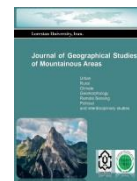




Lorestan University

Online ISSN: 2717-2325

Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas

journal homepage: <http://www.gsma.lu.ac.ir>

Research Paper

Identifying the Set of Indicators (Economic Sustainability) Affected by Creative Tourism (Case study: City of Kalibar)

Ali Delaviz^a, Simin Armağan^{b,*}, Mahmoud Reza Anvari^c

^a Ph.D. Student, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Humanities, Zahedan Branch, Islamic Azad University, Zahedan, Iran

^b Assistant Professor of Geography and Rural Planning Department, Faculty of Humanities, Yadegar-e-Imam khomeini (RAH) Shahre Rey Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

^c Assistant Professor, Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Humanities, Zahedan Branch, Islamic Azad University, Zahedan, Iran

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 31 January 2022;

Accepted: 31 July 2022

Available online 1 September 2022

Keywords:

Indicators of Economic Sustainability, Creative Tourism, Development, City of Kalibar

ABSTRACT

Today, development planners and policy makers refer to tourism as a key element of development. In this regard, creative tourism with principled planning can play an effective role in urban development, diversification of the economy and, consequently, economic development of cities. Therefore, the purpose of this study is to identify a set of effective indicators of economic sustainability of creative tourism in the city of Kalibar. This research was interview and survey in terms of basic and applied purpose and with qualitative and quantitative method and in terms of nature and method of research. The required data were collected by Delphi, documentary and field methods (questionnaire). In order to analyze the data, Delphi method and Pearson factor analysis and correlation tests were used. Based on the interview using Delphi method, 3 final dimensions (economic justice, economic stability and economic welfare) with 23 semantic units were extracted. The results of factor analysis in order to affect each of the dimensions of economic sustainability of creative tourism in the city of Kalibar showed, respectively, the dimensions of economic well-being with the amount (25.34), economic stability with the amount (21.22), economic justice with the amount (16.33), They have the most and the least amount of influence from creative tourism. Finally, the results of the correlation test between the indicators of creative tourism and sustainable economic development show a significant and positive relationship between these two variables at the significant level (0.000).

1. Introduction

Today, the tourism industry is known as the world's largest service industry in terms of revenue generation and is one of the most important sectors of the global economy, which is very effective in the growth of countries' economies. While its economic benefits include

local communities, it has a significant impact on income inequality in different areas. Today, this industry is so important in the economic and social development of countries that economists have called it an invisible export. Development planners and policy makers refer to tourism as a key element of development. In this regard, creative tourism with principled planning can play

*Corresponding Author.

Email Addresses: delaviz.a.2020@gmail.com (A. Delaviz), s.armağan@yahoo.com (S. Armağan) mr.anvari@iauzah.ac.ir (M.R. Anvari)

To cite this article:

Delaviz, A. Armağan, S. Anvari, M.R (2022), Identifying the set of indicators (economic sustainability) affected by creative tourism (Case study: City of Kalibar). Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas, 3(10), 191-212



Doi:10.52547/gsma.3.2.191

an effective role in urban development, diversification of the economy and, consequently, economic development of cities. The goal of creative tourism is to attract as many tourists as possible by encouraging them to have a deeper understanding of the place they are visiting, which helps to make the local tourism industry dynamic. Creative tourism, which is the basis for more communication between tourists and local communities, as well as the objective experience of the life of different cultures; it seeks to create emotional, spiritual, psychological and social benefits. Therefore, the purpose of this study is to identify a set of effective indicators of economic sustainability of creative tourism in the city of Kalibar.

2. Methodology

This research was interview and survey in terms of basic and applied purpose and with qualitative and quantitative method and in terms of nature and method of research. The required data were collected by Delphi, documentary and field methods (questionnaire). The face validity of the questionnaire was confirmed by experts, and in order to determine the reliability of the questionnaires, Cronbach's alpha statistic was used, and the value (0.87) was obtained for the creative tourism questionnaire. Cronbach's alpha results for the questionnaire indicate acceptable reliability. In the current research, the statistical population was specialists related to the topic of the current research in the department (Urban Planning and Tourism), which was selected as the sample population based on the purposeful sampling of 14 people. Finally, in order to analyze the data, Delphi method and Pearson factor analysis and correlation tests were used.

3. Results

Based on the interview using Delphi method, 3 final dimensions (economic justice, economic stability and economic welfare) with 23 semantic units were extracted. The results of factor analysis in order to affect each of the dimensions of economic sustainability of creative tourism in the city of Kalibar showed, respectively, the dimensions of economic well-being with the amount (25.34), economic stability with the

amount (21.22), economic justice with the amount (16.33), They have the most and the least amount of influence from creative tourism. Finally, the results of the correlation test between the indicators of creative tourism and sustainable economic development show a significant and positive relationship between these two variables at the significant level (0.000).

4. Discussion

The overall results showed that creative tourism can have a positive and significant impact on the economic development of Kalibar and this shows that the indicators of creative tourism can improve the sustainability of the city of Kalibar and, nevertheless, it can be said that dealing with the concept of creative tourism follows all the principles and rules that shape creativity and rejects the past assumptions that see creativity as exclusive to big cities and global levels and with creative elements (people and investment), to lead the city of Kalibar in the direction of creative tourism development. This type of creativity in tourism, which actualizes the assets of the environment, resources and potential forces of people, provides the ground for sustainable economic development. In relation to the importance of the findings obtained in this survey, it can be stated that such results can help the authorities in justifying large investments in the tourism sector of Kalibar city and the people of this city are also aware of the importance of tourism and their behavior accordingly, they will change.

5. Conclusion

According to the results, the city of Kalibar should create mechanisms so that creative thoughts and ideas in the field of tourism can appear more than ever before, which in turn will cause sustainable urban development. Creating a creative environment in the field of tourism is necessary and essential for the economic development of the city of Kalibar. In this way, it seems that the creation of a creative tourism city does not only lead to the development or economic stability of the city, Rather, the process of economic development itself is a matter for the creation of a creative city; But this task does not

seem to be achievable, unless urban planners have a written plan for tourism from the beginning.

[Downloaded from gsma.ltu.ac.ir on 2023-09-21]

[DOR: 20.1001.1.27172325.1401.3.2.12.7]

[DOI: Doi:10.52547/gsama.3.2.141]



دانشگاه لرستان

شاپای الکترونیکی: ۲۳۲۵-۲۷۱۷

فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی

http://www.gsma.lu.ac.ir



مقاله پژوهشی

شناسایی مجموعه شاخص‌های (پایداری اقتصادی) تاثیرپذیر از گردشگری خلاق (مورد مطالعه: شهر کلیبر)

علی دلاویز^۱؛ سیمین ارمغان^{۲*}؛ محمودرضا انوری^۳

^۱ دانشجوی دکتری گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران.

^{۲*} استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

^۳ استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۱/۱۱	امروزه برنامه‌ریزان و سیاستگذاران توسعه، از گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه یاد می‌کنند و در همین ارتباط گردشگری خلاق با برنامه‌ریزی اصولی می‌تواند نقش موثری بر توسعه شهرها، تنوع بخشی به اقتصاد و در نتیجه توسعه اقتصادی شهرها گردد. لذا هدف پژوهش حاضر شناسایی مجموعه شاخص‌های تاثیرپذیر پایداری اقتصادی از گردشگری خلاق در شهر کلیبر است. این تحقیق به لحاظ هدف بنیادی و کاربردی و با روش کیفی و کمی و به لحاظ ماهیت و روش تحقیق، مصاحبه‌ای و پیمایشی بود. داده‌های مورد نیاز تحقیق با روش دلفی، اسنادی و میدانی (پرسشنامه) گردآوری شد، به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش دلفی و آزمون‌های تحلیل عاملی و همبستگی پیرسون استفاده شد. بر اساس مصاحبه با استفاده از روش دلفی، ۳ بعد نهایی (عدالت اقتصادی، ثبات اقتصادی و رفاه اقتصادی) با ۲۳ واحد معنایی استخراج شد. نتایج تحلیل عاملی به منظور تاثیرپذیری هر یک از ابعاد پایداری اقتصادی از گردشگری خلاق شهر کلیبر نشان داد، به ترتیب ابعاد رفاه اقتصادی با مقدار (۲۵/۳۴)، ثبات اقتصادی با مقدار (۲۱/۲۲)، عدالت اقتصادی با مقدار (۱۶/۳۳)، بیشترین و کمترین میزان تاثیرپذیری را از گردشگری خلاق به خود اختصاص داده‌اند. در نهایت نتایج آزمون همبستگی بین شاخص‌های گردشگری خلاق و توسعه پایدار اقتصادی گویای ارتباط معنادار و مثبت بین این دو متغیر در سطح معناداری (۰/۰۰۰) می‌باشد.
پذیرش نهایی: ۱۴۰۱/۰۵/۰۹	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۶/۱۰	
واژگان کلیدی: شاخص‌های پایداری اقتصادی، گردشگری خلاق، توسعه شهر کلیبر.	

۱. مقدمه

(Zhang, 2021: 312)، این صنعت امروزه به قدری در توسعه

اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند (Bazrafshan and Bameri, 2018: 167). بر اساس آمار کارشناسان اقتصادی دنیا، صنعت گردشگری از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ از سودآورترین صنایع جهان بوده و حتی از صنعت نفت و اتومبیل هم پیشی گرفته و در شمار سه صنعت عمده جهان به حساب آید (Mousavi et al, 2021: 61). از اینرو گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی سودآور مورد توجه

امروزه صنعت گردشگری بزرگترین صنعت خدماتی جهان از نظر درآمدزایی شناخته شده است (Nargesi et al, 2018: 41, Hassanvand and Khodapanah, 2014: 87) و از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد جهانی است (Voisy, 2018: 93)، که در رشد اقتصاد کشورها بسیار مؤثر است، ضمن آنکه منافع اقتصادی آن شامل جوامع محلی شده (Osman and Sentosa, 2013: 26)، تأثیر قابل توجهی بر نابرابری درآمد در نواحی مختلف دارد

* نویسنده مسئول:

پست الکترونیک نویسندگان: delaviz.a.2020@gmail.com (ع، دلاویز)؛ s.armaqan@yahoo.com (س، ارمغان)؛ mr.anvari@iauzah.ac.ir (م، انوری)

نحوه استنادی به مقاله: دلاویز، علی، ارمغان، سیمین، انوری، محمودرضا (۱۴۰۱). شناسایی مجموعه شاخص‌های (پایداری اقتصادی) تاثیرپذیر از گردشگری خلاق (مورد مطالعه: شهر کلیبر). فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی. سال سوم، شماره ۲ (۱۰)، صص ۲۱۲-۱۹۱.

فرهنگ‌های مختلف می‌باشد؛ به دنبال ایجاد فوائد عاطفی، روحی، روانی و اجتماعی می‌باشد (Aksit Askin, 2014: 787). گردشگری شهری با محوریت خلاقیت، کیفیت زندگی و رفاه شهروندان را تحت تأثیر مستقیم خود قرار داده است (Shaterian et al, 2018: 41). خلاقیت به شهر مقصد گردشگری اجازه می‌دهد تا مزایای رقابتی نسبت به جاهای دیگر پیدا کند. محصولات خلاقانه، کارآفرین‌ها و افرادی را از بخش‌های فرهنگی جذب نماید (Mosayebian Rizi and Mosayebi, 2021: 325). این شیوه‌ی گردشگری، به گردشگر خلاق امکان می‌دهد با دستکاری در محیط پیرامون خود و ادراک عمقی، عاطفی و عملی، اتمسفر مقصد را با ادراک هم‌دانه لمس نماید. لذا می‌توان تعبیر گردشگری پژوهشی را برای گردشگری خلاق به کار برد. میراث ناملموس شامل سنت‌های شفاهی، هنرهای نمایشی، آیین‌ها و رویدادها، دانش و تجربیات مرتبط با طبیعت، جهان و صنایع دستی سنتی است که با مضامین گردشگری خلاق همبستگی بسیاری دارد (Barandagi and Nemati, 2012: 1) در این میان تاریخ ایران، آن را عنوان یکی از قدیمی‌ترین تمدن‌های جهان می‌شناسد، که در نقشه جهانی گردشگری جایگاه منحصر به فردی دارد. ایران با توجه به بهره‌مند بودن از جاذبه‌های جهانگردی بسیار می‌تواند با برنامه‌ریزی در راستای این صنعت از اقتصاد تک محصولی متکی بر نفت فاصله بگیرد. یکی از شهرهای که درای پتانسیل‌ها فراوانی در زمینه رشد و توسعه گردشگری می‌باشد، شهر کلیر در استان آذربایجان شرقی می‌باشد. کلیر در قلب جنگل‌های ارسباران می‌باشد که سالانه پذیرای بسیاری از گردشگران و جهانگردان داخلی و خارجی است. منطقه حفاظت شده ارسباران با وسعت ۷۲ هزار هکتار در کناره‌های جنوبی رود ارس در شهرستان کلیر واقع شده و به عنوان مکان ذخیره بیوسفر در یونسکو به ثبت رسیده است و از ارزش‌های خاص گیاهی و جانوری برخوردار است. برای توصیف این شهر می‌توان گفت که بهشتی کوچک در آذربایجان شرقی است. آثار تاریخی کلیر (از جمله قلعه بابک،

کشورها قرار گرفته است. این پدیده در مدتی کوتاه توانسته ارقام بزرگی از مبادلات جهانی را به خود اختصاص دهد (Hadiani et al, 2012: 112)، تا جایی که توسعه پایدار گردشگری یکی از دغدغه‌های اصلی مدیران و برنامه‌ریزان شده است (Mandića and Kennell, 2021: 46). گردشگری شهری، به عنوان عاملی مهم و پرتوان به منظور توسعه شهرها و کسب درآمد هم برای شهر و هم برای کشور مبدأ شناخته می‌شود. این نقش ضمن کسب درآمد لازم برای شهر، در جهتی دیگر موجب توسعه پایدار می‌شود (Ziari et al, 2017: 56). تمامی مناطق برای ارتقای تصویر مقصد خود و توسعه گردشگری و به دنبال آن توسعه اقتصادی - اجتماعی می‌توانند از گردشگری خلاق به عنوان راهکار استفاده کنند (Zal et al, 2018: 754). تغییرات بنیادین در سمت تقاضا و عرضه گردشگری، همچنین ایجاد الگوهای اقتصاد تجربه و اقتصاد دانش بنیان، در فضای کلان توسعه اقتصادی، گردشگری را به سمت وسوی خلاقیت پیش برده است؛ به طوری که، صاحب نظران را به این باور رسانده که پایداری گردشگری در گردشگری خلاق است (Bagtenagar et al, 2017: 82). لذا گردشگری خلاق مبحثی جدید و مورد توجه در حوزه گردشگری است و نقشی اساسی در رشد و توسعه گردشگری دارد (Bazrafshan and Bameri, 2018: 167). گردشگری خلاق در ادامه گردشگری فرهنگی، باعث تحول این صنعت گردیده است. تکیه بر تجربه گردشگری، مشارکت واقعی (نه مشاهده گر صرف)، گردشگر در موقعیت‌های منحصر به فرد باعث شده است تا این نوع گردشگری بتواند طیف گسترده‌ای از سهم عرضه و تقاضا را در بازار گردشگری به خود اختصاص دهد (Hemmati and Abasi, 2013: 24). هدف گردشگری خلاق، جلب توجه هر چه بیشتر گردشگران از طریق تشویق آنها به درک ژرفتر محل مورد بازدید است که به پویا شدن صنعت گردشگری محلی کمک می‌کند. گردشگری خلاق که زمینه ساز برقراری ارتباط بیشتر بین گردشگران و جوامع محلی و همچنین تجربه عینی زندگی

ارتباط معناداری وجود دارد؟ در باب موضوع مورد پژوهش، تحقیقاتی صورت گرفته است که در ذیل به تعدادی از آنها اشاره خواهد شد.

(Mosayebian Rizi and Mosayebi (2021) در پژوهشی

به تحلیل نقش توسعه گردشگری خلاق شهری در افزایش مشارکت اجتماعی شهروندان، پرداخته‌اند. نتایج حاصله از نظر تأثیرگذاری گردشگری خلاق در افزایش میزان مشارکت اجتماعی اهالی محله در درشت نشان داد که، شاخص ابتکار عمل و نوآوری، انعطاف‌پذیری و پذیرش، رهبری و مدیریت، ریسک‌پذیری و سرمایه اجتماعی تأثیرات متفاوتی در زمینه افزایش مشارکت شهروندان در زمینه های مشارکت مالی، مشارکت ذهنی - معنوی، مشارکت فیزیکی، مشارکت سیاسی و مشارکت ابزاری در سطح محله در درشت اصفهان با توسعه گردشگری خلاق شهری داشته‌اند. (Mousavi et al (2021) در پژوهشی به بررسی تحلیلی بر نقش گردشگران خلاق فرهنگی در جذب گردشگران در شهر اصفهان، پرداخته‌اند یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که ویژگی‌ها و غنای آثار تاریخی؛ فرهنگی؛ اجتماعی؛ علمی؛ صنایع دستی؛ هنری طبیعی و ... از جاذبه‌های گردشگری شهر اصفهان به شمار می‌روند به طوری که گردشگری خلاق فرهنگی بر جذب گردشگران این شهر پرآوازه تأثیر بسیار زیادی دارد. اما دافع‌ها و عدم امکانات مرتبط با صنعت گردشگری خلاق فرهنگی شهر اصفهان نیز موجب کاهش و عدم افزایش ورود گردشگران می‌شود که در کل ضعف امکانات زیربنایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی را در پی دارد. (Fallah Faal and Kiakojoouri (2021) در پژوهشی با عنوان "راهبردهای توسعه گردشگری پایدار و فرصت‌های سرمایه‌گذاری (مورد مطالعه: منطقه آزاد تجاری-صنعتی انزلی)" نشان دادند که با بهره‌برداری از نقاط قوت گردشگری منطقه می‌توان از فرصت‌های محیطی در راستای توسعه گردشگری پایدار حداکثر استفاده را داشت و در حال حاضر، طرح‌های گردشگری منطقه به منظور سرمایه‌گذاری از جایگاه بهتری

قلعه درسی پارک زیبا و جنگلی پایین قلعه بابک، قلعه بند، قلعه پیغام، قلعه کردشت، قلعه آوارسین، قلعه مهجور، قیز قالاسی، کلی بر و ...)، نشانگر فرهنگ و تمدن کهن این دیار است. با توجه به موقعیت جغرافیایی و تنوع غنی زیستی، کلیبر یکی از پتانسیل‌های مهم گردشگری منطقه و استان به شمار می‌رود؛ به طوری که در این شهرستان علاوه بر حیات جانوری متعدد آثار تاریخی و باستانی با چشم اندازها و موقعیت‌های طبیعی، پتانسیل - بالای در جذب گردشگری دارد. لذا با توجه به اینکه این شهرستان توانمندی تبدیل شدن به قطب گردشگری طبیعی و تاریخی را دارد، متأسفانه مورد بی‌مهری و کم توجهی قرار گرفته است. در زمینه معرفی جاذبه‌های گردشگری و سرمایه‌گذاری خصوصی و دولتی کار خاصی صورت نگرفته و حتی در زمینه زیرساخت‌های گردشگری مانند مراکز اقامتی (هتل و بوم‌گردی و...)، با کمبود شدید مواجه می‌باشد، به طوری که با وجود ظرفیت‌های بالا در این بخش ماندگاری مسافر در این شهرستان که در مسیر عبوری میلیون‌ها گردشگر قرار دارد، بسیار اندک است.

در نهایت باید گفت، ایجاد محیطی خلاق در حوزه گردشگری برای توسعه اقتصادی شهر کلیبر لازم و ضروری می‌باشد. به این ترتیب به نظر می‌رسد ایجاد یک شهر خلاق گردشگری نه تنها به توسعه یا پایداری اقتصادی شهر می‌انجامد، بلکه روند توسعه اقتصادی خود امری برای بسترسازی شهر خلاق است؛ اما این مهم دست یافتنی به نظر نمی‌رسد، مگر آن که برنامه‌ریزان شهری از ابتدا برای گردشگری، برنامه‌ای مدون در دست داشته باشند. لذا مسئله اساسی در این تحقیق شناسایی و تحلیل مجموعه شاخص‌های (پایداری اقتصادی) تأثیرپذیر از گردشگری خلاق شهر کلیبر، می‌باشد. لذا پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به سوالات ذیل می‌باشد: مجموعه شاخص‌های (پایداری اقتصادی) تأثیرپذیر از گردشگری خلاق در شهر کلیبر کدامند؟ و کدام یک از اهمیت بیشتری برخوردار است؟ و آیا بین شاخص‌های گردشگری خلاق و توسعه پایدار اقتصادی

روستاها به علت توسعه مناسب زیرساخت های گردشگری و مطرح شدن روستاها به عنوان یک برند و مقصد گردشگری و همچنین برخورداری از منابع خلاق، وضعیت مطلوبی از نظر گردشگری خلاق روستایی دارند. **Panahi and Dadash (2019)** در پژوهشی به بررسی تحلیل نقش شاخص های شهر خلاق در توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی شهر اصفهان)، پرداختند و به این نتایج دست یافتند که شهر اصفهان بر اساس شاخص های تعریف شده فلوریدا و وانولو، پتانسیل زیادی جهت توسعه گردشگری شهری برخوردار است. شاخص های هنر، منظری شهری، سرزندگی فرهنگی، مطبوعیت-های ویژه و شاخص تنوع بیشترین ارتباط را در زمینه توسعه گردشگری شهری دارند. مسئولین و مدیران شهری باید از این پتانسیل جهت جذب گردشگر و توسعه گردشگری شهری استفاده نمایند. در این زمینه بهره گیری از نخبگان شهری، اساتید متخصص، مدیران متفکر می تواند راهگشا باشد. **Zal et al (2018)** در پژوهشی به بررسی گردشگری خلاق، ابزاری برای توسعه شهری (مطالعه موردی: کلان شهر تبریز)، پرداختند و به این نتایج دست یافتند که همه شاخص های مؤثر شامل سرمایه اجتماعی، کیفیت زندگی، استعداد، تجربه خلاق و زیرساخت ها ارتباطی مثبت و مستقیم با رشد و توسعه این گردشگری در کلان شهر تبریز دارند که از میان آنها سرمایه اجتماعی و استعداد خلاق بیشترین اثرگذاری را در گردشگری این شهر خواهند داشت. براساس نظر کارشناسان، در شهر تبریز همه قابلیت های لازم برای جذب طبقه خلاق وجود دارد و شهر در این زمینه نیز موفق بوده است؛ بنابراین می توان آن را به کمک برخی تمهیدات به شهری خلاق تبدیل کرد و اقتصاد آن را ارتقا داد. **Nargesi et al (2018)** در پژوهشی به بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران (۱۳۹۵-۱۳۶۸)، پرداخته اند. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین رشد اقتصادی و گردشگری رابطه مثبت و معنادار و بین رشد اقتصادی و توسعه مالی نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. توسعه مالی همچون گردش مالی راحت

برخوردارند. **Kamangar and Davoodi (2021)** در پژوهشی به بررسی نقش گردشگری بر توسعه مناطق مرزی با تاکید بر منطقه اورامانات استان کرمانشاه، پرداخته اند. نتایج نشان داد بین گردشگری و ایجاد فرصت های شغلی جدید در مناطق مرزی اورامانات، ارتباط بین گردشگری و افزایش درآمد ساکنین مرزی، ارتباط بین گردشگری و توسعه صنایع دستی و بومی منطقه مرزی اورامانات، و ارتباط بین گردشگری و کاهش نرخ بیکاری در منطقه مرزی اورامانات در سطح ۹۹ درصد رابطه معنی دار و تأثیر مثبت وجود دارد. **Saberifar (2020)** در پژوهشی به بررسی نقش گردشگری خلاق در ماندگاری گردشگران و اثر آن بر توسعه اقتصادی شهر بشرویه در خراسان جنوبی، پرداختند. نتایج نشان داد که در شرایط عادی به ازای ورود گردشگران داخلی در مجموع ۱۳۱ نفر بر تعداد شاغلین شهر افزوده شده و تولید شهر نیز از این لحاظ ۵۶۷ میلیارد ریال منفعت به دست می آورد. اما در سال مورد نظر (۱۳۹۸) و با بهره مندی از گردشگری خلاق، این میزان به ترتیب به سطح ۱۶۶ نفر و ۷۰۶ میلیارد ریال افزایش می یابد. **Ahmadzadeh et al (2020)** در پژوهشی به بررسی توسعه گردشگری شهری براساس شاخص های خلاقیت شهری (مطالعه موردی: شهر قزوین)، پرداختند و به این نتایج دست یافتند که شاخص های شاخص هنر، سرزندگی فرهنگی، مطبوعیت های ویژه، و شاخص منظری شهری بیشترین تاثیر را بر توسعه گردشگری شهری شهر قزوین دارند. **Mohammadi et al (2020)** در پژوهشی به بررسی توسعه صنعت گردشگری با رویکرد بازاریابی سولومو، پرداخته اند. یافته های پژوهش نشان می دهد بازاریابی سولومو بر ارزش ویژه برند مقصد گردشگری و نیت رفتاری گردشگران تاثیر مثبت و معنادار دارد، همچنین، ارزش ویژه برند در تاثیرگذاری بازاریابی سولومو بر نیت رفتاری گردشگران، نقش میانجی ایفا می کند. **Einali et al (2019)** در پژوهشی به بررسی نقش گردشگری خلاق در توسعه پایدار مناطق روستایی (مطالعه موردی روستاهای تاریخی-فرهنگی شمال غرب کشور)، پرداختند و به این نتایج دست یافتند که این

است. (Shahbaz et al (2016) رابطه بین توسعه مالی، گردشگری و تجارت را طی سال‌های ۱۹۷۵-۲۰۱۳ برای کشور مالزی مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که رابطه دو طرفه بین این سه متغیر نشان دهنده تاثیر متقابل و مثبت بین آنها و افزایش درآمد و بهبود وضعیت بخش های کلیدی کشور از طریق گردشگری می‌باشد. Kumar et al (2015) در پژوهشی با استفاده از رویکرد ARDL سهم گردشگری را به همراه سایر محرک‌های موثر از جمله توسعه مالی و شهرنشینی در رشد اقتصادی فیجی طی سال‌های ۲۰۰۹-۱۹۸۱ مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان داد به ازای بازده خروجی هر کارگر، گردشگری به میزان ۰/۱۳ درصد افزایش می‌یابد در حالی که توسعه مالی بالاترین سهم را در این افزایش به میزان ۰/۷۱ درصد به ازای هر نفر در بلندمدت دارد. Lee and Lee (2015) پژوهشی با عنوان اولویت‌بندی و استخراج استراتژیک سیاست‌های صنعت گردشگری خلاق در کره با استفاده از AHP، را ارائه دادند. نتایج نشان داد حمایت از سرمایه‌گذاری شرکت‌های متوسط، و کارآفرینان از اولویت‌ها و سیاست‌های بالا است. حفاظت از مالکیت معنوی و سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات نیز مهم هستند. پژوهش نشان می‌دهد که روش AHP قابل اجرای خوبی برای تعیین اولویت‌های سیاست برای صنعت گردشگری دارد. (Tan et al (2014) پژوهشی با عنوان یک طبقه‌بندی از گردشگران خلاق در گردشگری خلاق، را ارائه دادند. یافته‌های این مقاله نشانگر آن است که خود بازار گردشگری خلاق را به وسیله روش شناسی کیو به پنج دسته تقسیم نمودند که عبارتند از: جویندگان تازگی، یادگیرندگان دانش و مهارت، اهمیت دهندگان به رشد همسفران، اهمیت دهندگان به مسائل زیستمحیطی و گردشگران خلاق به دنبال تفریح و آرامش. این تقسیم‌بندی در بخش‌بندی بازار گردشگری خلاق، به نوعی پیشگام محسوب می‌شود اما صحت آن باید در مراکز دیگر گردشگری خلاق نیز تأیید شود. (Tan et al (2013) مدل تجربه خلاق در گردشگری خلاق، را ارائه دادند. یافته‌های

در کشور مبدا و استفاده ساده از ابزارهای مالی در جهت تامین مالی برای گردشگران در رشد این صنعت نقش بسزایی دارد. همان‌گونه که افزایش توسعه مالی سبب رشد اقتصادی می‌گردد، افزایش رشد اقتصادی نیز سبب بهبود زیرساخت‌ها و توسعه صنعت گردشگری می‌شود. (Shafiei et al (2014) در پژوهشی به بررسی اصفهان به عنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری، پرداختند و به این نتایج دست یافتند که اصفهان براساس شاخص‌های تعریف شده توسط یونسکو و نظریه پردازانی نظیر ساساکی، توان مطرح شدن به عنوان یک شهر خلاق صنایع دستی را داراست. پیوستن اصفهان به شبکه شهرهای خلاق یونسکو پیامدهای مثبتی نظیر ارائه یک تصویر منحصر به فرد از شهر و متمایز کردن آن به عنوان یک مقصد گردشگری خلاق و رونق توامان بازار گردشگری و صنایع دستی اصفهان دارد. (Wondirad et al (2021) در پژوهشی به بررسی گردشگری آشپزی به عنوان محرک توسعه اقتصادی منطقه‌ای و احیای فرهنگی اجتماعی در ایالت ملی منطقه آمه‌ار، اتیوپی، پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که برنامه‌ریزی، توسعه و مدیریت مناسب گردشگری آشپزی با تقویت پیوندهای بین بخشی و توانمندسازی جوامع محلی، توسعه اقتصادی و احیای فرهنگی- اجتماعی مقاصد را ارتقاء می‌بخشد. وجود محصولات کشاورزی متنوع همراه با میراث منحصر به فرد غذا نه تنها تجربه بازدیدکنندگان را بهبود می‌بخشد بلکه طول مدت اقامت آنها را نیز افزایش می‌دهد. (Shoshanah B.D (2018) در پژوهشی به بررسی استراتژی‌های شهر خلاق در برنامه‌ی کاری شهری در نیویورک پرداخته است. نتایج نشان داد جاذبه‌های یک شهر هم به‌عنوان یک مقصد گردشگری و هم برای ساکنانش، و فرصت- های فرهنگی بیشمار که یک شهر را به یک شریان حیاتی تبدیل می‌کند. (Rampal (2017) به بررسی رابطه بین گردشگری، توسعه مالی و رشد اقتصادی در هند پرداخته است. نتایج پژوهش وی نشان داده است که گردشگری سبب رشد اقتصادی می‌گردد و با افزایش توسعه مالی رشد اقتصادی و گردشگری افزایش یافته

این مقاله نشانگر آن می‌باشد که فعل و انفعالات بیرونی و بازتاب‌های درونی، سازنده مدل تجربه خلاق گردشگران است. بخش تجربه دربردارنده هوشیاری/آگاهی، نیاز و خالقیت است (همراه زیرمجموعه‌ها) و بررسی‌های انجام شده نشان می‌داد که آگاهی شرط لازم برای ایجاد تجربه خلاق بوده و موجب افتراق آن از سایر تجربیات می‌باشد. (Campbell 2010) در مطالعه‌ای تحت عنوان، گردشگری خلاق برآورنده مزیت رقابتی، مطرح کرد که از نتایج برقراری این گردشگری ایجاد فرصتی جهت افزایش تجارب فرهنگی موجود، فرصتی جهت ارائه تمایز در رقابت با سایرین، فرصت‌هایی برای ارائه تجربه معتبر محلی و گسترش فصول سفر، ارائه منافع اقتصادی اضافی و ارائه تجارب یادگیری می‌باشد.

۲. روش تحقیق

این تحقیق به لحاظ هدف بنیادی و کاربردی و با روش کیفی و کمی و به لحاظ ماهیت و روش تحقیق، مصاحبه‌ای و پیمایشی بود. داده‌های مورد نیاز تحقیق با روش دلفی و اسنادی-پرسشنامه گردآوری شد. قابل ذکر است در بخش کمی پژوهش، ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه بود که با مطالعات از

مقالات مرتبط با پژوهش و منطبق با منطقه مورد مطالعه، شاخص‌ها در قالب سئوالات تدوین و در قالب پرسشنامه منعکس شد. جدول (۱). همچنین روایی صوری پرسشنامه توسط متخصصان تایید شد، و به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها از آماره آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار (۰/۸۷) برای پرسشنامه گردشگری خلاق به دست آمد. نتایج آلفای کرونباخ برای پرسشنامه نشان‌دهنده پایایی قابل قبول است. در تحقیق حاضر جامعه آماری، متخصصان مرتبط با موضوع پژوهش حاضر در بخش (برنامه-ریزی شهری و گردشگری) بودند، که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعدد ۱۴ نفر به عنوان جامعه نمونه انتخاب شد. فرایند تحلیل داده‌ها در دو بخش انجام شد. در ابتدا با استفاده از روش دلفی (مصاحبه با خبرگان) شاخص‌های (پایداری اقتصادی) تاثیرپذیر از گردشگری خلاق در شهر کلبر تعیین شد و در ادامه میزان تاثیرپذیری هر یک از شاخص‌ها با ابعاد و شاخص‌های گردشگری خلاق که از مطالعات کتابخانه‌ای استخراج شده‌اند با استفاده از نرم افزار SPSS (آزمون‌های تحلیل عاملی و همبستگی پیرسون) سنجیده شد.

جدول ۱. ابعاد و شاخص‌های گردشگری خلاق

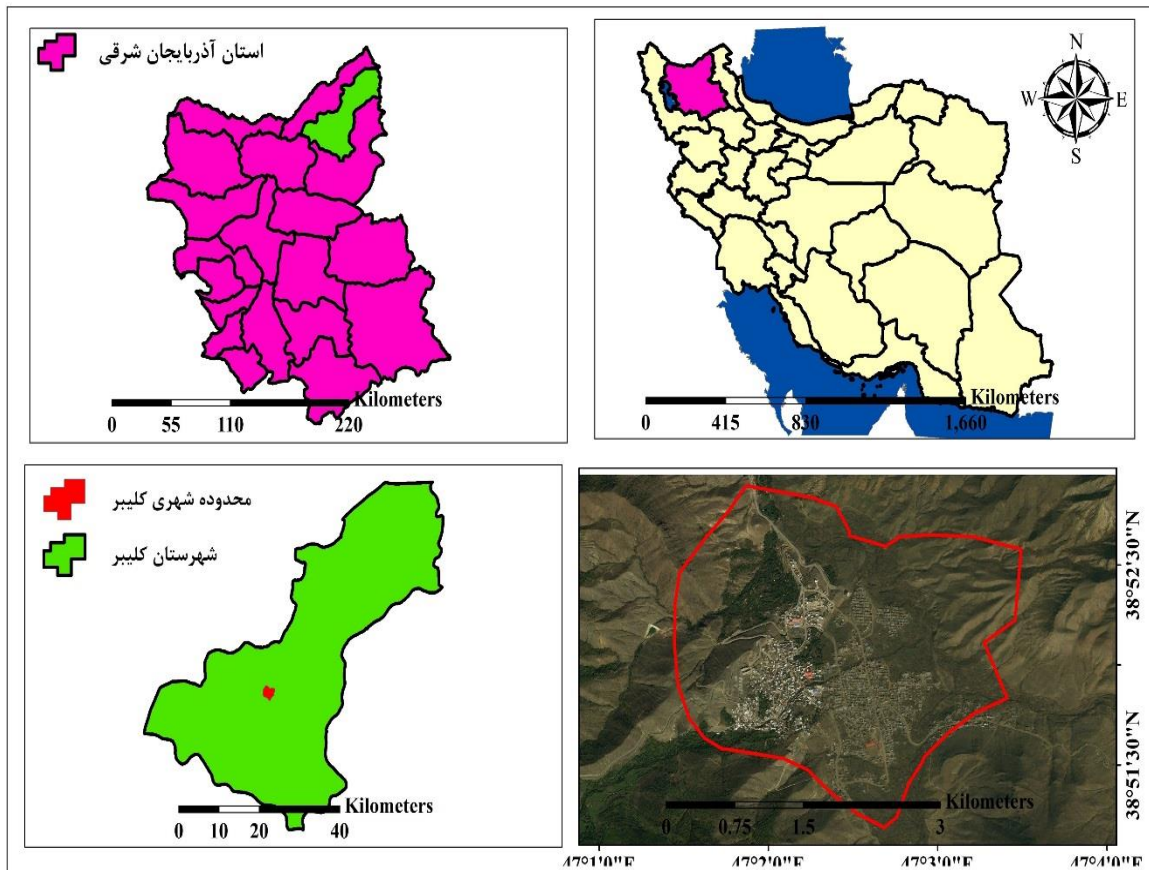
ابعاد	شاخص	ابعاد	شاخص
مقیاس	جمعیت	سرزندگی	وجود مراکز خرید متنوع
	مساحت		وجود مراکز اوقات فراغت
صنایع خلاق	موسیقی	تکنولوژی و ارتباطی	وجود بناهای خاص، مذهبی و فرهنگی
	سینما و تئاتر		دسترسی آسان از اینترنت توسط شهروندان
	ادبیات		دسترسی به کیوسک‌های اطلاع رسانی
سرمایه اجتماعی	اقامتی و پذیرایی	طبقه خلاق	دسترسی مناسب مردم به عابربانک‌ها
	موزه		تعداد شاغلان دارای تحصیلات عالی، دکتری تخصصی، فوق لیسانس...
	مشارکت اجتماعی		تنوع اقوام
	اعتماد اجتماعی		
کیفیت زندگی	امنیت اجتماعی	تنوع اجتماعی	تعداد نیروی کار غیربومی
	آگاهی اجتماعی		تنوع زبان
	وضعیت زیست محیطی		نحوه برخورد با اقلیت‌ها و نژادها
کارایی و اثربخشی	وضعیت اقتصادی	زیرساخت خلاقیت	واحدهای تحقیق و توسعه
	وضعیت کالبدی		تعداد محققان واحدهای تحقیق و توسعه
	کنترل و کاهش ترافیک		تعداد خوشه‌های صنعتی
	گسترش فضای سبز		
	عملکرد شورای شهر		
	جلوگیری از فساد		

منبع: Safair Pour and Jafari, 2021, Zal et al, 2018

کوهستانی است و سراسر پیرامون این شهر را جنگل‌های تنک و مراتع پوشانیده است. شهر کلیبر، بعثت نزدیک بودن به قلعه بابک و قرار گرفتن در کانون ذخیره‌گاه زیست‌کره منطقه ارسباران، در دهه اخیر از نظر گردشگری توسعه چشمگیری یافته است (Statistical yearbook of East Azarbaijan Governorate, 2020).

۱.۲. معرفی محدوده مورد مطالعه

کلیبر یکی از شهرهای استان آذربایجان شرقی و مرکز شهرستان کلیبر است. در دهه پنجاه کلیبر شهر کوچکی بود که کمتر از ۵۰۰۰ نفر جمعیت داشت. این شهر در ۶۳ کیلومتری شمال غرب اهر، ۲۱۰ کیلومتری شمال شرق تبریز و ۸۱۲ کیلومتری شمال غرب تهران واقع شده است. کلیبر دارای آب و هوای معتدل



شکل ۱. موقعیت منطقه مورد مطالعه، منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

اساس تخصص مورد نظر انتخاب می‌نماید. بر همین اساس، در این قسمت از پژوهش، ابتدا لیست بیست نفر از متخصصان در حوزه شهری و گردشگری که صاحب‌نظر بودند انتخاب شدند. پس از اطلاع‌رسانی راجع به موضوع پژوهش و فرایند آن چهارده نفر از این لیست، برای انجام مصاحبه، زمان لازم را در اختیار پژوهشگر قرار دادند. در مرحله اول، مصاحبه‌ای نیمه ساختار یافته ترتیب داده شد. در این مصاحبه‌ها، سعی پژوهشگر بر آن بود که ابتدا رویکرد و نگاه متخصصان را نسبت به شاخص‌های (پایداری اقتصادی) در شهر کلیبر را با تاکید بر گردشگری خلاق را مورد

۳. یافته‌های پژوهش

شناسایی مجموعه شاخص‌های (پایداری اقتصادی) تاثیرپذیر از گردشگری خلاق شهر کلیبر

در این قسمت از پژوهش، به منظور شناسایی مجموعه شاخص‌های (پایداری اقتصادی) تاثیرپذیری از گردشگری خلاق شهر کلیبر، در ابتدا از روش دلفی استفاده شد. در این راستا، انتخاب حلقه صاحب‌نظران بخش بسیار مهمی از روش دلفی است. آگاهی این گروه، از موضوع مورد نظر، تضمین خوبی برای کیفیت بالای نتایج دلفی است. بنابراین حلقه اعضای دلفی در یک پژوهش، بر

چهارده متخصص استخراج شد، و در نهایت کدهای (شاخص-های پایدار اقتصادی) ناشی از گردشگری خلاق تعیین شد. این فرایند در شکل (۱) ارائه شد.

کنکاش قرار داده، در این مرحله حدود ۵۰۰ دقیقه گفت و گو با حلقه ده نفر متخصصان انجام شد. پس از انجام مرحله اول و تحلیل محتوای مصاحبه‌ها، شاخص‌های اقتصادی از نگاه این

کدهای نهایی	کدهای برآمده از مصاحبه
بعد عدالت اقتصادی: (کاهش جمعیت زیر خط فقر، افزایش درآمد سالانه خانوار، افزایش درآمد نسبت به هزینه خانوار، تراکم زبستی، دسترسی به مراکز خدماتی و رفاهی)	کاهش جمعیت زیر خط فقر افزایش درآمد سالانه خانوار افزایش درآمد نسبت به هزینه خانوار تراکم زبستی دسترسی به مراکز خدماتی و رفاهی میزان بهره‌گیری شهروندان از خدمات اعتباری
بعد ثبات اقتصادی: (میزان بهره‌گیری شهروندان از خدمات اعتباری، افزایش تنوع شغلی، تمایل به سرمایه‌گذاری، افزایش پایداری درآمد شهروندان، افزایش جمعیت شاغل در بخش گردشگری، افزایش درآمد از فعالیت‌های بخش گردشگری برای شهروندان، گسترش مراکز مهم تولیدی، رشد سریع بخش خدمات تجاری)	تمایل به سرمایه‌گذاری افزایش پایداری درآمد شهروندان افزایش جمعیت شاغل در بخش گردشگری افزایش درآمد از فعالیت‌های بخش گردشگری برای شهروندان
بعد رفاه اقتصادی: (میزان بهره‌گیری شهروندان از خدمات اعتباری، افزایش تنوع شغلی، تمایل به سرمایه‌گذاری، افزایش پایداری درآمد شهروندان، افزایش جمعیت شاغل در بخش گردشگری، افزایش درآمد از فعالیت‌های بخش گردشگری برای شهروندان، گسترش مراکز مهم تولیدی، رشد سریع بخش خدمات تجاری، افزایش هزینه‌های تفریحی بالا رفتن درصد باسواد شهروندان، بالا رفتن ضریب تکنولوژی مورد استفاده، افزایش میزان مراکز خدماتی و رفاهی، افزایش رضایت شغلی اشتغال مردان و زنان، افزایش راندمان تولید، افزایش پس انداز و تنوع معیشت)	گسترش مراکز مهم تولیدی رشد سریع بخش خدمات تجاری افزایش هزینه‌های تفریحی بالا رفتن درصد باسواد شهروندان بالا رفتن ضریب تکنولوژی مورد استفاده افزایش میزان مراکز خدماتی و رفاهی افزایش رضایت شغلی اشتغال مردان و زنان افزایش راندمان تولید افزایش پس انداز و تنوع معیشت، منابع درآمدی در بخش صنعت، خدمات

شکل ۲. پالایش کدهای برآمده از مصاحبه با متخصصان و استخراج کدهای نهایی، منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

عاملی استفاده شد. هدف آن است که از مجموع شاخص‌های شناسایی شده، شاخص‌های اصلی تاثیرپذیر از گردشگری خلاق در شهرستان کلپور معرفی گردد. در نتایج تحلیل عاملی مقدار KMO، ۰/۶۷، به دست آمد، همچنین مقدار آزمون بارتلت ۷۹/۴۲۲ بدست آمده و نیز آزمون بارتلت در حد بسیار خوبی (۰/۰۰۰) معنی‌دار بود. این امر حاکی از مناسب بودن داده‌ها برای انجام آزمون تحلیل عاملی محسوب شد. نتایج این آزمون در جدول (۲) ارائه شد.

این ۲۳ کد در مرحله دوم تکنیک دلفی، بنا به نظر پژوهشگر و استاد راهنما در ۳ دسته موضوعی (عدالت اقتصادی، ثبات اقتصادی، رفاه اقتصادی) تعیین شد. کدهای به دست آمده همراه با دسته‌های موضوعی با مطالعات، حکمت‌نیا و باقری کشکولی (۱۳۹۸)، کریمیان بستانی و لطیفی‌پور (۱۳۹۷)، نصیری و همکاران (۱۳۹۴)، قربانی و همکاران (۱۴۰۰)، همخوانی و مطابقت دارد.

در ادامه نیز، به منظور تاثیرپذیری هر یک از شاخص‌های (پایداری اقتصادی) از گردشگری خلاق شهر کلپور، از تحلیل

جدول ۲. مقادیر تحلیل عاملی (شاخص‌های پایداری اقتصادی تاثیرپذیر از گردشگری خلاق)

ردیف	ابعاد	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	اول	۳/۵۶۴	۱۳/۳۲۱	۱۳/۳۲۱
۲	دوم	۳/۵۴۱	۱۳/۱۴۶	۲۶/۴۶۷
۳	سوم	۳/۳۸۷	۱۳/۱۶۷	۳۹/۶۳۴

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

جدول ۳. نتایج حاصل از چرخش عامل‌ها به روش وریماکس (شاخص‌های پایداری اقتصادی)

بعد اول		بعد دوم		بعد سوم	
شاخص	بار عاملی	شاخص	بار عاملی	شاخص	بار عاملی
کاهش جمعیت زیر خط فقر	۰/۶۵۴	میزان بهره‌گیری شهروندان از خدمات اعتباری	۰/۵۵۴	افزایش هزینه‌های تفریحی	۰/۵۵۱
افزایش درآمد سالانه خانوار	۰/۵۶۷	افزایش تنوع شغلی	۰/۵۷۸	بالا رفتن درصد باسوادی شهروندان	۰/۵۳۱
افزایش درآمد نسبت به هزینه خانوار	۰/۶۶۶	تمایل به سرمایه‌گذاری	۰/۶۳۲	بالا رفتن ضریب تکنولوژی مورد استفاده	۰/۶۳۱
تراکم زیستی	۰/۶۵۴	افزایش پایداری درآمد شهروندان	۰/۶۹۸	افزایش میزان مراکز خدماتی و رفاهی	۰/۶۷۸
		افزایش جمعیت شاغل در بخش گردشگری	۰/۶۶۵	افزایش رضایت شغلی	۰/۷۶۵
		افزایش درآمد از فعالیت‌های بخش گردشگری برای شهروندان	۰/۶۱۱	اشتغال مردان	۰/۶۶۵
		گسترش مراکز مهم تولیدی	۰/۵۸۷	اشتغال زنان	۰/۵۴۳
دسترسی به مراکز خدماتی و رفاهی	۰/۶۵۴			افزایش راندمان تولید	۰/۶۶۵
				افزایش پس‌انداز واقعی	۰/۶۱۲
		رشد سریع بخش خدمات تجاری	۰/۵۵۶	تنوع معیشت	۰/۵۵۴
				تنوع منابع درآمدی در بخش صنعت	۰/۵۳۲
				تنوع منابع درآمدی در بخش خدمات	۰/۵۹۸

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

جدول ۴. شاخص‌های پایداری اقتصادی تحلیل عاملی

ابعاد	شاخص	بار عاملی
عدالت اقتصادی	کاهش جمعیت زیر خط فقر	۰/۵۵۶
	افزایش درآمد سالانه خانوار	۰/۴۸۹
	افزایش درآمد نسبت به هزینه خانوار	۰/۵۰۰
	تراکم زیستی	۰/۵۶۷
	دسترسی به مراکز خدماتی و رفاهی	۰/۶۷۸
ثبات اقتصادی	میزان بهره‌گیری شهروندان از خدمات اعتباری	۰/۷۳۲
	افزایش تنوع شغلی	۰/۶۵۱
	تمایل به سرمایه‌گذاری	۰/۶۶۵
	افزایش پایداری درآمد شهروندان	۰/۶۵۱
	افزایش جمعیت شاغل در بخش گردشگری	۰/۶۱۲
رفاه اقتصادی	افزایش درآمد از فعالیت‌های بخش گردشگری برای شهروندان	۰/۵۹۸
	گسترش مراکز مهم تولیدی	۰/۷۰۰
	رشد سریع بخش خدمات تجاری	۰/۶۵۱
	افزایش هزینه‌های تفریحی	۰/۵۵۴
	بالا رفتن درصد باسوادی شهروندان	۰/۶۹۰
	بالا رفتن ضریب تکنولوژی مورد استفاده	۰/۷۱۱
	افزایش میزان مراکز خدماتی و رفاهی	۰/۷۴۲
	افزایش رضایت شغلی	۰/۶۲۱
	اشتغال مردان	۰/۷۶۵
	اشتغال زنان	۰/۷۴۳
	افزایش راندمان تولید	۰/۶۳۳
	افزایش پس‌انداز واقعی	۰/۶۴۳
	تنوع معیشت	۰/۶۳۲
	تنوع منابع درآمدی در بخش صنعت	۰/۵۶۴
	تنوع منابع درآمدی در بخش خدمات	۰/۶۱۱

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

ناحیه متغیرهای تاثیرپذیر: متغیرهای بخش خصوصی، بازاریابی، امنیت، زیباسازی و تاسیسات زیربنایی، با تاثیرگذاری پایین و تاثیرپذیری بسیار بالا متغیرهای توسعه گردشگری شهر اردبیل می‌باشند که نسبت به تکامل متغیرهای تاثیرگذار و دووجهی بسیار حساس هستند. این متغیرها، متغیرهای خروجی سیستم هستند.

ناحیه متغیرهای مستقل: متغیرهای تورهای گردشگری، جشنواره‌ها، رویدادهای ورزشی، قیمت خدمات، حفاظت محیط زیست، محدودیت‌های گردشگران خارجی، آداب و رسوم، حمل و نقل، تصویر مثبت گردشگران از مقصد، مراکز خرید، تسهیلات تشویقی، بانک اطلاعات گردشگری، تنوع غذا، اعتماد، جذابیت جاذبه‌ها، آثار فرهنگی و تاریخی، اقلیم، مشارکت، توزیع امکانات و بهداشت عمومی، به عنوان متغیرهای مستقل توسعه گردشگری شهر اردبیل شناسایی می‌شوند. این بدان معناست که این متغیرها از سایر متغیرهای سیستم تاثیر چندانی نپذیرفته و بر آن‌ها نیز تاثیر کمی داشته یا تاثیری ندارند. آن‌ها ارتباط بسیار کمی با سیستم دارند، زیرا نه باعث توقف یک شاخص اصلی و نه باعث تکامل و پیشرفت یک متغیر در سیستم می‌شوند.

ناحیه متغیرهای نامعین/تنظیمی: متغیرهای بودجه، تعدد مراکز تصمیم‌گیری، رسانه‌ها و طرح جامع، از ناحیه ۱

(متغیرهای تاثیرگذار)، متغیرهای تاسیسات زیربنایی، زیباسازی، امنیت و بازاریابی از ناحیه ۳ (متغیرهای تاثیرپذیر) و متغیرهای تورهای گردشگری، جشنواره‌ها، رویدادهای ورزشی، آداب و رسوم، فناوری، محیط زیست و محدودیت‌های گردشگران خارجی از ناحیه ۴ (متغیرهای مستقل)، ۱۵ متغیری هستند که در ناحیه ۵ (متغیرهای نامعین یا تنظیمی) قرار گرفته‌اند که می‌توانند به صورت اهرم ثانویه، اهداف ضعیف و یا شاخص ریسک ثانویه عمل نمایند و در واقع، به عنوان متغیرهایی معرفی شده‌اند که سیستم درباره آنها نمی‌تواند تصمیم‌گیری قطعی داشته باشند. به عبارت دیگر، با توجه به قرارگیری آنها در نواحی مرزی هر یک از چهار ناحیه دیگر، امکان پیوستن این متغیرها در آینده سیستم به یکی از چهار ناحیه دیگر بسیار زیاد است.

همچنین ماتریس تاثیرات متقابل غیرمستقیم حاکی از این است که به ترتیب متغیرهای قوانین گردشگری، رقابت-پذیری، مدیریت تخصصی و خدمات درمانی، به عنوان تاثیرگذارترین متغیرهای غیرمستقیم و متغیرهای رقابت-پذیری، سرمایه‌گذاری، متنوع‌سازی و کیفیت خدمات هم به عنوان تاثیرپذیرترین متغیرها به صورت غیرمستقیم می‌باشند (جدول شماره ۲). شکل شماره ۳ هم موقعیت متغیرهای مورد ارزیابی را در تحلیل تاثیرات غیرمستقیم نشان می‌دهد.

جدول ۳. تاثیر غیرمستقیم متغیرها بر همدیگر

متغیر	تاثیرگذاری		متغیر	تاثیرپذیری		متغیر
	رتبه	امتیاز		رتبه	امتیاز	
تحریم‌های جهانی	۸	۱۳۵۲۹۳	رویدادهای ورزشی	۲۴	۹۰۵۳۲	تاثیرپذیری
تعدد مراکز سیاست‌گذاری	۱۲	۱۱۶۸۳۳	بهداشت عمومی	۳۰	۷۴۹۸۳	تاثیرگذاری
محدودیت‌های گردشگران خارجی	۳۰	۷۶۷۴۸	خدمات درمانی	۲۷	۷۸۸۶۱	متغیر
بانک اطلاعات گردشگری	۱۴	۱۰۹۱۲۲	حس اعتماد گردشگر	۴۱	۵۰۰۲۱	تاثیرپذیری
شرایط آب و هوایی	۳۶	۶۵۷۱۸	قوانین گردشگری	۴۴	۴۹۵۹	تاثیرگذاری
طرح جامع گردشگری	۱۵	۱۰۸۶۸۷	تصویر مثبت گردشگران از مقصد	۳۱	۷۱۸۸۹	متغیر
تاسیسات زیربنایی	۲۸	۸۷۱۵۴	تورهای گردشگری	۱۵	۱۱۴۴۱۸	تاثیرپذیری

۱۲	۱۱۶۳۷۹	۴۱	۵۰۶۳۶	مراکز خرید	۲۳	۹۲۶۲۵	۱۳	۱۱۶۷۹۱	رسانه‌ها
۹	۱۳۹۶۴۶	۲۷	۸۷۳۴۱	امنیت	۴	۱۶۰۷۴۹	۱۸	۱۰۴۴۲۴	کیفیت خدمات رفاهی
۲۲	۹۳۷۶۶	۱۹	۱۰۴۲۷۲	فناوری	۶	۱۴۹۳۶۳	۲۲	۱۰۲۱۳۵	بخش خصوصی
۱۷	۱۱۲۶۰۷	۳۸	۶۰۵۴۱	حمل و نقل	۳۵	۶۷۴۹۳	۲۵	۹۷۳۰۵	آداب و رسوم
۲	۱۹۹۶۹۳	۹	۱۳۲۷۱۳	سرمایه‌گذاری	۱۹	۱۰۹۱۱۲	۲۰	۱۰۴۱۸۰	جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها
۲۸	۷۵۳۶۰	۳۴	۶۹۱۷۱	مشارکت	۱	۲۱۴۶۸۹	۲	۱۷۸۳۷۹	رقابت‌پذیری
۳۲	۷۱۴۴۲	۱۶	۱۰۷۰۲۷	تسهیلات تشویقی	۳	۱۷۲۶۵۵	۵	۱۵۶۶۰۲	متنوع سازی
۸	۱۴۳۹۶۶	۲۱	۱۰۳۹۸۹	بازاریابی	۱۴	۱۱۴۶۷۰	۲۶	۹۴۹۸۵	قیمت خدمات
۳۴	۷۰۰۱۳	۶	۱۵۰۸۱۲	منابع انسانی	۲۶	۸۲۵۶۴	۳۲	۷۱۱۲۲	حفاظت محیط زیست
۷	۱۴۶۴۷۹	۱۰	۱۲۹۹۹۵	تبلیغات	۳۳	۷۱۰۰۲	۳۵	۶۶۳۱۲	جذابیت جاذبه‌ها
۲۱	۱۰۲۹۹۱	۳۷	۶۳۲۰۰	توزیع امکانات	۳۸	۵۷۹۶۵	۴۳	۲۵۸۶۱	تعامل با گردشگران
۵	۱۵۹۴۸۳	۷	۱۴۲۹۱۲	برنامه‌ریزی	۱۱	۱۲۰۷۹۶	۳۳	۷۰۰۶۵	زیباسازی و چشم انداز
۱۳	۱۱۵۶۲۱	۱۱	۱۱۷۶۳۵	بودجه	۱۶	۱۱۴۳۵۶	۳	۱۷۷۴۲۱	مدیریت تخصصی
۴۲	۴۵۴۵۰	۳۱	۷۶۳۹۲	تنوع غذا	۴۳	۲۷۰۵۴	۲۹	۷۷۵۲۴	آثار فرهنگی- مذهبی
۳۹	۵۲۵۳۴	۱۷	۱۰۵۰۵۸	آموزش	۳۶	۶۳۱۵۶	۴۴	۱۲۱۱۹	حفظ و نگهداری جاذبه‌ها

(Source: Authors, 2019)

تسهیلات تشویقی از ناحیه ۱ (متغیرهای تاثیرگذار)،
متغیرهای بودجه و بازاریابی از ناحیه ۲ (متغیرهای
دووجهی)، متغیرهای توره‌های گردشگری، تاسیسات
زیربنایی، قیمت خدمات، امنیت و زیباسازی از ناحیه ۳
(متغیرهای تاثیرپذیر) و متغیرهای محیط زیست، رویدادهای
ورزشی، مشارکت و محدودیت‌های گردشگران خارجی از
ناحیه ۴ (متغیرهای مستقل) ۱۷ متغیری هستند که در ناحیه
متغیرهای نامعین (ناحیه ۵) قرار گرفته‌اند.

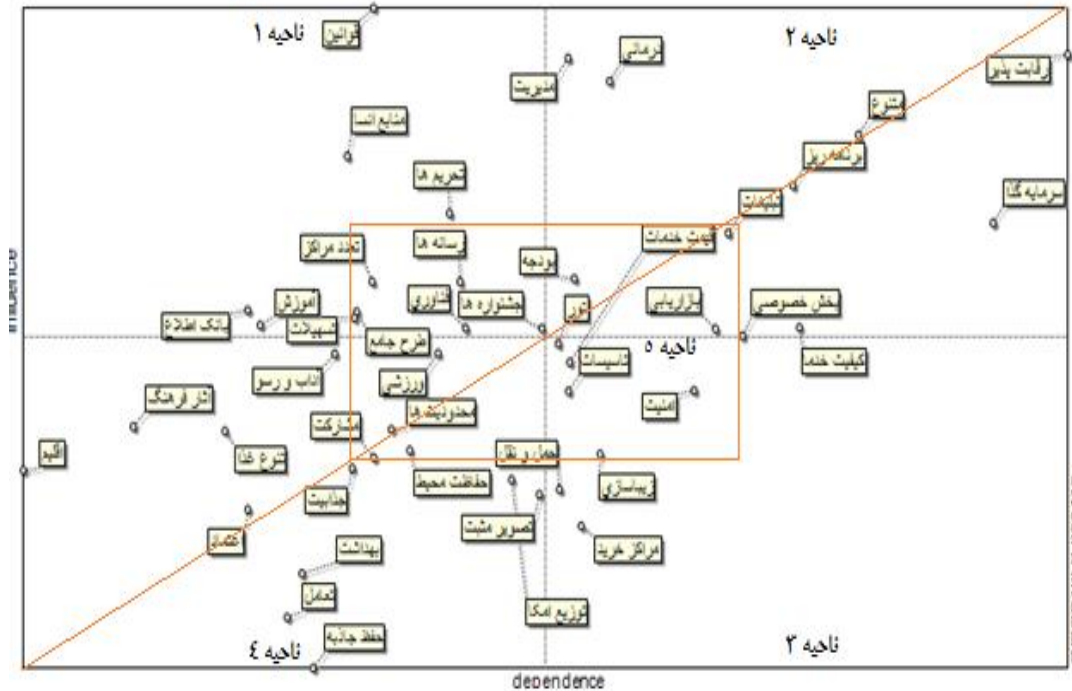
همانگونه که پیش‌تر گفته شد، عناصر بالای نیمساز،
عناصری‌اند که میزان تاثیرگذاری آنها بیشتر از تاثیرپذیری
آنهاست. متغیرهایی که در نواحی اول (ورودی یا کلیدی)
و دوم (حدواسط یا دووجهی)، بالای نیمساز نمودار قرار
می‌گیرند، دارای درجه اهمیت زیاد و قدرت تعیین
کنندگی می‌باشند. لذا مهمترین متغیرهای توسعه گردشگری
شهر اردبیل می‌باشند (جدول شماره ۴).

جدول شماره ۴ در خصوص متغیرهای دارای قدرت
تعیین‌کنندگی با اثرات مستقیم نشان می‌دهد که از بین ۴۴
متغیر پژوهش تعداد ۱۷ متغیر در بالای نیمساز نمودار

بر اساس شکل شماره ۳، متغیرهای قوانین گردشگری،
منابع انسانی، تحریم‌ها، تعدد مراکز تصمیم‌گیری، فناوری،
رسانه‌ها تسهیلات تشویقی، رویدادهای ورزشی، رسانه‌ها،
جشنواره‌ها، آموزش، طرح جامع گردشگری و بانک
اطلاعات گردشگری، ناحیه در ناحیه متغیرهای تاثیرگذار در
روش غیرمستقیم قرار گرفته‌اند. متغیرهای رقابت‌پذیری،
متنوع سازی، خدمات درمانی، برنامه ریزی، بودجه، کیفیت
خدمات، بازاریابی، تبلیغات، مدیریت تخصصی، بخش
خصوصی و سرمایه‌گذاری، در محدوده متغیرهای
دووجهی؛ متغیرهای توره‌های گردشگری، قیمت خدمات،
زیباسازی، تصویر مثبت گردشگران از مقصد گردشگری،
توزیع امکانات، مراکز خرید، امنیت و تاسیسات زیربنایی،
در محدوده متغیرهای تاثیرپذیر؛ متغیرهای آداب و رسوم،
حفاظت محیط زیست، محدودیت‌ها، حمل و نقل، جذابیت،
مشارکت، بهداشت، تعامل، حفظ جاذبه‌ها، اعتماد، تنوع
غذایی، اقلیم و آثار فرهنگی و تاریخی، در محدوده
متغیرهای مستقل و متغیرهای تعدد مراکز تصمیم‌گیری،
رسانه‌ها، فناوری، جشنواره‌ها، طرح جامع گردشگری،

رقابت پذیری، برنامه ریزی، تنوع سازی و بودجه) و ۷ متغیر دیگر هم دارای خالص تاثیرگذاری منفی می باشند. بالاترین رتبه های اثرگذاری مستقیم به متغیرهای قوانین گردشگری، منابع انسانی، خدمات گردشگری، آموزش، مدیریت تخصصی و رقابت پذیری مربوط است.

تاثیرگذاری و تاثیرپذیری مستقیم قرار گرفته اند (۵ متغیر در ناحیه اول، ۸ متغیر در ناحیه دوم و ۴ متغیر در نیمساز بالایی ناحیه پنجم) (شکل شماره ۲) که از این بین ۱۰ متغیر خالص تاثیرگذاری مثبت دارند (قوانین گردشگری، منابع انسانی، خدمات درمانی، آموزش، مدیریت تخصصی، تحریم ها،



شکل ۳. پراکندگی متغیرها و جایگاه آن ها در محور تاثیرگذاری - تاثیرپذیری ماتریس غیرمستقیم (Source: Authors, 2019)

جدول ۴. متغیرهای کلیدی و تعیین کننده توسعه گردشگری شهر اردبیل (در روش مستقیم)

ناحیه	متغیرها	میزان تاثیرگذاری	میزان تاثیرپذیری	خالص تاثیرگذاری (قدرت تعیین کنندگی)	رتبه بندی خالص تاثیرگذاری
ناحیه اول متغیرهای تاثیرگذار	منابع انسانی	۷۱	۲۹	۴۲	۲
	قوانین گردشگری	۸۴	۳۵	۴۹	۱
	فناوری	۳۷	۴۴	-۷	۱۲
	تحریم ها	۵۸	۳۵	۲۳	۶
	آموزش	۴۹	۲۳	۲۶	۴
	رقابت پذیری	۱۰۰	۸۴	۱۶	۷
	متنوع سازی	۷۵	۸۰	۵	۹
ناحیه دوم متغیرهای دووجهی	برنامه ریزی	۷۱	۶۴	۷	۸
	خدمات درمانی	۸۱	۵۵	۲۶	۳
	تبلیغات	۵۸	۶۰	-۲	۱۱
	مدیریت تخصصی	۷۸	۵۴	۲۴	۵
	سرمایه گذاری	۵۶	۹۴	-۳۸	۱۷
	کیفیت خدمات	۴۷	۷۵	-۲۸	۱۶

۱۰	۴	۴۶	۵۰	بودجه	نیمساز بالای ناحیه پنجم
۱۳	-۱۲	۵۳	۴۱	رسانه‌ها	
۱۴	-۱۵	۴۹	۳۴	تعدد مراکز تصمیم‌گیری	ناحیه پنجم
۱۵	-۱۷	۵۰	۳۳	طرح جامع گردشگری	

(Source: Authors, 2019)

تحریم‌ها، رقابت‌پذیری، تنوع‌سازی، فناوری، برنامه‌ریزی، طرح جامع گردشگری، تعدد مراکز تصمیم‌گیری، رسانه‌ها، تسهیلات تشویقی و رویدادهای ورزشی)، ۸ متغیر دیگر هم تاثیرگذاری منفی دارند. بالاترین رتبه‌های اثرگذاری غیرمستقیم هم به متغیرهای منابع انسانی، مدیریت تخصصی، سرمایه‌گذاری، بانک اطلاعات گردشگری و خدمات درمانی مربوط است.

جدول شماره ۵ در خصوص متغیرهای دارای قدرت تعیین‌کنندگی با اثرات غیرمستقیم نشان می‌دهد که از بین ۴۴ متغیر پژوهش تعداد ۲۴ متغیر در بالای نیمساز نمودار تاثیرگذاری و تاثیرپذیری غیرمستقیم قرار گرفته‌اند (۶ متغیر در ناحیه اول، ۹ متغیر در ناحیه دوم و ۸ متغیر هم در نیمساز بالایی ناحیه پنجم) (شکل شماره ۳) که از این بین، ۱۵ متغیر دارای خالص تاثیرگذاری مثبت هستند (منابع انسانی، سرمایه‌گذاری، آموزش، مدیریت تخصصی، خدمات درمانی،

جدول ۵. متغیرهای کلیدی و تعیین‌کننده توسعه گردشگری شهر اردبیل (در روش غیرمستقیم)

رتبه‌بندی خالص تاثیرگذاری	خالص تاثیرگذاری (قدرت تعیین‌کنندگی)	میزان تاثیرپذیری	میزان تاثیرگذاری	متغیرها	ناحیه
۱	۸۰۷۹۹	۷۰۰۱۳	۱۵۰۸۱۲	منابع انسانی	ناحیه اول
۲۳	-۱۱۵۷۱۳	۱۹۱۰۱۱	۷۵۲۹۸	قوانین گردشگری	
۶	۴۴۷۶۱	۹۰۵۳۲	۱۳۵۲۹۳	تحریم‌ها	متغیرهای تاثیرگذار
۷	۴۲۲۱۱	۵۵۲۳۷	۹۷۴۴۸	رویدادهای ورزشی	
۲۲	-۵۲۵۲۴	۱۰۵۰۵۸	۵۲۵۳۴	آموزش	ناحیه دوم
۴	۵۹۱۰۱	۵۰۰۲۱	۱۰۹۱۲۲	بانک اطلاعات گردشگری	
۱۰	۳۶۳۱۰	۱۷۸۳۷۹	۲۱۶۶۸۹	رقابت‌پذیری	ناحیه پنجم
۱۴	۱۶۰۵۳	۱۵۶۶۰۲	۱۷۲۶۵۵	متنوع‌سازی	
۵	۴۸۴۵۱	۱۲۲۶۷۷	۱۷۱۱۲۸	خدمات درمانی	ناحیه پنجم
۱۳	۱۶۵۷۱	۱۴۲۹۱۲	۱۵۹۴۸۳	برنامه‌ریزی	
۲۰	-۱۹۶۸۵	۱۱۴۶۷۰	۹۴۹۸۵	کیفیت خدمات	نیمساز بالای ناحیه پنجم
۱۸	-۱۶۴۸۴	۱۴۶۴۷۹	۱۲۹۹۹۵	تبلیغات	
۳	۶۳۰۶۵	۱۱۴۳۵۶	۱۷۷۴۲۱	مدیریت تخصصی	ناحیه پنجم
۲۱	-۴۷۲۲۸	۱۴۹۳۶۳	۱۰۲۱۳۵	بخش خصوصی	
۲	۶۶۹۸۰	۱۳۲۷۱۳	۱۹۹۶۹۳	سرمایه‌گذاری	ناحیه پنجم
۱۵	۱۰۵۰۶	۹۳۷۶۶	۱۰۴۲۷۲	فناوری	
۱۲	۲۴۱۶۶	۹۲۶۲۵	۱۱۶۷۹۱	رسانه‌ها	ناحیه پنجم
۱۱	۳۵۵۸۵	۷۱۴۴۲	۱۰۷۰۲۷	تسهیلات تشویقی	
۸	۴۱۸۵۰	۷۴۹۸۳	۱۱۶۸۳۳	تعدد مراکز تصمیم‌گیری	ناحیه پنجم
۱۷	-۴۹۳۲	۱۰۹۱۱۲	۱۰۴۱۸۰	جشنواره‌ها	
۹	۳۶۷۹۸	۷۱۸۸۹	۱۰۸۶۸۷	طرح جامع گردشگری	ناحیه پنجم
۱۶	-۲۰۱۴	۱۱۷۶۳۵	۱۱۵۶۲۱	بودجه	
۲۰	-۳۹۹۷۷	۱۴۳۹۶۶	۱۰۳۹۸۹	بازاریابی	

(Source: Authors, 2019)

مطابق نتایج جدول (۵)، همبستگی بین مولفه‌های گردشگری خلاق و توسعه پایدار اقتصادی شهر کلیر با سطح معناداری (۰/۰۰۰)، گویای ارتباط معنادار و مثبت بین این دو متغیر میباشد. مطابق نتایج به دست آمده شاخص‌های سرمایه اجتماعی از جمله مشارکت مهمترین ابزار گردشگری خلاق برای ارتقای توسعه اقتصادی شهری است؛ از این رو می‌توان نتیجه گرفت که بحث مشارکت فعال در میان ساکنان شهری و مهمانان، بخش خصوصی با دولتی و بخش عمومی با بخش‌های دولتی و خصوصی امری ضروری برای ارتقای این شهر در پایداری اقتصادی در ابعاد (عدالت اقتصادی، رفاه اقتصادی، ثبات اقتصادی) است. افزون بر این، ابزار دیگر گردشگری خلاق برای توسعه اقتصادی شهر، طبقه خلاق حاکم در این شهر و میزان قدرت آنها در تمامی امور اقتصادی شهر است. اگر این طبقه در اجرای ایده‌های خود قدرتمند باشند از نوآوری و سرمایه کافی برخوردار باشد، با تشویق مقامات شهری برای حضور موثر در امور اقتصادی شهر می‌توانند شهر را به شهری خلاق تبدیل کنند و در نهایت موجب توسعه اقتصادی آن شوند. بنابراین بر اساس جدول (۵)، چنانچه در این شهر بتوان معیارها و استانداردهای زندگی حاکم در شهر را بر اساس ایده‌آل طبقه خلاق فراهم کرد، می‌توان در زمینه توسعه گردشگری خلاق، به ویژه گردشگری خلاق بهتر عمل کرد که این به نوبه خود می‌تواند در توسعه اقتصادی شهر نیز موثر واقع شود.

۴. بحث و نتیجه‌گیری

کشور ایران دارای توانایی‌های بالقوه عظیمی در زمینه‌های زیست‌محیطی، تاریخی، میراث فرهنگی در زمینه توسعه گردشگر است. اما جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی به تنهایی نمی‌تواند کارساز باشد. لذا باید در حوزه ایجاد، شناخت و توسعه برندی ویژه برای ایجاد

خلاقیت هر منطقه با توجه به ویژگی‌ها و پتانسیل‌های آن کوشش شود. در این میان، برخی از شهرها از جمله شهر کلیر دارای آب و هوای معتدل کوهستانی است و سراسر پیرامون این شهر را جنگل‌های تنک و مراتع پوشانیده است. این شهر به علت نزدیکی بودن به قلعه بابک و قرار گرفتن در کانون ذخیره گاه زیست کره منطقه ارسباران، در دهه اخیر از نظر گردشگری توسعه چشمگیری یافته است. به طوری که در این شهرستان علاوه بر حیات جانوری متعدد آثار تاریخی و باستانی با چشم اندازها و موقعیت‌های طبیعی، پتانسیل - بالای در جذب گردشگری دارد. لذا با توجه به اینکه این شهرستان توانمندی تبدیل شدن به قطب گردشگری طبیعی و تاریخی را دارد، متأسفانه مورد بی‌مهری و کم توجهی قرار گرفته است. در این راستا، پژوهش حاضر به دنبال شناسایی مجموعه شاخص‌های اقتصادی تاثیرپذیر از گردشگری خلاق در شهر کلیر بوده است. بر اساس مصاحبه با متخصصین با استفاده از روش دلفی و تطبیق مصاحبه‌ها با مقالات هم‌راستا با پژوهش، ۳ بعد نهایی (عدالت اقتصادی، ثبات اقتصادی، رفاه اقتصادی) با ۲۳ واحد معنایی استخراج شد. در ادامه نیز نتایج تحلیل عاملی به منظور تاثیرپذیری هر یک از شاخص‌های اقتصادی از گردشگری خلاق شهر کلیر نشان داد، در بعد عدالت اقتصادی شاخص دسترسی به مراکز خدماتی و رفاهی، در بعد ثبات اقتصادی نیز، شاخص میزان بهره‌گیری شهروندان از خدمات اعتباری، در بعد رفاه اقتصادی نیز، شاخص اشتغال مردان، بالاترین مقدار تاثیرپذیری از گردشگری خلاق را به خود اختصاص داده است. همچنین به ترتیب ابعاد (رفاه اقتصادی با مقدار (۲۵/۳۴)، ثبات اقتصادی با مقدار (۲۱/۲۲)، عدالت اقتصادی با مقدار (۱۶/۳۳))، بیشترین و کمترین میزان تاثیرپذیری را از گردشگری خلاق به خود اختصاص داده‌اند، در نهایت نتایج نشان داد که گردشگری خلاق می‌تواند بر توسعه

همچنین از آنجایی که نوآوری و خلاقیت بیشتر از سوی طبقه خلاق ارائه می‌شود محیط شهری کلیبر باید سازوکارهایی ایجاد کند که این تفکرات و ایده‌های خلاق در حوزه گردشگری خلاق بیش از پیش امکان بروز پیدا کند تا در توسعه گردشگری خلاق موثر افتد.

هدایت مردم شهر کلیبر در جهت رسیدن به خلاقیت، اختراع و نوآوری با ارائه دورنمایی از آینده مطلوب گردشگری به نحوی که با تکیه بر دانش و فناوری نوین و همراه با بکارگیری راه‌حل‌های ابتکاری و جدید بتواند زمینه‌ساز پرورش روحیه بلندپروازی در بین ساکنین شهر در راستای راه‌اندازی فعالیت‌های جدید و نقش‌های خلاقانه در جهت توسعه گردشگری خلاق گردد.

تقدیر و سپاسگزاری

بنا به اظهار نویسنده مسئول این مقاله منتج از رساله دکتری علی دلاویز، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زاهدان است و فاقد حامی مالی می‌باشد.

فهرست منابع

- Ahmadzadeh, H., Dadash Pourmoghadam, M., Hazrati, M.H. 2020. Urban tourism development based on urban creativity indicators (case study: Qazvin city). Quarterly journal of tourism research and sustainable development, Vol.3, No.2, Pp.145-156. (in Persian)
- Aksit Asik, N. 2014. Creative Tourism. The Journal of International Social Research, Vol 7, No 31. Pp. 786-6795.
- Bagtenagar, M., Hassni, A., Khakzar Bafroi, M. 2017. Conceptual model of creative tourism. Journal of Tourism and Development, Vol.6, No.2, Pp. 81-108. (in Persian) doi: 10.22034/jtd.2020.110411.
- Barandagi, B., & Nemati, D. 2012. Creative tourism; a way towards development, the first national conference on tourism and nature tourism in Iran. Hamedan. (in Persian)

اقتصادی شهر کلیبر تاثیر مثبت و معناداری داشته باشد. و این نشانگر این است که شاخص‌های گردشگری خلاق می‌تواند زمینه پایداری شهر کلیبر را بهبود بخشد و با این وجود می‌توان اینگونه بیان داشت که پرداختن به مفهوم گردشگری خلاق از تمامی اصول و قواعد شکل‌دهنده به خلاقیت تبعیت می‌کند و پیش‌فرض‌های گذشته که خلاقیت را مختص شهرهای بزرگ و سطوح بزرگ جهانی می‌بینند، رد کند و با عناصر سازنده خلاقیت، انسان و سرمایه‌گذاری) شهر کلیبر را در جهت رشد گردشگری خلاق سوق دهد. این گونه خلاقیت در گردشگری که داشته‌های محیط، منابع و نیروهای بالقوه مردم را به فعلیت می‌رساند، زمینه را برای توسعه پایدار اقتصادی فراهم می‌کند. در ارتباط با اهمیت یافته‌های به دست آمده در این بررسی می‌توان مطرح نمود که چنین نتایجی می‌تواند مسئولین را در توجیه سرمایه‌گذاری‌های کلان در بخش گردشگری شهر کلیبر یاری رسانده و مردم این شهر نیز به جایگاه و اهمیت گردشگری واقف شده و رفتار خود را بر آن اساس، تغییر خواهند داد. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های [Fallah Faal and Kamangar and Davoodi ، Kiakojoouri \(2021\)](#) و [Saberifar \(2020\)](#) و [Nargesi et al \(2018\)](#) هم راستا می‌باشد. در راستای نتایج بدست آمده راهکارهای ذیل نیز پیشنهاد می‌گردد:

یافته‌ها گویای این است که این شهر از استعداد بالایی برای تبدیل شدن به عنوان یک شهر علمی و دانشگاهی، خدماتی و... است. به منظور نیل به این هدف پیشنهاد می‌گردد که از طریق سرمایه‌گذاری و توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، ایده‌های شهروند الکترونیک و گردشگری الکترونیک فراهم گردد تا دسترسی همه گردشگران به ابزارهای خلاقیت را فراهم کند.

- and Techniques, Vol 10. No 1, Pp. 31-55. (in Persian) doi: 20.1001.1.25384090.1400.10.1.2.7.
- Kumar, R.R., Loganathan, N., Patel, A., Kumar, R.D. (2015). Nexus between Tourism Earnings and economic growth: A study of Malaysia. *Quality and Quantity*, Vol 49, No 3. Pp. PP 1101-1120. <https://doi.org/10.1007/s11135-014-0037-4>.
- Lee, H, Lee. J. 2015. Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP. *Procedia Computer Science.* , Vol 55, No 1. Pp. 479-484. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.018>.
- Mandića, A. Kennell, J, 2021. Smart governance for heritage tourism destinations: Contextual factors and destination management organization perspectives. *Tourism Management Perspectives*. Vol.39. July 2021, 100862. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100862>.
- Mohammadi, S., Darzian Azizi, A., & Hadianfar, N. 2020. Development of Tourism Industry with SoLoMo Marketing Approach. *Journal of Tourism Planning and Development*, Vol 9. No 32. Pp. 55-69. (in Persian) doi: 10.22080/jtpd.2020.18085.3214.
- Mosayebian Rizzi, M., & Mosayebi, S. 2021. Analysis of the role of creative tourism development in increasing social participation. *Tourism Management Studies*, Vol 16. No 55. Pp. 319-355. (in Persian) doi: 10.22054/tms.2021.52524.2321.
- Mousavi, S.A., Baik Mohammadi, H., Sarami, H. 2021. An analysis of the role of creative cultural tourists in attracting tourists (case study; Isfahan city). *Geography and environmental studies*, Vol 10. No 37. Pp. 61-78. (in Persian)
- Nargesi, S., Babaki, R., Efati, M. 2018. Investigating the relationship between tourism, economic growth and financial development in Iran (2015-2018), *Financial Economics*, Vol 12, No 44. Pp. 41-68. (in Persian)
- Bazrafshan, J., & Bameri, A. 2018. Study and analysis of the status of creative tourism in Zahedan. *Regional Planning*, Vol.8, No.31, Pp.167-180. (in Persian) doi: 20.1001.1.22516735.1397.8.31.12.4.
- Campbell, C. 2010. *Creative Tourism Providing a Competitive Edge*. Publisher: Visit Britain.
- 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 and Rural Planning*, Vol 8. No 2, Pp. 19-39. (in Persian) doi: 10.22067/jrrp.v8i2.67441.
- Fallah Faal, M., & Kiakojouri, K. 2021. Sustainable Tourism Development Strategies and Investment Opportunities (Case Study: Anzali Free-Trade Industrial Zone). *Journal of Development and Capital*, Vol 6. No 1, Pp. 33-52. (in Persian) doi: 10.22103/jdc.2021.17341.1130.
- Governorate of East Azerbaijan. 20220. *Statistical yearbook of East Azarbaijan Governorate*. (in Persian)
- Hadiani, Z., Ahadnezhad, M., Kazemizad, S., & Ghanbari, H. 2012. Strategic Planning for Tourism Development by SWOT Method (Case Study: Shiraz City). *Geography and Environmental Planning*, Vol 23. No 3. Pp. 111-132. (in Persian) doi: 20.1001.1.20085362.1391.23.3.7.9.
- Hassanvand, S., Khodapanah, M. 2014 The impact of tourism on economic growth in developing countries: two static panel and dynamic panel approaches. *Strategic and macro policies*, Vol 2, No 6. Pp. 87-102. (in Persian)
- Hemmati, R.B Abbasi, B. 2013. *Creative Tourism Entrepreneurship in Rasht*. *Advances in Environmental Biology*, Vol 7, No 8. Pp. 2006-2012.
- Kamangar, S., & Davoodi, A. 2021. The Role of Tourism on the Development of Border Areas of Kermanshah Province (Case Study: Oramanat Region). *Border Science*

- Creative City (Case Study of Kermanshah). Geographical Planning of Space, Vol 9, No 33. Pp. 49-60. (in Persian) doi: 10.30488/gps.2019.100765.
- Shoshanah B.D, S., Miller, G. 2018. Creative city strategies on the municipal agenda in New York, City. Culture and Society, Vol 17, No 3. Pp. 26-37. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2018.08.004>.
- Tan S. K., Luh D. B., Kung S. F. 2014. A taxonomy of creative tourists in creative tourism, Tourism Management, Vol 42, No 1. Pp. 248-259. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.008>.
- Tan, S.K. Kung, Sh.F. Luh, D.B. 2013. A Model of Creative Experience in Creative Tourism. Annals of Tourism Research. , Vol 41, Pp. 153-174. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002>.
- Voisy, H. (2018). The study of Tourism Industry in National Basic Laws of Islamic Republic of Iran. Strategic Studies of public policy, Vol 7, No 25, Pp. 93-112. (in Persian)
- Wondirad, A, Kebete, Y, Li, Y, 2021, Culinary tourism as a driver of regional economic development and socio-cultural revitalization: Evidence from Amhara National Regional State, Ethiopia. Journal of Destination Marketing & Management. Volume 19. March 2021. 100482. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100482>.
- Zal, M.H., Duosti, F., Ramzanzadeh Lesboi, M. 2018. Creative tourism, a tool for urban development (case study: Tabriz metropolis). Journal of urban planning geography research, Vol 6, No 4. Pp. 753-768. (in Persian)
- Zhang, J. 2021. The effects of tourism on income inequality: A meta-analysis of econometrics studies, Journal of Hospitality and Tourism Management, Vol.48, Pp. 312-321. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.07.009>.
- Persian)
20.1001.1.25383833.1397.12.44.3.3.
- Osman, Z. Sentosa, I. 2013. Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism. International Journal of Economics Business and Management Studies, Vol 2, No 1. Pp. 25-37. <https://ssrn.com/abstract=2196815>.
- Panahi, A., Dadash Pourmoghadam, M. 2019 Analysis of the role of creative city indicators in the development of urban tourism (case study of Isfahan city). Shabak journal. Vol 5. No 1. Pp.87-96. (in Persian)
- Rampal, O. 2017. The Relationship between Tourism, Financial Development and Economic Growth in India: Future Business Journal, Vol 3, No 1. Pp. PP 9-22. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.01.003>.
- Saberifar. R. 2020. The Role of Creative Tourism in Tourists Stay and its Impact on Economic Development (Case Study of Boshruyeh in South Khorasan. MJSP, Vol 24. No 4, Pp. 177-207. (in Persian) 20.1001.1.16059689.1399.24.4.2.6.
- Safair Pour M, Jafari Y. 2021. Analysis of the status of creative tourism components in the metropolises of Tabriz as the capital of tourism in Islamic countries. Jgs, Vol 21. No 60. Pp. 107-126. (in Persian) <http://jgs.khu.ac.ir/article-1-3116-fa.html>
- Shafiei, Z., Farkhian, F., Mirqader, L. 2014 Isfahan as a creative handicraft city with a tourism development approach. Geography magazine, Vol 12, No 43. Pp. 251-278. (in Persian)
- Shahbaz, M., Kuma, R. R., Ivanov, S., Loganathan, N. 2016. The Nexus between Tourism Demand and Output Per Capita, with There lative Importance of Trade Openness and Financial Development: A study of Malaysia. Tourism Economics, Vol 23, No 1. Pp. 1-19. <https://doi.org/10.5367/te.2015.050>.
- Shaterian, M., Heidari surshjani, R., & Vrfinejad, J. 2019. Modeling and Effects of Urban Tourism on Quality of Life and

Ziari, K., Jamali, K., Sadeghi, F. 2017. Providing a Sustainable Urban Tourism Model (Case Study: Lahijan City), Journal of urban tourism, Vol 4, No 4. Pp. 55-77 (in Persian) 10.22059/jut.2018.222872.273.