعد از بازگشت است. مبل و موریسون^۳ (۱۹۹۲)، گردشگری را برحسب مدت زمان، فصل سال، انگیزه سفر و مکان جغرافیایی می‌توان به گروه‌های مختلف از قبیل: گردشگری تابستانی، زمستانی، کوتاه مدت، بلندمدت، گردشگری فرهنگی، ماجراجویانه، مذهبی، تجاری، روستایی، عشایری، قومی و... تقسیم‌بندی نمود. هر فعالیت گردشگری در یک واحد جغرافیایی صورت می‌پذیرد. کارشناسان نسل اول گردشگری را «گردشگری ساحلی»، نسل دوم آن‌را «گردشگری فرهنگی» و نسل سوم را «گردشگری خلاق» نام نهاده‌اند. نسل سوم با شعار «موزه‌های کمتر، میدان‌های بیشتر» بر انجام فعالیت‌های تجربی و تعامل عمیق‌تر با زندگی واقعی فرهنگی در شهرها تمرکز می‌کند. امروزه یکی از مظاهر اصلی و نوین توجه روزافزون به گردشگری در دنیای صنعتی و مدرن، موضوع گردشگری خلاق است (Rossa, 2019: 78). در «گردشگری خلاق»، گردشگر به جنبه‌های آموزشی، احساسی، اجتماعی و مشارکت گردشگران در فعالیت‌های بومی در کنار مردم محلی می‌پردازد (Sangchumnong, 2018: 7).

بررسی مهم‌ترین نظریات و البته محورهای مورد تأکید محققان مختلف در دنیا، راهکار مناسبی برای ترسیم نظری و تئوریک این مطالعه و بهره‌مندی از دیدگاه‌های موجود در این حوزه است که در ذیل به‌طور خلاصه به این مهم اشاره گردیده است:

1. Forney
2. Majokweni
3. Mill & Morrison

از نظر هانگ^۱ و همکاران (۲۰۱۶)، گردشگری خلاق یک فعالیت میان‌رشته‌ای است؛ لذا می‌توان رویکردهای مختلفی در آن بیان کرد. بسته‌نگار (۱۳۹۵)، نشان می‌دهد در طراحی برند گردشگری کاربرد یک نماد رنگین ضرورت می‌یابد. محمدی و میرمتقیان رودسری (۱۳۹۵)، در مدل‌سازی محصول خلاق گردشگری دریافتند تأکید بر افراد خلاق بیشتر از عوامل دیگر است. بسته‌نگار (۱۳۹۵)، به این نتیجه رسید، گردشگری خلاق می‌تواند در گستره‌ای دیده شود که دو سوی آن مقصد محوری و فعالیت محوری جای گرفته باشند. عینالی و همکاران (۱۳۹۸)، دریافت دریافت که روستاهای تاریخی- فرهنگی شمال غرب کشور، بسترهای مناسبی برای توسعه گردشگری خلاق دارند.

مطالعه‌ی^۲ (۲۰۱۲)، حاکی از آن است شکل‌گیری یک خوشه‌ی غذایی باعث جذابیت یک مکان و تحریک توسعه اقتصاد خلاق می‌شود. نتیجه‌ی تحقیق تان^۳ و همکاران (۲۰۱۳) در گردشگری تایوان دایر بر اثربخشی «تعاملات بیرونی» و «بازتاب‌های درونی» در تجربه‌ی خلاق گردشگران است. استیپانویک و رودان^۴ (۲۰۱۴)، براساس نظرسنجی به بررسی توسعه و استراتژی گردشگری خلاق در مقصد کوارنر می‌پردازند. آردهالا^۵ و همکاران (۲۰۱۶)، نتیجه می‌گیرند از نیازهای اساسی گردشگری خلاق، عواملی مانند جاذبه‌ی گردشگری، دسترسی، تحرک و توسعه‌ی محصول خلاق است. کومنین و انگلند^۶ در مقاله‌ای نشان می‌دهند که چگونه تخصص و انعطاف‌پذیری در صنایع فرهنگی به صنایع خلاق تبدیل می‌شوند. نتیجه‌ی مقاله ریچاردز (۲۰۲۰) نشان می‌دهد توسعه‌ی فرهنگ مدرن و اثرات تکنولوژی جدید راهی به سوی استراتژی‌های آینده است.

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نقطه‌نظر قابلیت تعمیم یافته‌ها پیمایشی است. جامعه‌ی آماری تحقیق، روستانشینان شهرستان شاهرود براساس سرشماری نفوس و مسکن ۱۴۰۰ بود که براساس فرمول کوکران از تعداد ۱۳۴۰۱ خانوار از ۷ دهستان، ۳۶۳ خانوار به‌عنوان نمونه‌ی پژوهش به‌دست آمد. براساس تعداد خانوارهای هر دهستان و به روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی‌شده، تعداد نمونه در هر دهستان محاسبه شد. پرسش‌نامه‌ی محقق‌ساخته بین اعضای جامعه‌ی آماری به‌صورت تصادفی و با توجه به قابل دسترس بودن در بین خانوارها توزیع گردید.

جدول ۱: تعداد خانوار دهستان‌ها و تعداد نمونه برای هر دهستان براساس نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده

دهستان	تعداد خانوار	تعداد نمونه
خرقان	۶۴۳۸	۱۵۴
بیارجمند	۸۱۹	۳۳
حومه	۲۰۷۳	۵۹
خوار توران	۱۰۶۹	۳۲
طرود	۹۴۱	۲۲
دهملا	۸۴۶	۳۴
کلا ته‌های غربی	۱۲۱۵	۲۹
جمع	۱۳۴۰۱	۳۶۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

1. Hung
2. Lee
3. Tan
4. Stipanovic & Rudan
5. Ardhala
6. Comunian & England

همچنین جهت به دست آوردن پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده برای شاخص‌های گردشگری خلاق برابر ۰/۷۹ درصد و برای شاخص‌های توانمندسازی ۰/۷۸ درصد به دست آمده است (جدول ۲).

جدول ۲: مقادیر آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیرها	مؤلفه	ضریب آلفای هر مولفه	ضریب آلفای هر متغیر
گردشگری خلاق	طبقه خلاق	۰/۸۱	۰/۷۹
	محصول خلاق	۰/۷۳	
	محیط خلاق	۰/۸۱	
	فرآیند خلاق	۰/۸۵	
توانمندسازی	آموزش و آگاهی‌بخشی	۰/۸۳	۰/۷۸
	مهارت و توسعه منابع انسانی	۰/۶۵	
	مالی و سرمایه‌گذاری	۰/۶۵	
	شایستگی و استقلال فردی	۰/۷۸	
	نهادگرایی و تشکل‌سازی	۰/۸۵	

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

به منظور توانمندسازی روستاییان در راستای گردشگری خلاق، نیاز است بسترسازی مناسبی در محیط روستا شکل بگیرد تا از نیروهای انسانی فعال و ماهر در این زمینه به بهترین شکل ممکن استفاده شود. توانمندسازی در عرصه توسعه روستایی، یک انتخاب راهبردی است که می‌تواند گذار موفقیت‌آمیز توسعه روستایی را به ارمغان آورد (عربخانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۳۹). در پژوهش حاضر شاخص‌های مورد استفاده برای توانمندسازی پنج مؤلفه آموزش و آگاهی‌بخشی، مهارت و توسعه منابع انسانی، مالی و سرمایه‌گذاری، شایستگی و استقلال فردی و نهادگرایی و تشکل‌سازی می‌باشد (جدول ۳). همچنین شاخص‌های گردشگری خلاق که مورد استفاده قرار گرفته‌اند شامل: محیط، فرآیند، محصول و طبقه خلاق است (جدول ۴).

جدول ۳: شاخص‌های توانمندسازی روستاییان

مؤلفه	گویه
آموزش و آگاهی‌بخشی	آموزش ضمن خدمت، وجود سابقه کارآفرینی در خانواده، دسترسی به مشاوره
مهارت و توسعه منابع انسانی	دسترسی به نیروی کار ماهر و با تجربه، دسترسی به نیروی کار نیمه ماهر، برگزاری کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی مرتبط با ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری روستایی
مالی و سرمایه‌گذاری	توان مدیریت، تمایل به شراکت و کار گروهی، میزان دسترسی به سرمایه، کمک‌های مالی اطرافیان، میزان دسترسی به اعتبار، فراهم کردن تسهیلات مالی، فراهم کردن زیرساخت‌ها
شایستگی و استقلال فردی	مدیریت مستقل امور، استقلال در انجام معاملات، توان رقابت، افزایش توانایی برای قبول مسئولیت، معنی داری، خودتعیینی، افزایش اعتماد به نفس، تاثیر و اثربخشی، توان استفاده از ابزار مورد نیاز در ساخت، توانایی پیاده‌سازی تصویر ذهنی تا نهایی شدن نوآوری، توانایی انجام امور، میزان دسترسی به ابزار مورد نیاز، ایجاد زمینه و تلاش برای پرورش خلاقیت، توان کنترل شرایط بحرانی، تاثیر نوآوری در موفقیت
نهادگرایی و تشکل‌سازی	میزان همکاری، گسترش اتحادیه و صنف‌ها، میزان دسترسی به صنف‌ها، یکپارچگی و سازگاری بین فعالیت‌ها

مأخذ: اکبرپور، ۱۳۹۵؛ شفیع‌ی‌ثابت و همکاران، ۱۳۹۸

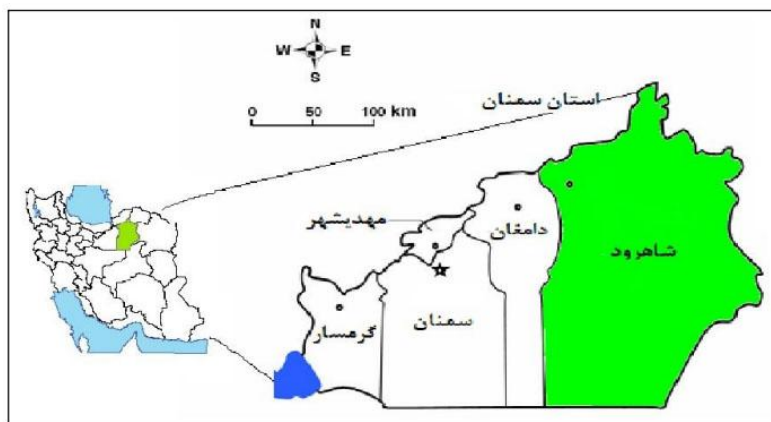
جدول ۴: شاخص‌ها و گویه‌های گردشگری خلاق

مؤلفه	گویه
محیط خلاق	میراث طبیعی، گیاهان دارویی و طب سنتی، میراث تاریخی و فرهنگی، جلوه‌های فرهنگی سنتی، تأسیسات گردشگری، فعالیت‌های خدماتی، رفاهی و گردشگری
فرآیند خلاق	کارگاه و کلاس‌های آموزشی، جشنواره بومی و محلی، مسابقات فرهنگی و هنری، برنامه‌های فرهنگی، نمایشگاه فرهنگی و هنری
صنایع و محصول خلاق	هنرهای نمایشی و تجسمی، صنایع دیداری و شنیداری، بازی و سرگرمی، صنایع دستی، خوراک، مد و پوشاک، جواهر، کتاب، چاپ و نشر، خدمات خلاق
طبقه خلاق	مهندسان، موسیقی، مد و لباس، سینما، نمایش، ادبیات، گروه نخبگان، صنایع دستی، هنرهای تجسمی، سرمایه انسانی، شاغلین بخش گردشگری

مأخذ: نژادابراهیمی و همکاران، ۱۴۰۰؛ شمس‌الدینی و همکاران، ۱۳۹۶؛ محمدی و میرتقیان، ۱۳۹۵؛ فلوریدا، ۲۰۰۲؛ ابریشمی و همکاران، ۱۳۹۸؛ بسته‌نگار، ۱۳۹۵؛ محمدی و همکاران، ۱۳۹۵؛ رحیمی و پازند، ۱۳۹۵؛ زنکنه شهرکی و همکاران، ۱۳۹۵؛ مهدیان و تقوایی، ۱۴۰۱؛ قادری و همکاران، ۱۴۰۱؛ Fahmi et al, 2016; Tan & et al, 2013; Florida, 2002

موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

شهرستان شاهرود یکی از شهرستان‌های استان سمنان است که در فاصله ۴۰۰ کیلومتری تهران، در حاشه کویر و در دامنه‌های جنوبی البرز واقع شده است. از حیث وسعت، ششمین شهرستان بزرگ کشور است. این شهرستان دارای جاذبه‌های گردشگری روستایی متعددی می‌باشد از جمله: روستای تاریخی قلعه بالا (معماری پلکانی)، همجواری با دشت‌های دلبر و علی انگر (پارک ملی واقع در منطقه حفاظت‌شده خارتوران)، قرارگرفتن مناظر کویری در کنار زیبایی‌های کوهستان، همجواری با پارک ملی توران (ملقب به دروازه حیاط وحش توران)، روستای ابر (به دلیل جنگل ابر که این جنگل از بکرترین و قدیمی‌ترین جنگل‌های ایران است و بیشتر مواقع فضای آن از اقیانوسی از ابر پوشیده می‌شود)، کوه‌نوردی و جنگل‌نوردی، امکان دوچرخه‌سواری در کوهستان، آبشار آلوچال، دالان بهشت، چشمه‌هایی مانند: چشمه ترش و چشمه قطری، برگزاری اکوماراتن‌ها (مانند اکوماراتن بین المللی سال ۱۳۹۷)، روستای مجن (به دلیل معماری خاص که ملقب به ماسوله کویر ایران است)، آبشار، چشمه هفت رنگ مجن (که در دنیا کم‌نظیر است)، روستای طرود (گله‌های شتر و نخلستان‌ها)، مسابقات شترسواری، کویر، معادن غنی از سنگ‌هایی مانند کوارتز و ژئوتورپسم.



شکل ۱: نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه، منبع: نگارنده، ۱۴۰۰

تهیه و ترسیم: حجاریان، ۱۴۰۰

بحث و یافته‌ها

یافته‌های پژوهش در دو بخش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته، در بخش اول یافته‌های توصیفی و در بخش دوم یافته‌های استنباطی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

یافته‌های توصیفی

یافته‌های تحقیق نشان داد که جامعه آماری مورد مطالعه از نظر جنسیت، ۱۶/۴ درصد زن و ۸۳/۶ درصد مرد بودند. از نظر تحصیلات ۴۶/۷ درصد از پاسخگویان سواد خواندن و نوشتن، ۴۸/۳ درصد دارای مدرک سبک، ۴/۲ درصد دارای مدرک تحصیلی دیپلم و ۰/۸ درصد دارای مدرک لیسانس بودند. میانگین سن پاسخگویان ۴۷/۷ (انحراف معیار: ۹/۵۵) سال بود که جوان‌ترین آن‌ها ۲۰ سال و مسن‌ترین آن‌ها ۷۴ سال داشت. اکثر روستاییانی که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند، با درصد فراوانی ۹۱/۶ متاهل و ۸/۴ درصد مجرد هستند.

بررسی وضعیت شاخص‌های توانمندسازی خانوارهای روستایی

در این پژوهش برای سنجش توانمندی خانوارهای روستایی از پنج مؤلفه آموزش و آگاهی‌بخشی، مهارت و توسعه منابع انسانی، مالی و سرمایه‌گذاری، شایستگی و استقلال فردی و نهادگرایی و تشکل‌سازی استفاده شده است. جهت بررسی وضعیت توانمندی خانوارهای روستایی در منطقه مورد مطالعه، از آزمون تی‌تک نمونه‌ای استفاده شده است. نتایج آزمون نشان داد که سطح معناداری به دست آمده برای همه شاخص‌ها، از سطح معناداری ۰/۰۵ درصد کوچک‌تر است؛ بنابراین نتایج آزمون با ضریب اطمینان ۹۵ درصد قابل قبول است. از میان شاخص‌های مورد بررسی، وضعیت شاخص مهارت و توسعه منابع انسانی با میانگین ۳/۸۴۵ درصد به نسبت سایر شاخص‌ها در شرایط مناسب‌تری قرار دارد و شاخص مالی و سرمایه‌گذاری با میانگین ۲/۶۶۷ درصد در پایین‌ترین وضعیت قرار دارد. در مجموع مؤلفه‌های توانمندی با میانگین ۳/۰۹۳ درصد در روستاهای منطقه مورد مطالعه در حد مطلوب ارزیابی شده است (جدول ۵).

جدول ۵: بررسی وضعیت شاخص‌های توانمندی روستایی در روستاهای منطقه مورد مطالعه با استفاده از آزمون تی‌تک نمونه‌ای

مطلوبیت عدد مورد آزمون=۳						
شاخص	مقدار آماره (t)	میانگین عددی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین		فاصله اطمینان ۹۵ درصد
				حد بالا	حد پایین	
آموزش و آگاهی‌بخشی	۳/۶۶۲	۳/۸۴۵	۰/۰۰۰	۰/۲۲۱	۰/۱۵۴	۰/۳۲۷
مهارت و توسعه منابع انسانی	۵/۱۲۹	۲/۸۴۵	۰/۰۰۰	۰/۱۵۵	۰/۱۰	۰/۲۱۳
مالی و سرمایه‌گذاری	۷/۴۹۸	۲/۶۶۷	۰/۰۰۰	۰/۳۳۳	۰/۱۸۹	۰/۴۲۸
شایستگی و استقلال فردی	۷/۲۲۴	۳/۴۰۳	۰/۰۰۰	۰/۲۹۷	۰/۱۶۶	۰/۳۹۹
نهادگرایی و تشکل‌سازی	۵/۲۹۳	۲/۷۷۱	۰/۰۰۰	۰/۲۲۶	۰/۱۶۲	۰/۳۳۸
مجموع توانمندسازی	۵/۲۹۴	۳/۰۹۳	۰/۰۰۰	۰/۲۲۷	۰/۱۶۳	۰/۳۳۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

بررسی وضعیت گردشگری خلاق

به منظور بررسی وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق در روستاهای منطقه مورد مطالعه از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شده است. با توجه به این که پرسش‌نامه از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده؛ بنابراین عدد ۳ به عنوان میانگین مطلوب در نظر گرفته شده است و نتایج به دست آمده از نظر مطلوبیت با این میانگین (۳) سنجیده می‌شود؛ بنابراین اگر میانگین به دست آمده کوچک‌تر از میانگین مطلوب باشد، وضعیت شاخص مورد بررسی نامطلوب و اگر میانگین به دست آمده بزرگ‌تر از میانگین مطلوب باشد شاخص مورد نظر در وضعیت مطلوب قرار دارد. نتایج آزمون نشان می‌دهد که مؤلفه محیط خلاق با میانگین ۲/۹۹۸ درصد بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده است و به عبارتی مطلوب‌ترین شاخص گردشگری خلاق در روستاهای منطقه مورد مطالعه است. همچنین مؤلفه فرآیند خلاق با میانگین ۲/۵۸۸ کمترین میانگین را در بین شاخص‌های مورد بررسی به خود اختصاص داده است و به عبارتی نامطلوب‌ترین شاخص گردشگری خلاق در روستاهای منطقه مورد مطالعه است. در مجموع؛ وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق خانوارهای روستایی با میانگین ۲/۷۷۰ پایین‌تر از وضعیت مطلوب ارزیابی شده است (جدول ۶).

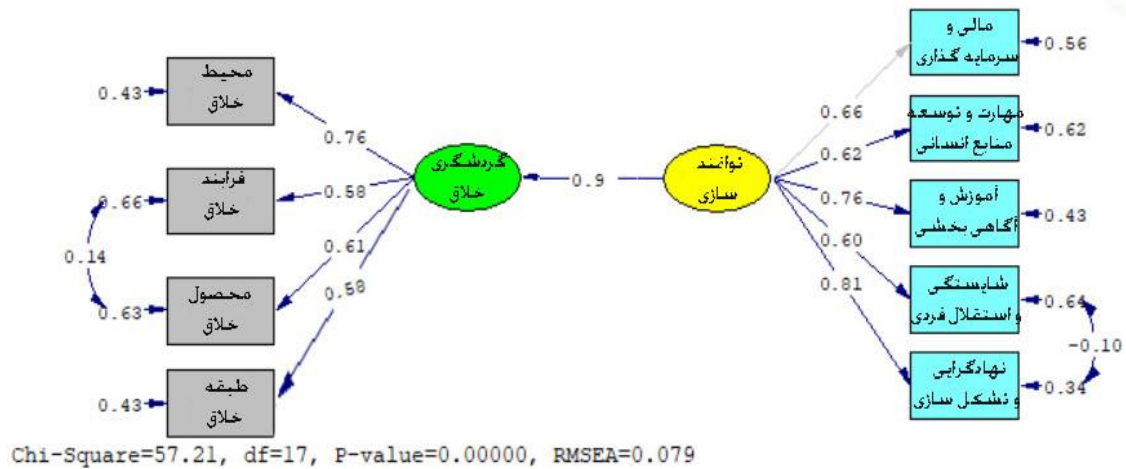
جدول ۶: بررسی وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای

مطلوبیت عدد مورد آزمون = ۳						
شاخص	مقدار آماره (t)	میانگین عددی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان ۹۵ درصد	
					حد بالا	حد پایین
طبقه خلاق	-۸/۳۳۲	۲/۷۳۰	۰/۰۰۰	-۰/۲۷۰	-۰/۱۶۵	-۰/۳۶۶
محیط خلاق	-۵/۶۶۷	۲/۹۹۸	۰/۰۰۰	-۰/۳۰۲	-۰/۱۸۹	-۰/۴۳۴
محصول خلاق	-۳/۶۶۵	۲/۷۶۷	۰/۰۰۰	-۰/۲۳۳	-۰/۱۵۸	-۰/۲۹۸
فرآیند خلاق	-۵/۶۳۵	۲/۵۸۸	۰/۰۰۰	-۰/۳۱۲	-۰/۱۷۸	-۰/۴۲۱
مجموع گردشگری خلاق	-۸/۵۴۴	۲/۷۷۰	۰/۰۰۰	-۰/۱۶۱	-۰/۱۱۲	-۰/۲۵۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

نتایج تحلیل معادلات ساختاری

به منظور تحلیل کامل‌تر داده‌های به دست آمده، علاوه بر تحلیل‌های انجام گرفته در محیط SPSS، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری نیز استفاده و نتایج در این بخش ارائه گردید. بدین منظور از نرم‌افزار LISREL 8.8 استفاده شد. مدل‌سازی معادلات ساختاری روشی است که برای نشان دادن، برآورد و آزمون فرضیه‌ها درباره رابطه علی بین متغیرهای پنهان و آشکار به کار می‌رود (Zampetakis and Moustakis, 2006: 415). نمودار حاصل مسیر مدل روابط ساختاری مؤلفه‌های گردشگری خلاق (فرآیند، محیط، محصول و طبقه خلاق) و توانمندسازی خانوارهای روستایی (مؤلفه‌های آموزش و آگاهی‌بخشی، مهارت و توسعه منابع انسانی، مالی و سرمایه‌گذاری، شایستگی و استقلال فردی و نهادگرایی و تشکل‌سازی) را نشان می‌دهد.



شکل ۲: دیاگرام بخش ساختاری مدل بر اساس ضرایب استاندارد شده

تهیه و ترسیم: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

تحلیل یافته‌ها نشان داد که متغیر توانمندی خانوارهای روستایی به صورت مستقیم بر متغیر گردشگری خلاق اثرگذار است و رابطه معناداری بین آن‌ها مشاهده می‌شود. ضریب مسیر بین متغیر گردشگری خلاق و توانمندی خانوارهای روستایی ($\gamma = 0/90$ و $t=12/19$) مشاهده شد. خلاصه نتایج معادلات ساختاری مدل اندازه‌گیری توانمندی خانوارهای روستایی و گردشگری خلاق در جدول (۷) ارائه شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، براساس ضرایب مسیر (مقدار ضریب استاندارد و خطای استاندارد) برای متغیرهای مدل ساختاری قابل پذیرش بوده و نمایانگر سازگاری مناسب مدل ساختاری می‌باشد. توجه به نتایج تحقیق، تمامی متغیرها دارای بار عاملی بزرگ‌تر از ۵/۰ و مقدار t تمامی مسیرها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ بودند.

جدول ۷: خلاصه نتایج معادلات ساختاری مدل اندازه‌گیری توانمندسازی و گردشگری خلاق

متغیر	سازه	ضریب استاندارد	خطای استاندارد	T Value
گردشگری خلاق	محصول خلاق	۰/۶۱	۰/۶۳	۱۱/۸۵
	طبقه خلاق	۰/۵۸	۰/۶۶	۱۱/۲۲
	محیط خلاق	۰/۷۶	۰/۴۳	۱۵/۳۹
	فرآیند خلاق	۰/۵۸	۰/۶۶	۱۱/۲۲
توانمندسازی	آموزش و آگاهی بخشی	۰/۷۶	۰/۳۴	۱۳/۰۶
	مهارت و توسعه منابع انسانی	۰/۶۲	۰/۶۴	۱۰/۰۷
	مالی و سرمایه‌گذاری	۰/۶۶	۰/۴۳	۱۲/۵۹
	شایستگی و استقلال فردی	۰/۶۰	۰/۶۲	۱۰/۶۱
نهادگرایی و تشکل‌سازی	۰/۸۱	۰/۵۶	--	

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

جهت ارزیابی برازش مدل معادله‌های ساختاری، از شاخص‌هایی نظیر شاخص برازندگی متعددی استفاده شد. مقدار معیار (حدّ مطلوب) و مقدار گزارش‌شده هر یک از شاخص‌های بالا برای مدل معادله‌های ساختاری تحقیق، در جدول (۸) آورده شده‌است.

جدول ۸: مقدار استاندارد و شاخص‌های برازش مدل

شاخص	مقادیر استاندارد	مقادیر به‌دست‌آمده مدل
کای اسکوتر / درجه آزادی (X^2/df)	≤ 3	۳/۳۶
شاخص نرم شده برازندگی (NFI)	≥ 90	۰/۹۷
شاخص نرم نشده برازندگی (NNFI)	≥ 90	۰/۹۷
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	≥ 90	۰/۹۸
شاخص برازندگی (GFI)	≥ 90	۰/۹۶
شاخص تعدیل برازندگی (AGFI)	≥ 90	۰/۹۲
شاخص برازندگی فزاینده (IFI)	≥ 90	۰/۹۸
شاخص میانگین مجذور پس مانده‌ها (RMR)	≤ 0.05	۰/۰۳۶
شاخص بذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)	≤ 0.08	۰/۰۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

با توجه به مقدار گزارش‌شده شاخص‌های برازندگی در جدول بالا مشاهده می‌شود که مدل معادله ساختاری متغیرهای تحقیق، دارای برازش مناسب و قابل پذیرش است؛ بنابراین براساس مدل برازش‌یافته تحقیق می‌توان گفت که سازه مورد استفاده برای بررسی رابطه بین گردشگری خلاق و توانمندی خانوارهای روستایی سازگاری قابل پذیرشی را نشان می‌دهد. همچنین می‌توان گفت که داده‌ها با مدل پیشنهادی منطبق هستند و شاخص‌های ارائه‌شده، نشان‌دهنده این موضوع هستند که در مجموع؛ مدل پیشنهادی قابلیت مورد نیاز جهت تبیین متغیرها را دارا بوده و از لحاظ مجموع شاخص‌های برازش، مدلی مطلوب است.

علاوه بر اندازه‌گیری اعتماد و پایایی تک‌تک شاخص‌ها، محقق می‌تواند به محاسبه پایایی ترکیبی برای هر متغیر نهفته نیز بپردازد. برای محاسبه این موضوع از طریق فرمول زیر اقدام می‌شود. براساس محاسبه صورت گرفته همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقدار پایایی هر دو متغیر در سطح مطلوب و بالاتر از ۰/۷ درصد قرار دارد (جدول ۹).

$$P_C = \frac{(\sum)^2}{[(\sum)^2 + \sum(\theta)]} \quad \text{فرمول:}$$

راهنمای فرمول:

$$P_C = \text{پایایی ترکیبی} \quad \square = \text{بارهای مربوط به شاخص‌ها}$$

$$\theta = \text{واریانس خطای شاخص‌ها} \quad \sum = \text{مجموع شاخص‌های هر متغیر نهفته}$$

جدول ۹: نتایج پایایی ترکیبی به‌دست‌آمده برای متغیرهای نهفته مدل

متغیرهای نهفته	پایایی ترکیبی (P _C)
گردشگری خلاق	۰/۷۱
توانمندسازی	۰/۸۵

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

نتیجه

نقش و جایگاه روستاها در فرآیندهای توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در مقیاس محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی و پیامدهای توسعه‌نیافتگی مناطق روستایی مانند فقر گسترده، نابرابری فزاینده، رشد سریع جمعیت، بیکاری، مهاجرت، حاشیه‌نشینی شهری و . . . موجب توجه به توسعه روستایی و حتی تقدم آن بر توسعه شهری شده‌است. امروزه گردشگری به‌عنوان گذرگاه توسعه پایدار و یکی از عوامل پویا و اصلی رفاه فردی در جامعه روستایی تلقی می‌شود و با توانمندسازی روستاییان در این مسیر شاهد دستیابی به توسعه‌ای همه‌جانبه خواهیم بود.

در این پژوهش، به بررسی شاخص‌های اصلی توانمندسازی خانوارهای روستایی بر گردشگری خلاق پرداخته شد. از بین شاخص‌های توانمندسازی روستایی که شامل: مؤلفه‌های آموزش و آگاهی‌بخشی، مهارت و توسعه منابع انسانی، مالی و سرمایه‌گذاری، شایستگی و استقلال فردی و نهادگرایی و تشکیل‌سازی و همچنین گردشگری خلاق که شامل: محیط، فرآیند، محصول و طبقه خلاق است، نتایج به‌دست‌آمده نشان‌داد که مؤلفه‌های گردشگری خلاق و توانمندسازی به‌ترتیب با میانگین ۳/۰۹۳ و ۲/۷۷۰ درصد در روستاهای منطقه مورد مطالعه در حد مطلوب و پایین‌تر از حد مطلوب ارزیابی شده‌است. این مهم با توجه به تحقیقات افرادی مانند چان (۲۰۱۰)، تان و همکاران (۲۰۱۳)، هانگ و همکاران (۲۰۱۴)، علی و همکاران (۲۰۱۶)، فورن و همکاران (۲۰۱۵)، چان و همکاران (۲۰۱۸) تایید می‌شود.

یافته‌های پژوهش درخصوص مدل ساختاری تحقیق نیز حاکی از آن است که ابزار تحقیق از اعتماد و پایایی مناسبی برخوردار بوده است. همچنین متغیر توانمندسازی به‌صورت مستقیم بر متغیر گردشگری خلاق اثرگذار است و رابطه معناداری بین آن‌ها مشاهده می‌شود و نکته دیگر آن‌که بیشترین تأثیر را آموزش، آگاهی‌بخشی، نهادگرایی و تشکیل‌سازی بر گردشگری خلاق می‌گذارد. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که ابعاد پنج‌گانه توانمندسازی با ضریب ۰/۹۰ درصد دارای اثر مثبت و معنی‌داری بر گردشگری خلاق است و بیشترین ضریب را در بین ابعاد محیط خلاق به خود اختصاص داده است. با توجه به مقدار گزارش‌شده شاخص‌های برازندگی نیز مشخص شد که مدل معادله ساختاری متغیرهای تحقیق، دارای برازش مناسب و شایان پذیرشی هستند و ساختار کلی تحقیق مورد تایید می‌باشد؛ بنابراین بر پایه مدل برازش‌یافته تحقیق می‌توان گفت که مؤلفه‌های مورد استفاده تحقیق که بر پایه مطالعات پیشین گردآوری شده بودند، توان برآورد اثرات ساختاری توانمندسازی روستاییان بر گردشگری خلاق را دارند و تمامی ابعاد گردشگری خلاق با متغیر توانمندسازی دارای رابطه علی می‌باشند.

با توجه به پایین بودن متغیر مالی و سرمایه‌گذاری، آموزش، آگاهی‌بخشی، نهادگرایی و تشکیل‌سازی نسبت به سایر متغیرها، در محیط روستاهای شهرستان شاهرود جهت توسعه گردشگری خلاق پیشنهاد می‌شود با بالا بردن سطح آگاهی افراد برای رفع نیازهای اقتصادی و اجتماعی و فراهم‌شدن شرایط سرمایه‌گذاری سبب شکل‌گیری مدلی از توانمندسازی گردد تا ذینفعان گردشگری روستایی علاوه بر توانایی انتخاب استراتژیک زندگی، افزایش اعتماد به نفس و ایجاد هویت جمعی، بتوانند الگوی زندگی کنونی خود را به الگوی مطلوب و شایسته‌ای که درخور ساکنان مناطق روستایی باشد، تغییر دهند. ایجاد بسترهای مالی، فعال‌شدن بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری و حمایت دولت در ایجاد و اصلاح قوانین و فعالیت نهادها و ایجاد سازمان‌های متولی گردشگری در مناطق روستایی هدف و همکاری روستائیان توانمند می‌تواند فقرزدایی، کاهش شکاف شهر و روستا و ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی را در پی داشته باشد. فعالیت‌های گردشگری در روستاهای شهرستان شاهرود، نیازمند انعطاف‌پذیری، مسئولیت‌پذیری، آینده‌نگری، امیدواری، مخاطره‌پذیری و خلاقیت است. توانمندسازی دارای این‌چنین خصیصه‌هایی است و می‌توان با ایجاد خلاقیت و آینده‌نگری، ریسک‌پذیری، عزت نفس، انسجام و مسئولیت مشترک (سازماندهی جمعی) و مدیریت منابع، به اشتغال‌زایی و تحقق عدالت و توسعه پایدار در روستاها کمک قابل توجهی نمود.

منابع

- اصغری، صادق؛ عیسی شهرکی؛ مهدی نادریان فر (۱۳۹۵). موانع توانمندسازی اقتصادی و اجتماعی خانوارهای روستایی، مددجویان تحت پوشش کمیته امداد در سیستان. اقتصاد فضا و توسعه روستایی. دوره ۵، شماره ۱۵. صفحات ۱۲۴-۱۰۳.
- URL: <http://serd.khu.ac.ir/article-۱-۲۵۹۳-fa.html>
- اکبرپور، محمد (۱۳۹۵). نقش و عملکرد توانمندسازی روستاییان در کارآفرینی مناطق روستایی (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان هشتگرد)، جغرافیا و پایداری محیط. دوره ۶، شماره ۱. صفحات ۶۶-۵۱.
- https://ges.razi.ac.ir/article_555.html
- ابریشمی، حمید؛ رسول بیدرام؛ وحید ماجد؛ الهام بخشایش (۱۳۹۸). امکان سنجی توسعه پایدار روستایی از طریق توسعه صنایع خلاق: نمونه موردی صنایع دستی روستاهای منتخب استان اصفهان، فصلنامه روستا و توسعه. دوره ۲۲، شماره ۸۸. صفحات ۶۹-۵۱.
- [10.30490/RVT.2020.289507.1069](https://doi.org/10.30490/RVT.2020.289507.1069)
- بسته‌نگار، مهنوش (۱۳۹۵). نماد رنگ در برند گردشگری خلاق شهرهای ایران، فصلنامه هنر و تمدن شرق، دوره ۴، شماره ۱۱. صفحات ۲۸-۲۱.
- https://www.jaco-sj.com/article_40825.html
- پاپزن، عبدالحمید؛ پرستو قبادی؛ کیومرث زرافشانی؛ شهپر گراوندی (۱۳۸۹). مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی (مورد: روستای حریر، استان کرمانشاه)، پژوهش‌های روستایی. دوره ۱، شماره ۳. صفحات ۵۲-۲۵.
- https://jrur.ut.ac.ir/article_22179_dbe7a9841fc75aeebad0f0f7c43d8e11.pdf
- تاراسی، زهرا؛ حسین کریمزاده؛ محسن آقایاری‌هیر (۱۳۹۹). بررسی ارتباط ظرفیت‌سازی و توانمندسازی زنان روستایی مطالعه موردی: شهرستان زنجان، نشریه جغرافیا و توسعه. دوره ۱۸، شماره ۵۸. صفحات ۲۲۴-۲۰۳.
- [doi: 10.22111/gdij.2020.5191](https://doi.org/10.22111/gdij.2020.5191)
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۹۴). ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی در ایران، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۴، شماره ۱۲. صفحات ۹۲-۷۲.
- https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1056_ef9acef882414d81ecf634d73e4dbe3e.pdf
- رحیمی، محمد؛ فاطمه پازند (۱۳۹۵). الگوی گردشگری خلاق شهری در ایران با استفاده از مدل تحلیلی سلسله مراتبی، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی. دوره ۶، شماره ۳. صفحات ۱۲۴-۹۷.
- <https://www.sid.ir/paper/223425/fa>
- زنگنه شهرکی، سعید؛ باقر فتوحی‌مهربانی؛ محمد پوراکرمی؛ محمدرضا سلیمانزاده (۱۳۹۵). تحلیل قابلیت‌ها و جایگاه شهر تهران از نظر تحقق مفهوم شهر خلاق در مقایسه با سایر شهرهای دنیا، جغرافیا و توسعه فضای شهری. دوره ۳، شماره ۲. صفحات ۸۵-۶۹.
- [doi: 10.22067/gusd.v3i2.50492](https://doi.org/10.22067/gusd.v3i2.50492)
- شجاعی‌فرد، علی (۱۳۹۸). توانمندسازی و ایجاد کارآفرینی روستایی در محیط‌های کسب و کار کوچک (مورد: دهستان آیسین-شهرستان بندرعباس)، فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای. دوره ۹، شماره ۳۶. صفحات ۱۹۶-۱۸۵.
- [20.1001.1.22516735.1398.9.36.12.1](https://doi.org/10.1001.1.22516735.1398.9.36.12.1)
- شفیعی‌ثابت، ناصر؛ صدیقه حسینی‌حاصل؛ مهناز رهبری (۱۳۹۸). سنجش مدیریت روستایی، توانمندسازی ذینفعان محلی و تحولات کالبدی سکونتگاه‌های روستایی، مطالعه موردی: استان سمنان، مسکن و محیط روستا. دوره ۳۸، شماره ۱۶۵. صفحات ۱۲۹-۱۱۳.
- <http://jhre.ir/article-۱۶۸۸-۱-fa.html>

شمس‌الدینی، علی؛ صفیه حاضری؛ بهرام زینلی؛ زهرا آربونی (۱۳۹۶). سنجش میزان رضایت‌مندی گردشگران از محصول توریسم با استفاده از مدل HOLSAT (مطالعه موردی: روستای کندوان)، فصلنامه مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی. دوره ۱۲. شماره ۳. صفحات ۶۷۹-۶۵۹.

<https://ensani.ir/file/download/article/650e791cbf9f9-10690-1400-335.pdf>

صالحی‌چگنی، مجتبی؛ مهدی رحیمیان؛ سعید غلامرضایی (۱۳۹۷). واکاوی راه‌کارهای صندوق‌های اعتباری خرد در توانمندسازی زنان روستایی (مورد مطالعه: استان لرستان)، تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران. دوره ۴۹. شماره ۴. صفحات ۶۸۷-۶۷۵. doi: 10.22059/ijaedr.2018.251895.668561

صادق‌لو، طاهره؛ مرضیه سجاسی‌قیداری (۱۳۹۷). تحلیل اثرات پرداخت نقدی یارانه‌ها بر توانمندسازی گروه‌های هدف روستایی (مطالعه موردی: روستاییان عضو کمیته امداد امام خمینی (ره) و سازمان بهزیستی شهرستان خدابنده)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی. دوره ۵۰. شماره ۱. صفحات ۱۸۰-۱۶۳.

[doi: 10.22059/jhgr.2016.59392](https://doi.org/10.22059/jhgr.2016.59392)

عربخانی، اسداله؛ سیدمحمد سیدمیرزایی؛ علیرضا کلدی (۱۳۹۸). تحلیل توانمندسازی زنان روستایی در تولید مصنوعات صنایع دستی، مورد مطالعه دهستان عشق‌آباد شهرستان نیشابور، مطالعات هنر اسلامی. دوره ۱۵. شماره ۳۶. صفحات ۳۹۳-۳۶۹.

[doi: 10.22034/ias.2020.106461](https://doi.org/10.22034/ias.2020.106461)

عینالی، جمشید؛ بهروز محمدی‌یگانه؛ حسن قاسملو (۱۳۹۸). نقش گردشگری خلاق در توسعه پایدار مناطق روستایی (مطالعه موردی روستاهای تاریخی- فرهنگی شمال غرب کشور)، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی. دوره ۸. شماره ۲. صفحات ۳۹-۱۹.

[doi: 10.22067/jrrp.v8i2.67441](https://doi.org/10.22067/jrrp.v8i2.67441)

فاضل‌نیا، غریب؛ صالح هدایتی (۱۳۸۹). راهبردهای مناسب برای توسعه گردشگری دریاچه زریوار، مجله جغرافیا و توسعه. دوره ۸. شماره ۱۹. صفحات ۱۷۰-۱۴۵.

[doi: 10.22111/gdij.2010.1113](https://doi.org/10.22111/gdij.2010.1113)

قادری، اسماعیل؛ سیدمجتبی محمودزاده؛ سیدعلی حسینی؛ مرضیه فیروزفر (۱۴۰۱). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های بخش عرضه گردشگری خلاق (مورد مطالعه: شهرمشهد به‌عنوان شهرجهانی گهرسنگ‌ها)، جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای. دوره ۲۰. شماره ۱. صفحات ۱۵۳-۱۱۹.

[doi: 10.22067/jgrd.2022.77534.1172](https://doi.org/10.22067/jgrd.2022.77534.1172)

قربانی، مهدی؛ احمد حاج‌علیزاده؛ مسعود حیدروند (۱۳۹۸). تأثیر ابعاد توانمندسازی و نقش میانجیگری خودکارآمدی بر تمایل به راه‌اندازی کسب و کار پایدار روستایی، پژوهش‌های روستائی. دوره ۱۰. شماره ۳. صفحات ۴۵۱-۴۳۸.

[doi: 10.22059/jrur.2019.278686.1349](https://doi.org/10.22059/jrur.2019.278686.1349)

قنبری، یوسف؛ راضیه رحیمی؛ حمید برقی (۱۴۰۰). مدل میزبانی روستاییان در گردشگری خلاق: روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان، جغرافیا و برنامه‌ریزی. دوره ۲۵. شماره ۷۵. صفحات ۲۰۵-۱۹۳.

[doi: 10.22034/gp.2021.12788](https://doi.org/10.22034/gp.2021.12788)

محمدی، علی؛ معصومه محرر؛ محمدصادق باباخانی فرد (۱۳۹۵). آرایه مدل امکان سنجی محصولات گردشگری خلاق در چارچوب کارت امتیازی متوازن. گردشگری و توسعه. دوره ۵. شماره ۲. صفحات ۳۴-۱۷.

[doi: 10.22034/jtd.2020.110392](https://doi.org/10.22034/jtd.2020.110392)

محمدی، مصطفی؛ سیدمحمد میرتقیان‌رودسری (۱۳۹۵). مدل‌سازی محصول خلاق گردشگری: بسط مدل ۴پی (افراد، فرآیند، مکان و محصول)، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. دوره ۵. شماره ۱۸. صفحات ۲۰۱-۱۷۹.

میرزاخانی، کریم (۱۳۹۹). مطالعه جامعه‌شناختی راهکارهای توانمندسازی زنان روستایی و عشایر، رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری. دوره ۴. شماره ۱۴. صفحات ۱۵-۱.

<https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/549>

مهدیان بهنمیری، معصومه؛ مسعود تقوایی (۱۴۰۱). تحلیل پراکنش فضایی بر خورداری از ابعاد عملگرهای گردشگری خلاق (مطالعه موردی شهرستان‌های استان گلستان)، جغرافیا و برنامه‌ریزی. دوره ۲۶. شماره ۸۲. صفحات ۲۴۹-۲۲۷.

[doi: 10.22034/gp.2021.47449.2881](https://doi.org/10.22034/gp.2021.47449.2881)

نژادابراهیمی، احد؛ محمدجواد حیدری؛ محمدعلی کی‌نژاد (۱۴۰۰). رتبه‌بندی مناطق شهر زنجان با استفاده از شاخص‌های بومی‌سازی شده شهر خلاق، فصلنامه علمی و پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی. دوره ۱۳. شماره ۳. صفحات ۱۰۸-۸۸.

[20.1001.1.66972251.1400.13.3.5.8](https://doi.org/10.1001.1.66972251.1400.13.3.5.8)

References

- Ali, F., Ryu, K & Hussain, K (2016). Influence of experiences on memories, satisfaction and behavioral, Vol. 12, 5-18.
DOI: [10.1080/010548408.2015.1038418](https://doi.org/10.1080/010548408.2015.1038418)
- Ardhala, A. D., Santoso, E. B., & Sulistyarso, H (2016). Influence factors on the development of creative industry as tourism destination (Case Study: Footwear Village in Mojokerto City). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 227, 671-679.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.131>
- Chen, C. F., & Chou, S. H (2019). Antecedents and consequences of perceived coolness for Generation Y in the context of creative tourism-A case study of the Pier 2 Art Center in Taiwan. *Tourism Management*, 72, 121-129.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.016>
- Cherim, S. M, Jola, G. R, Khodadadi, M (2017). Investigating the role of tourism in the social empowerment of women in villages integrated into the city (case study: Shush city, Khuzestan province) *Specialized Scientific Quarterly of Tourism Research and Sustainable Development*, year First, number one summer 2017
- Comunian, R., & England, L (2020). Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends*, 29(2), 112-128.
<https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1770577>
- Fahmi, F.Z., Koster, S., & Dijk, J.V (2016). The location of creative industries in a developing country: The case of Indonesia, *Cities*, 59, 66-79.
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2016.06.005>
- Florida, R (2002). *The rise of the creative class* (Vol. 9). New York: Basic books.
<https://ris.utwente.nl/ws/files/6460954/Hospers06book.pdf>
- Forney, J' (2021). Farmers 'empowerment and learning processes in accountability practices: An assemblage perspective. *Journal of Rural Studies*. Vol .86. 673-683.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.05.021>
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O (2012). Community-based tourism: An exploration of the concept (s) from a political perspective. *Tourism Review International*, 16(1), 29-43.
<https://doi.org/10.3727/154427212X13431568321500>
- Gkartzios, M., & Lowe, P (2019). Revisiting neo-endogenous rural development. *The Routledge companion to rural planning*, 159-169.
<https://doi.org/10.4324/9781315102375>
- 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.
DOI: [10.4324/9781315102375-17](https://doi.org/10.4324/9781315102375-17)
- Lee, A. H (2012). *The Creative Food Economy and Culinary Tourism through Place Branding: Terroir into a Creative and Environmentally Friendly Taste of a Place*.
<http://hdl.handle.net/10012/6616>

- Majokweni, Z. Pilela, M. Joseph J (2021). Gender and Rural Vitality: Empowerment through Women's Community Groups. *Journal of Rural Sociology*. Online published. 1-25.
[DOI: 10.1111/ruso.12379](https://doi.org/10.1111/ruso.12379)
- Mbaiwaa, J.E. and Stronzab, A (2010). The effects of tourism development on rural livelihoods in the Okavango Delta, Botswana, *Journal of Sustainable Tourism*, 18(5): 635-656.
[DOI: 10.1080/09669581003653500](https://doi.org/10.1080/09669581003653500)
- Mill, R. C. & A. M. Morrison (1992). *The Tourism system: an introductory Text*, 2nded. Prentice Hall, New Jersey, 1-31.
[1130000796399536256](https://doi.org/10.1130000796399536256)
- 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.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1437714>
- Sarantou, M., Kugapi, O., & Huhmarniemi, M (2021). Context mapping for creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 86, 103064.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103064>
- Stipanovic, C., & Rudan, E (2014). Development concept and strategy for creative tourism of the Kvarner destination. In *Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry* (p. 507). University of Rijeka, Faculty of Tourism & Hospitality Management.
- 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.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002>
- Rossa, David (2019). Participative co-creation of archaeological heritage: Case insights on creative tourism in Alentejo, Portugal, *Annals of Tourism Research*, www.sciencedirect.com, Volume 79, November 2019, 102790.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102790>
- Sangchumnong, A (2018). Development of a sustainable tourist destination based on the creative economy: Case study of Klong Kone Mangrove Community, Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*.
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>
- Sleuwaegen, L. and Boiardi, P (2014). Creativity and regional innovation: Evidence from EU regions, *Research Policy*, 43(9): 1508-1522.
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.03.014>
- Wang, Jia, Huang, Xijia, Gong, Zhiqiang, Cao, Kaiying (2020). Dynamic assessment of tourism carrying capacity and its impacts on tourism economic growth in urban tourism destinations in China, *Journal of Destination Marketing & Management* 15, 100383.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.1>
- Zampetakis, L. A., & Moustakis, V (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2, 413-428.
[DOI: 10.1007/s11365-006-0006-z](https://doi.org/10.1007/s11365-006-0006-z)
- Zhang, Y., & Xie, P. F (2019). Motivational determinates of creative tourism: a case study of Albergue art space in Macau. *Current Issues in Tourism*, 22 (20), 2538-2549.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1517733>