Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas 10 (2022) 191-212

Online ISSN: 2717-2325

Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas

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

Lorestan University

Research Paper

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

Ali Delaviz [a], Simin Armaqan [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 Adresses: delaviz.a.2020@gmail.com (A. Delaviz), s.armaqan@yahoo.com (S. Armaqan) mr.anvari@iauzah.ac.ir (M.R. Anvari)

To cite this article:
Delaviz, A. Armaqan, 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.

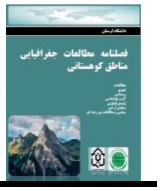
سال سوم، شماره دوم (پیاپی ۱۰)، تابستان ۱۴۰۱، ۱۹۰-۱۶۷.

شاپای الکترونیکی: ۲۳۲۵-۲۷۱۷

فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی

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

دانشگاه لرستان



مقاله پژوهشی

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

علی دلاویز[1]؛ سیمین ارمغان[2*]؛ محمودرضا انوری[3]

[1] دانشجوی دکتری گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری،دانشکده علوم انسانی، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران.

[2*] استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، واحد یادگار امام خمینی(ره) شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

[3] استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان، ایران.

چکیده

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.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله:
۱۴۰۰/۱۱/۱۱

پذیرش نهایی:
۱۴۰۱/۰۵/۰۹

تاریخ انتشار:
۱۴۰۱/۰۶/۱۰

واژگان کلیدی:
شاخص‌های پایداری اقتصادی،
گردشگری خلاق،
توسعه،
شهر کلیبر.

۱. مقدمه

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 (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

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

نحوه استنادهی 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.

Doi:10.52547/gsma.3.2.191

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 عرضهٔ گردشگری، همچنین ایجاد الگوهای اقتصاد تجربه و اقتصاد دانش بنیان، در فضای کلان توسعهٔ 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 مشاهده‌گر 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 تجربهٔ عینی زندگی 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 همدلانه لمس نماید. لذا می‌توان تعبیرگردشگری 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 نقشهٔ 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 کلیبر در استان آذربایجان شرقی می‌باشد. کلیبر 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 کلیبر 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 کلیبر (از جمله قلعه بابک،

قلعه درسی پارک زیبا و جنگلی پایین قلعه بابک، قلعه بذ، 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، متاسفانه 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، به‌طوری‌که 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 می-باشد. 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) تاثیرپذیر از گردشگری خلاق شهر کلیبر، می‌باشد. لذا پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به سوالات ذیل می‌باشد: مجموعه شاخص‌های (پایداری اقتصادی) تاثیرپذیر 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 ارتباط معنادرای 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 دردشت 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 دردشت 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 دافعه‌ها 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 Kiakojouri (2021) در پژوهشی با عنوان "راهبردهای توسعهٔ گردشگری پایدار و فرصت‌های سرمایه‌گذاری (مورد مطالعه: منطقهٔ آزاد تجاری- صنعتی انزلی)" نشان دادند که با بهره‌برداری از نقاط قوت گردشگری منطقه می‌توان از فرصت‌های محیطی در راستای توسعهٔ گردشگری پایدار حداکثر استفاده را داشت و در حال حاضر، طرح‌های گردشگری منطقه به منظور سرمایه‌گذاری از جایگاه بهتری

برخوردارند. Kamangar and Davoodi (2021) در پژوهشی به بررسی نقش گردشگری بر توسعه مناطق مرزی با تاکید بر منطقه اورامانات استان کرمانشاه، پرداخته‌اند. نتایج نشان داد بین گردشگری و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در مناطق مرزی اورامانات، ارتباط بین گردشگری و افزایش درآمد ساکنین مرزی، ارتباط بین گردشگری و توسعه صنایع‌دستی و بومی منطقه مرزی اورامانات، و ارتباط بین گردشگری و کاهش نرخ بیکاری در منطقه مرزی اورامانات در سطح ۹۹ درصد رابطه معنی‌دار و تأثیر مثبت وجود دارد. Saberifar (2020) در پژوهشی به بررسی نقش گردشگری خلاق درماندگاری گردشگران و اثر آن بر توسعهٔ اقتصادی شهر بشرویه در خراسان جنوبی، پرداختند. نتایج نشان داد که در شرایط عادی به‌ازای 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 بهره‌مندی از گردشگری خلاق، این میزان به ترتیب به سطح ۱۶۶نفر و ۷۰۶ میلیارد ریال افزایش می‌یابد. Ahmadzadeh et al (2020) در پژوهشی به بررسی توسعه گردشگری شهری براساس شاخص‌های خلاقیت شهری (مطالعه موردی: شهر قزوین)، پرداختند و به این نتایج دست یافتند که شاخص‌های شاخص هنر، سرزندگی فرهنگی ، مطبوعیت‌های 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، پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بازاریابی سولومو بر ارزش ویژه برند مقصد گردشگری و نیات رفتاری گردشگران تاثیر مثبت و معنادار دارد، همچنین، ارزش ویژه برند در تاثیرگذاری بازاریابی سولومو بر نیات رفتاری گردشگران، نقش میانجی ایفا می‌کند. 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 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 Pourmoghadam (2019) در پژوهشی به بررسی تحلیل نقش شاخص‌های شهر خلاق در توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی شهر اصفهان)، پرداختند و به این نتایج دست یافتند که شهر اصفهان بر اساس شاخص‌های تعریف شده فلوریدا و وانولو، پتانسیل زیادی جهت توسعه گردشگری شهری برخوردار است. شاخص های هنر، منظری شهری، سرزندگی فرهنگی، مطبوعیت-های وِیژه 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 بهره‌گیری از نخبگان شهری، اساتید متخصص، مدیران متفکر می تواند راهگشاه باشد. Zal et al (2018) در پژوهشی به بررسی گردشگری خلاق، ابزاری برای توسعه‌ی شهری (مطالعه ی موردی: کلان شهر تبریز)، پرداختند و به این نتایج دست یافتند که همهٔ شاخص‌های مؤثر شامل سرمایهٔ اجتماعی، کیفیت زندگی، استعداد، تجربهٔ خلاق و زیرساخت ها ارتباطی مثبت و مستقیم با رشد و توسعهٔ این گردشگری در کلان شهر تبریز دارند که از میان آنها سرمایهٔ اجتماعی و استعداد خلاق بیشترین اثرگذاری را در گردشگری این شهر خواهند داشت. براساس نظر کارشناسان، در شهر تبریز همهٔ قابلیت های لازم برای جذب طبقهٔ 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)، پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد 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

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 صفهان براساس شاخص های 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 آمهارا، اتیوپی، پرداخته‌اند. یافته های 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 می بخشد 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 پزداخته 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 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 حالی‌که 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 اولویت ها و سیاست‌های بالا است. حفاظت از مالکیت معنوی و سرمایه گذاری 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

این مقاله نشانگر آن می‌باشد که فعل و انفعلات بیرونی و بازتاب-های درونی، سازنده مدل تجربه خلاق گردشگران است. بخش تجربه دربردارنده هوشیاری/آگاهی، نیاز و خالقیت است (همراه زیرم مجموعه‌ها) 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، شاخص-ها 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 نشان-دهنده 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 کلیبر 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.

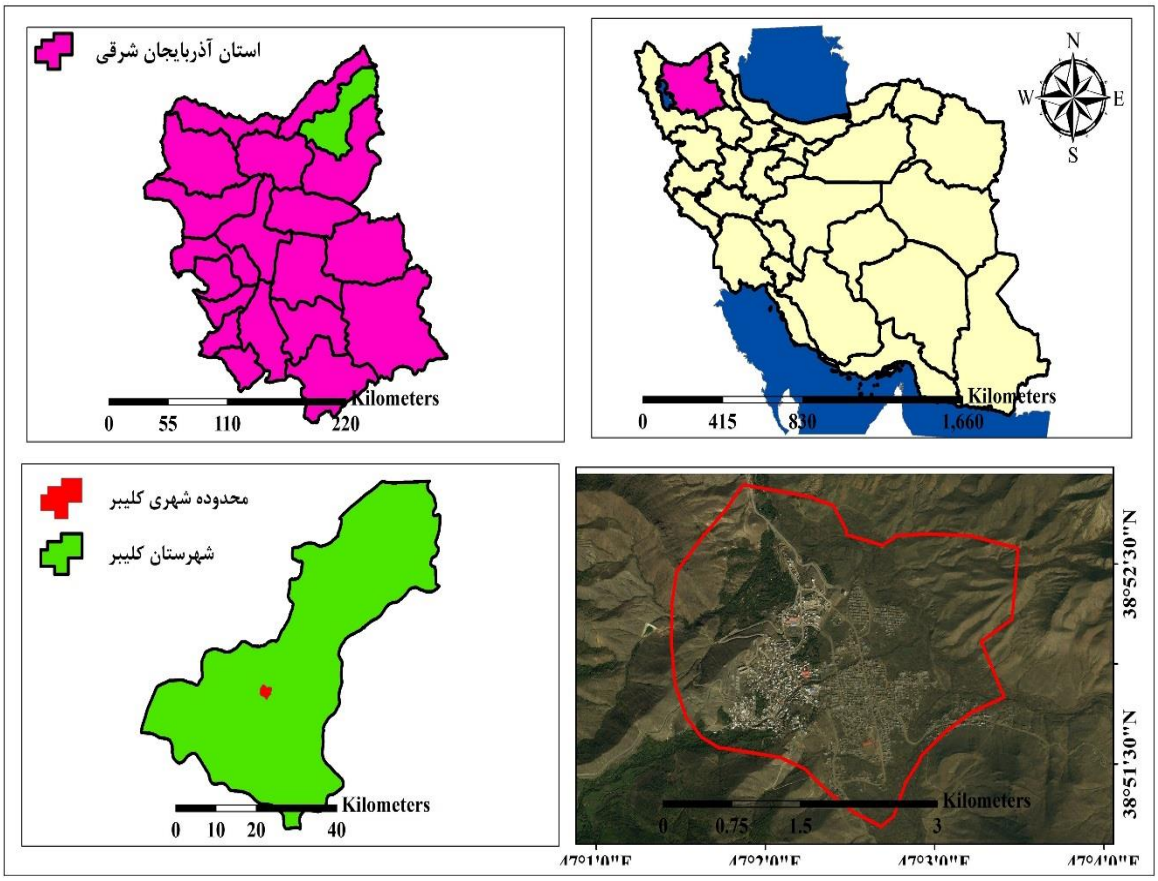
جدول ۱. ابعاد و شاخص‌های گردشگری خلاق

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

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

۲. ۱. معرفی محدوده مورد مطالعه

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



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

۳. یافته‌های پژوهش

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

در این قسمت از پژوهش، به منظور شناسایی مجموعه شاخص-های (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 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

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

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

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 کلیبر، از تحلیل عاملی استفاده شد. هدف آن است که از مجموع شاخص‌های شناسایی شده، شاخص‌های اصلی تاثیرپذیر از گردشگری خلاق در شهرستان کلیبر 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.

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 شهروتدان	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 پایدرای درآمد شهروندان	۰/۶۹۸	افزایش میزان مراکز خدماتی و رفاهی	۰/۶۷۸
دسترسی به مراکز خدماتی و رفاهی	۰/۶۵۴	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
		رشد سریع بخش خدمات تجاری	۰/۵۵۶	افزایش راندمان تولید	۰/۶۶۵
				افزایش پس انداز واقعی	۰/۶۱۲
				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

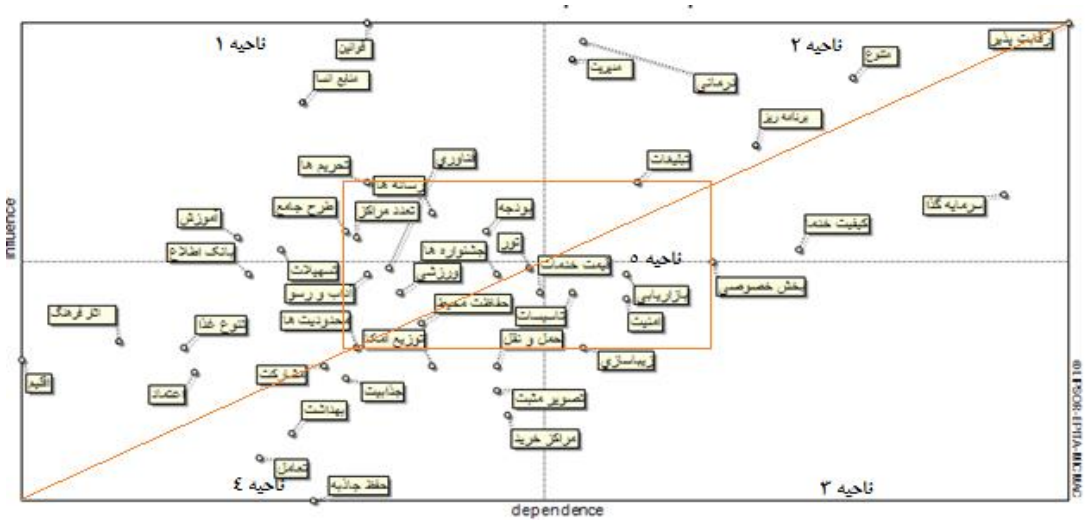
ابعاد	شاخص	بار عاملی
عدالت اقتصادی	کاهش جمعیت زیر خط فقر	۰/۵۵۶
	افزایش درآمد سالانه خانوار	۰/۴۸۹
	افزایش درآمد نسبت به هزینه خانوار	۰/۵۰۰
	تراکم زیستی	۰/۵۶۷
	دسترسی به مراکز خدماتی و رفاهی	۰/۶۷۸
ثبات اقتصادی	میزان بهره‌گیری شهروندان از خدمات اعتباری	۰/۷۳۲
	افزایش تنوع شغلی	۰/۶۵۱
	تمایل به سرمایه‌گذاری	۰/۶۶۵
	افزایش پایدرای درآمد شهروندان	۰/۶۵۱
	افزایش جمعیت شاغل در بخش گردشگری	۰/۶۱۲
	افزایش درآمد از فعالیت‌های بخش گردشگری برای شهروندان	۰/۵۹۸
	گسترش مراکز مهم تولیدی	۰/۷۰۰
	رشد سریع بخش خدمات تجاری	۰/۶۵۱
رفاه اقتصادی	افزایش هزینه‌های تفریحی	۰/۵۵۴
	بالا رفتن درصد باسوادی شهروتدان	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 پس انداز 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

مطابق نتایج به دست آمده جدول (۴)، در بعد عدالت اقتصادی شاخص، شاخص دسترسی به مراکز خدماتی و رفاهی با بار عاملی ۰/۶۷۸، در بعد ثبات اقتصادی نیز، شاخص میزان بهره‌گیری شهروندان از خدمات عتباری با مقدار بار عاملی ۰/۷۳۲، در بعد رفاه اقتصادی نیز، شاخص اشتغال مردان با مقدار بارعاملی ۰/۷۶۵، بالاترین مقدار تاثیرپذیری از گردشگری خلاق را به خود اختصاص داده-اند. همچنین طبق نمودار (۱)، 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 داده-اند.

طبق یافته‌های به دست آمده، یکی از ویژگی‌های بارز گردشگری خلاق در شهر کلیبر، تاثیر مستقیم و یا غیرمستقیمی که می‌تواند در رفاه اقتصادی ساکنین داشته باشد. با توجه به اینکه گردشگری خلاق بیشتر یک فعالیت خدماتی کاربر است، عاملی مناسبی در ایجاد فرصت‌های شغلی برای نیروی کار ساده و بدون تخصص و کارگران نیمه‌ماهر و اشتغال زنان و مردان به شمار می‌رود. هر چند که ایجاد اشتغال هدف اولیه و اصلی گردشگری خلاق در این شهر نیست ولی توسعه آن چرخه‌ای را ایجاد می‌کند که ظرفیت اشتغال را بالا می‌برد. با ورود شهر کلیبر به سمت گردشگری خلاق سه نوع اشتغال ایجاد می‌گردد، اشتغال اولیه: این نوع اشتغال عمدتا در فعالیت‌هایی که برای فراهم آوردن زمینه‌ها و اقدامات قبل از انجام سفر یا در حین مسافرت (مانند فعالیت موسسات گردشگری و اطلاع‌رسانی) به منظور اطلاع بیشتر از ظرفیت‌ها وجود دارد. ۲-اشتغال در تامین نیازها: این نوع اشتغال که سهم عمده‌ای از اشتغال در فعالیت‌های گردشگری را شامل می‌شود، در فعالیت‌هایی است که به طور مستقیم نیازهای روزمره گردشگر را تا زمانی که در مقصد است برطرف ساخته و دامنه وسیعی از فعالیت‌ها در حمل و نقل، هتل‌داری، رستوران و فعالیت‌ها در ارائه هدمات تفریحی و ... را شامل می‌شود. اشتغال غیرمستقیم: این نوع اشتغال نیز که بیشتر با فعالیت‌های تولیدی مرتبط است همزان با سرمایه‌گذاری در گردشگری فراهم می‌آید. فعالیت در احداث هتل‌ها و کلیه فعالیت‌ها قبل از آن، تولید وسایل حمل و نقل (تا جایی که سهم گردشگری را شامل می‌شود) و نیز سهم گردشگری در ایجاد تاسیسات زیربنایی در زمره این نوع اشتغال است.

در گام نهایی میزان همبستگی شاخص‌های گردشگری خلاق و توسعه پایدار اقتصادی، از طریق آزمون ضریب همبستگی پیرسون مورد سنجش قرار داده شد.



شکل ۲. پراکندگی عوامل و جایگاه آن‌ها در محور تاثیرگذاری- تاثیرپذیری ماتریس تاثیرات مستقیم، (Source: Authors, 2019)

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 تاریجی، 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 تصمیم گیری، رسانه ها و طرح جامع، از ناحیه ۱ (متغیرهای تاثیرگذار)، متغیرهای تاسیسات زیربنایی، زیباسازی، امنیت و بازاریابی از ناحیه ۳ (متغیرهای تاثیرپذیر) و متغیرهای تورهای گردشگری، جشنواره ها، رویدادهای ورزشی، آداب و رسوم، فناوری، محیط زیست و محدودیت های گردشگران خارجی از ناحیه ۴ (متغیرهای مستقل)، ۱۵ متغیری هستند که در ناحیه ۵ (متغیرهای نامعیین 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 دربارهٔ آنها نمی‌تواند تصمیم‌گیری قطعی داشته باشند. به عبارت دیگر، با توجه به قرارگیری آنها در نواحی مرزی هر یک از چهار ناحیهٔ دیگر، امکان پیوستن این متغیرها در آیندهٔ سیستم به یکی از چهار ناحیهٔ 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، متنوع سازی و کیفیت خدمات هم به عنوان تاثیرپذیرترین متغیرها به صورت غیرمستقیم می-باشند (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		تاثیرپذیری		متغیر	تاثیرگذاری		تاثیرپذیری	
	امتیاز	رتبه	امتیاز	رتبه		امتیاز	رتبه	امتیاز	رتبه
تحریم‌های جهانی	۱۳۵۲۹۳	۸	۹۰۵۳۲	۲۴	رویدادهای ورزشی	۹۷۴۴۸	۲۴	۵۵۲۳۷	۲۵
تعدد مراکز سیاست‌گذاری	۱۱۶۸۳۳	۱۲	۷۴۹۸۳	۳۰	بهداشت عمومی	۳۷۷۵۶	۴۲	۶۰۹۲۰	۳۷
محدودیت‌های گردشگران خارجی	۷۶۷۴۸	۳۰	۷۸۸۶۱	۲۷	خدمات درمانی	۱۷۱۱۲۸	۴	۱۲۲۶۷۷	۱۰
بانک اطلاعات گردشگری	۱۰۹۱۲۲	۱۴	۵۰۰۲۱	۴۱	حس اعتماد گردشگر	۵۵۱۲۵	۴۰	۵۰۰۵۶	۴۰
شرایط آب و هوایی	۶۵۷۱۸	۳۶	۴۹۵۹	۴۴	قوانین گردشگری	۱۹۱۰۱۱	۱	۷۵۲۹۸	۲۹
طرح جامع گردشگری	۱۰۸۶۸۷	۱۵	۷۱۸۸۹	۳۱	تصویر مثبت گردشگران از مقصد	۵۹۲۰۱	۳۹	۱۰۸۵۸۷	۲۰
تأسیسات زیربنایی	۸۷۱۵۴	۲۸	۱۱۴۴۱۸	۱۵	تورهای گردشگری	۱۰۰۰۱۰	۲۳	۱۱۲۳۵۸	۱۸

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

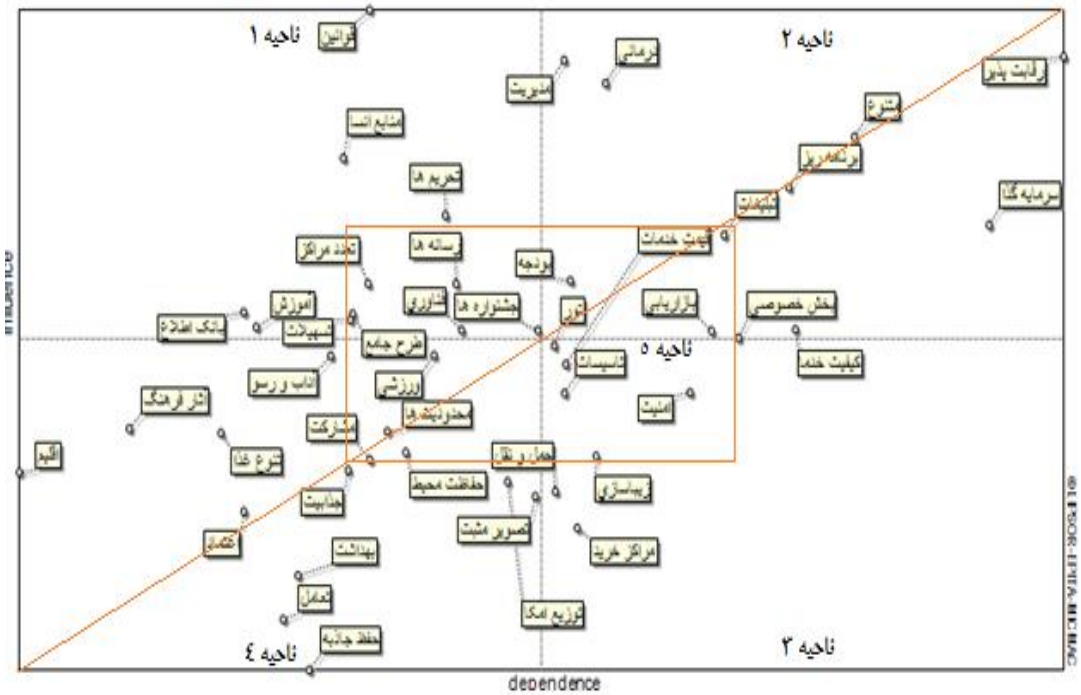
(Source: Authors, 2019)

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 رقابت پذیری، متنوع سازی، خدمات درمانی، برنامه ریزی، بودجه، کیفیت خدمات، بازاریابی، تبلیغات، مدیریت تخصصی، بخش خصوصی و سرمایه گذاری، در محدوده متغیرهای دووجهی؛ متغیرهای تورهای 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 تصمیم گیری، رسانه ها، فناوری، جشنواره ها، طرح جامع گردشگری، تسهیلات تشویقی از ناحیه ۱ (متغیرهای تاثیرگذار)، متغیرهای بودجه و بازاریابی از ناحیه ۲ (متغیرهای دووجهی)، متغیرهای تورهای 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 تأثیرگذاری آنها بیشتر از تأثیرپذیری آنهاست. متغیرهایی که در نواحی اول (ورودی یا کلیدی) و دوم (حدواسط یا دووجهی)، بالای نیمساز نمودار قرار می‌گیرند، دارای درجهٔ اهمیت زیاد و قدرت تعیین کنندگی می‌باشند. لذا مهمترین متغیرهای توسعه گردشگری شهر اردبیل می باشند (جدول شماره ۴).

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

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 مبثت دارند (قوانین گردشگری، منابع انسانی، خدمات درمانی، آموزش، مدیریت تخصصی، تحریم‌ها، رقابت پذیری، برنامه ریزی، تنوع سازی و بودجه) و ۷ متغیر دیگر هم دارای خالص تاثیرگذاری منفی می‌باشند. بالاترین رتبه‌های اثرگذاری مستقیم به متغیرهای قوانین گردشگری، منابع انسانی، خدمات گردشگری، آموزش، مدیریت تخصصی و رقابت‌پذیری مربوط است.



شکل ۳. پراکندگی متغیرها و جایگاه آن‌ها 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)	رتبه‌بندی خالص تاثیرگذاری
ناحیه اول متغیرهای تاثیرگذار	منابع انسانی	۷۱	۲۹	۴۲	۲
	قوانین گردشگری	۸۴	۳۵	۴۹	۱
	فناوری	۳۷	۴۴	-۷	۱۲
	تحریم‌ها	۵۸	۳۵	۲۳	۶
	آموزش	۴۹	۲۳	۲۶	۴
ناحیه دوم متغیرهای دووجهی	رقابت‌پذیری	۱۰۰	۸۴	۱۶	۷
	متنوع‌سازی	۷۵	۸۰	۵	۹
	برنامه ریزی	۷۱	۶۴	۷	۸
	خدمات درمانی	۸۱	۵۵	۲۶	۳
	تبلیغات	۵۸	۶۰	-۲	۱۱
	مدیریت تخصصی	۷۸	۵۴	۲۴	۵
	سرمایه‌گذاری	۵۶	۹۴	-۳۸	۱۷
	کیفیت خدمات	۴۷	۷۵	-۲۸	۱۶

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

(Source: Authors, 2019)

جدول شماره ۵ در خصوص متغیرهای دارای قدرت تعیین کنندگی 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 مبثت هستند (منابع انسانی، سرمایه گذاری، آموزش، مدیریت تخصصی، خدمات درمانی، تحریم‌ها، رقابت پذیری، تنوع سازی، فناوری، برنامه ریزی، 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، سرمایه گذاری، بانک اطلاعات گردشگری و خدمات درمانی مربوط است.

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

ناحیه	متغیرها	میزان تاثیرگذاری	میزان تاثیرپذیری	خالص تاثیرگذاری (قدرت تعیین‌کنندگی)	رتبه‌بندی خالص تاثیرگذاری
ناحیه اول متغیرهای تاثیرگذار	منابع انسانی	۱۵۰۸۱۲	۷۰۰۱۳	۸۰۷۹۹	۱
	قوانین گردشگری	۷۵۲۹۸	۱۹۱۰۱۱	-۱۱۵۷۱۳	۲۳
	تحریم‌ها	۱۳۵۲۹۳	۹۰۵۳۲	۴۴۷۶۱	۶
	رویدادهای ورزشی	۹۷۴۴۸	۵۵۲۳۷	۴۲۲۱۱	۷
	آموزش	۵۲۵۳۴	۱۰۵۰۵۸	-۵۲۵۲۴	۲۲
	بانک اطلاعات گردشگری	۱۰۹۱۲۲	۵۰۰۲۱	۵۹۱۰۱	۴
ناحیه دوم متغیرهای دووجهی	رقابت پذیری	۲۱۴۶۸۹	۱۷۸۳۷۹	۳۶۳۱۰	۱۰
	متنوع سازی	۱۷۲۶۵۵	۱۵۶۶۰۲	۱۶۰۵۳	۱۴
	خدمات درمانی	۱۷۱۱۲۸	۱۲۲۶۷۷	۴۸۴۵۱	۵
	برنامه ریزی	۱۵۹۴۸۳	۱۴۲۹۱۲	۱۶۵۷۱	۱۳
	کیفیت خدمات	۹۴۹۸۵	۱۱۴۶۷۰	-۱۹۶۸۵	۲۰
	تبلیغات	۱۲۹۹۹۵	۱۴۶۴۷۹	-۱۶۴۸۴	۱۸
	مدیریت تخصصی	۱۷۷۴۲۱	۱۱۴۳۵۶	۶۳۰۶۵	۳
	بخش خصوصی	۱۰۲۱۳۵	۱۴۹۳۶۳	-۴۷۲۲۸	۲۱
	سرمایه گذاری	۱۹۹۶۹۳	۱۳۲۷۱۳	۶۶۹۸۰	۲
نیمساز بالای ناحیه پنجم	فناوری	۱۰۴۲۷۲	۹۳۷۶۶	۱۰۵۰۶	۱۵
	رسانه‌ها	۱۱۶۷۹۱	۹۲۶۲۵	۲۴۱۶۶	۱۲
	تسهیلات تشویقی	۱۰۷۰۲۷	۷۱۴۴۲	۳۵۵۸۵	۱۱
	تعدد مراکز تصمیم‌گیری	۱۱۶۸۳۳	۷۴۹۸۳	۴۱۸۵۰	۸
	جشنواره‌ها	۱۰۴۱۸۰	۱۰۹۱۱۲	-۴۹۳۲	۱۷
	طرح جامع گردشگری	۱۰۸۶۸۷	۷۱۸۸۹	۳۶۷۹۸	۹
	بودجه	۱۱۵۶۲۱	۱۱۷۶۳۵	-۲۰۱۴	۱۶
	بازاریابی	۱۰۳۹۸۹	۱۴۳۹۶۶	-۳۹۹۷۷	۲۰

(Source: Authors, 2019)

مطابق نتایج جدول (۵)، همبستگی بین مولفه‌های گردشگری خلاق و توسعه پایدار اقتصادی شهر کلیبر 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 کلیبر دارای آب و هوای معتدل کوهستانی است و سراسر پیرامون این شهر را جنگل‌های تنک و مراتع پوشانیده است. این شهر به علت نزدیک بودن به قلعه بابک و قرار گرفتن در کانون ذخیره‌گاه 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، متاسفانه 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 کلیبر 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 کلیبر 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

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 Kiakojouri (2021)، Kamangar and Davoodi (2021)، 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.

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 developmentdevelopment, 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)

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) 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) 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 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 Rizi, 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

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.