مدیریت شهری
شماره ۵۰ بهار ۱۳۹۷
No.50 Spring 2018
۴۷۱-۴۸۳
زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱/۱۲ زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۳/۲۸

بررسی عوامل مؤثر بر ارتقا و بهبود صنعت گردشگری شهری و آسیب‌شناسی آن در شهرها

مختار یوردخانی* – استادیار دانشگاه پیام نور، پیام نور، ایران.

چکیده

گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین تحرک اجتماعی با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و فضایی متعددی همراه است. بدین جهت، اثربخش کردن هرچه بیش‌تر توسعه گردشگری و ارتقاء پیامدهای مثبت آن، نیازمند شناخت و توجه ویژه به توانمندسازی است. هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل موثر بر توانمندسازی توسعه گردشگری است. این مطالعه از نظر ماهیت «توصیفی- تحلیلی» و از نظر هدف «کاربردی» است. بنابراین با یک برنامه‌ریزی کوتاه مدت و یک برنامه میان‌مدت، شهرهای ایران با دارا بودن مزیت‌های نسبی در شاخص‌های گردشگری خلاقی می‌توانند در راس شبکه شهرهای خلاق و در رتبه برترین کشورهای دارای گردشگری خلاق قرار گیرند. امید است با استفاده از این ظرفیتها و با استوار کردن بنیان‌ها این فضا را مهیا نمود که مقدمات پیوستن چند شهر ایران از جمله اصفهان به عنوان شهر خلاق فرهنگ و هنر، یزد به عنوان شهر خلاق معماری ایرانی و تهران به عنوان شهر خلاق اجتماعی و مشارکت پذیر اجتماعی به جهان گردشگری خلاق پیوند بخورند.

واژگان کلیدی: توریسم، آسیب شناسی، توسعه.

Effective factors on improving and improving the urban tourism industry and its pathology in cities

Abstract

Tourism as the biggest social mobility with cultural, economic and spatial implications. Therefore, making the tourism more effective and improving their positive outcome requires recognition and special attention to empowerment. The aim of this study is to investigate the factors affecting the empowerment of tourism development. This study is based on the nature of "descriptive - analytic" and in terms of the purpose of "applied".

Therefore, with a short - term planning and medium - term planning, the cities of Iran can be ranked at the head of creative cities in the top of the network of creative cities and ranked best among the top creative countries. it is hoped that by using these capacities and with the fundamentals of this space, the preparations for a number of cities of Iran including Isfahan as the creative city of culture and art, Yazd as the creative city of Iranian architecture and Tehran as a creative social and social capital to the world of creative tourism.

key words: tourism, pathology, development.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

*.نویسنده مسئول مکاتبات، شماره تماس: ۰۹۱۲۳۳۲۰۶۰۴، رایانامه: yordkhani22@yahoo.com

پیشگفتار

در قرن بیست و یکم، صنعت گردشگری ابزاری اصلی برای ارتقای کیفیت زندگی است (ضرغام بروجنی و شالبافیان، ۱۳۹۲) و به یکی از نیروهای شکل‌دهنده جهان امروز تبدیل شده است (هیگینس دیسبی ولز[1]، ۲۰۰۸) که دارای مزایای ارتباطی، سیاسی، فرهنگی و تأثیرات بین‌المللی خود است (دهشیری، ۱۳۹٤) صنعت گردشگری با ماهیتی چندبعدی علاوه بر تأمین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده‌ای در سیستم جامعه میزبان می‌شود (اعظمی، جلیلیان و هاشمی امین، ۱۳۹٤) از این رو دولتمردان در تلاشند تا با مهیا سازی و ارزشمند نمودن جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل، فرصت بهره‌مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (روسنتراب[2] و جوو[3] ۲۰۰۹). در مطالعات اخیر مدیریت شهری، گردشگری به عنوان یکی از خلاق‌ترین صنایعی شناخته می‌شود که نه تنها منجر به جذب گردشگران می‌شود بلکه سبب افزایش توسعه اقتصادی می‌شود (اسلوواگن[4] و بویاردی[5]، ۲۰۱٤) کلید موفقیت در صنعت رقابتی گردشگری، تامین تقاضاهای گردشگران از طریق ارایه محصول و خدمات خلاق است (هورنگ[6] و دیگران، ۲۰۱٦ الف). از آن جایی که صنعت گردشگری با تقاضای بیشتر مشتریان، قوانین جدید، جهانی شدن و تأثیر تکنولوژی مواجه است (تاجزاده و خزایی پول ۱۳۹٤، ۱۸۸)، تعجبی ندارد که این صنعت در حلقه خلاقیت ورود نماید (بوون[7]، ۲۰۰۲) استعداد خلاق، مبنایی برای مزیت رقابتی شهرها است و ترکیب مفاهیم خلاقیت و گردشگری برای رشد این چنین استعدادهایی ضرورت می‌یابد (استیونسون[8] و ماتئوس[9] (۲۰۱۳) مطالعات اخیر نشان می‌دهد که روند تفکر خلاق، به مثابهی سیستم حل مسأله (مشکل) برای افراد است (هورنگ و دیگران، ۲۰۱٦ ب).

یکی از اشکال گردشگری که در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ مطرح شده است، "گردشگری خلاق" است که به طور مؤثری جامعه را در جهت نیل به توسعه پیش می‌برد. به نظر می‌رسد که خلاقیت به اکسیری برای طیف گسترده‌ای از مشکلات تبدیل شده است. با توجه به این امر که خلاقیت یک اصل اساسی برای انسان بودن و یک منبع حیاتی برای افراد، جامعه و حیات علم اقتصاد است جوامع خلاق پر جنب و جوش و دارای اماکن انسانی، پرورش دهنده رشد فردی، درخشان در پیشرفت‌های فرهنگی و تکنولوژیکی، تولید کننده شغل و ثروت و پذیرای تنوع شیوه زندگی و فرهنگ هستند (آمارنامه‌های گردشگری سازمان ملل، ۲۰۰۸[10]). توسعه شهرهای خلاق، خوشه‌های خلاق، صنایع خلاق و زمینه خلاق (اسکات[11]، ۲۰۰۷) می‌تواند در خدمت جذب طبقه خلاقی (فلوریدان[12]، ۲۰۰۲) باشد و به طور امیدوار کننده‌ای، اقتصاد را نجات داده، جوامع را به هم پیوند دهد و فرهنگ محلی را احیا کند.

نخستین شخصی که بحث مناطق و شهرهای خلاق را مطرح کرد ریچارد فلوریدا است. او در سال ۲۰۰۲ اولین کتاب خود را تحت عنوان گردشگری خلاق[13] منتشر کرد و پس از آن در سال ۲۰۰۵ کتاب دیگری را برای تقویت موضوعش منتشر کرد. در سال ۲۰۰۷ نیز آلن اسکات با استفاده از ادبیاتی که ریچارد فلوریدا مطرح کرده بود مباحثی را در ارتباط با شهرها و مناطق خلاق پیرامون چگونگی پیشبرد مزیت‌های رقابتی و ظرفیت‌های موجود در شهرها به سمت خلاقیت بیشتر و چگونگی تقویت مزیت‌های رقابتی و ظرفیت‌های خلاقیت زا با استفاده از سیاست‌گذاری‌های منطقه‌ای مطرح ساخت (رحیمی، مرد علی، داها، و فلاح زاده، ۱۳۹۲، ۱۱). در این میان حرکت به سوی گردشگری خلاق و در نهایت کسب جایگاه شهر خلاق می‌تواند فرصتهای بسیار مهمی را در تعاملات شهری، بویژه در عرصه‌های فراملی برای هر مکان شهری مهیا سازد به نحوی که مکانی جذاب برای کار کردن و

1. AHP
2. Rosentraub
3. Joo
4. Sleuwaegen
5. Boiardi
6. Horng
7. Bowen
8. Steven Son
9. Matthews

10. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. was prepared in accord- ance with the decision of the United Nations Statistical Commission
11. Scott
12. Florida
13. Creatiwe turisme

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

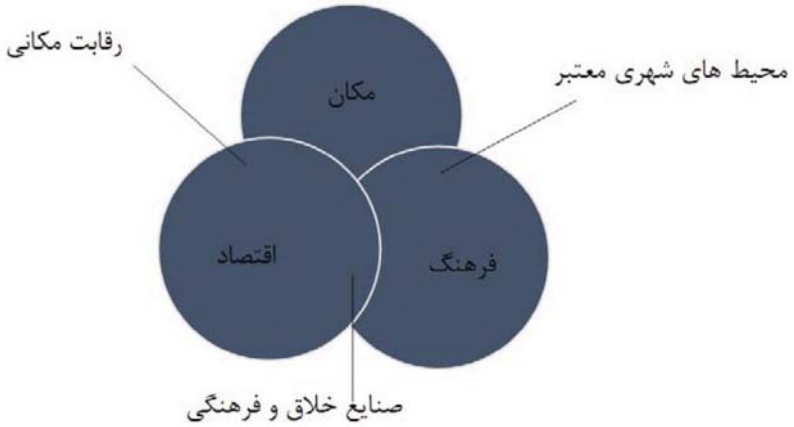
زندگی شهروندان خود (خصوصا نسل جوان)، مکانی جذاب برای گردشگران (صنعت توریسم)، توانمند در شکوفایی بخش‌های مختلف اقتصادی (از راه به کارگیری فن‌آوری و مدیریت صحیح آن) و همچنین مرکز جذب بنگاه‌های مختلف نوظهور شود. به هر حال، بسیاری از مطالعات اخیر با رویکرد اخلاقیت در حال ظهور است که در حوزهٔ گردشگری نیز وجود دارد.

در سال‌های اخیر، کشورمان به دلیل تحریم‌های سیاسی و اقتصادی در بخش جذب گردشگر، با آنچه که در سند چشم انداز توسعه بخش میراث فرهنگی و گردشگری جهت جذب گردشگر در نظر گرفته بود هماهنگ پیش نرفته است و موفق به جذب گردشگر نشده است. عدم توازن بین ورودی‌ها و خروجی‌های صنعت گردشگری ایران، بر اساس مستندات موجود در سال ۲۰۱۳ حدود هفت میلیون نفر ایرانی با صرف هزینه‌ای معادل ۱۰ میلیارد دلار به خارج از کشور سفر کرده‌اند و در همین سال ایران فقط پذیرای چهار میلیون گردشگر بوده و از این محل درآمدی معادل پنج میلیارد دلار کسب کرده است. این عدم توازن نشانگر نبود برنامه‌ای مدون در عرصه گردشگری است. با توجه به رتبه ممتاز ایران در جاذبه‌های گردشگری می‌توان گفت در صورت اتخاذ تدابیر لازم و جذب گردشگران بیشتر؛ هر یک از مناطق گردشگری ایران در حکم چند حلقه چاه نفت است؛ چاه هایی که نه تنها تمام نمی شوند بلکه با استحصال بیشتر رونق بیشتری هم می‌گیرند. اگرچه در سند چشم‌انداز توسعه پیش بینی شده تا سال ۱٤۰٤ ایران باید میزبان بیش از ۲۰ میلیون گردشگر باشد و از این محل حدود ۲۰ میلیارد دلار درآمد ارزی کسب کند اما رسیدن به این میزان نیازمند کوشش همگانی و اعمال سیاست‌های درست و چند جانبه است؛ سیاست‌هایی که بتواند سهم درآمدی ایران زمین را از گردشگری افزایش دهد. از این رو در این مقاله بر آنیم ابتدا به بررسی و کنکاش معیارها و اصول و زیرساخت‌های گردشگری خلاق بپردازیم و سپس با شناسایی استعدادهای گردشگری شهرهای ایران، به ارائه راهکار در جهت توسعه صنعت گردشگری ایران پرداخته شود. تا گام هایی هر چند کوچک در راستای اصلاح ساختار شکننده اقتصادی و تک محصولی ایران برداشته شده و از سایر قابلیت‌ها و توانمندی‌های کشور در جهت رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی بهره‌گیری صورت پذیرد.

از میانه دهۀ ۱۹۹۰ به بعد، ابتدا در بریتانیا و سپس در آمریکا، مفهوم شهر خلاق به یک پارادایم معمول و یک مدل جدید از گرایش به برنامه‌ریزی سیاست‌های شهری تبدیل شده است (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۱). مفهوم شهر خلاق در معانی و مفاهیم متعدد به کار برده شده است. شهر خلاق، شهرهایی هستند که قادرند راه‌حل‌های جدیدی برای مشکلات روزمره شان ارائه دهند. مفهوم دیگر شهر خلاق بر تولیدات فرهنگی متمرکز است؛ یعنی تولید کالاها و خدمات فرهنگی با فعالیت‌هایی در ارتباط قرار می‌گیرند که مرکز خلاقیت به حساب می‌آید (خوراسگانی و همکاران، ۱۳۹۰، ۱٦۱). شهر خلاق مکانی برای رشد و نمو خلاقیت‌ها در دینامیک شهرها است. شهر خلاق منزلی برای خلاقیت‌های هنری، نوآوری‌های علمی و تکنولوژی و صدای رسای فرهنگ‌های رو به رشد است. شهری که همه پتانسیل‌های خلاق خود را جامه عمل می‌پوشاند و پرچمدار فعالیت‌های فرهنگی و توسعه‌ای است. یک شهر خلاق یک شهر پویا از لحاظ یادگیری فرهنگی و بین فرهنگی است. در این شهر، هر شهروند اطمینان خاطر به استفاده از ظرفیت‌های علمی، فنی، هنری و فرهنگی خود دارد (ابراهیمی، ۱۳۸۷، ٦۵). یک مسأله مشترک در بحث توسعه مرتبط با محوریت مباحث و رویکردهای شهرهای خلاق است که می‌تواند برای بررسی خروجی‌ها و احیای شهری در نظر گرفته شود(راسیبو[14]، ۲۰۱۳). تئوری شهر خلاق بیان می‌کند که خلاقیت- فضای خلاق - مهم ترین پیش شرط برای رشد نوآوری است و این تئوری شامل ایده‌های متنوع و چشم اندازهاست (رومن و تریپ[15]، ۲۰۰٤). خلاقیت به شکلی گسترده می‌تواند به عنوان ظهور چیزی متعالی و مناسب از منظر یک شخصی، گروه یا جامعه تعریف شود (ساویر[16]، ۲۰۰٦). پایه‌های شهر خلاق را می‌توان در سه زمینه اقتصاد، فرهنگی و مکان در نظر گرفت.

14. Ratiu
15. Romen & trip
16. Sawiyer

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]



شکل ۱. چشم انداز شهر خلاق؛ ماخذ: Authenti City, **۲۰۰۸:۲۱**

محیط‌های قابل اعتماد شهری با آزادی‌های تفریحی و فرهنگی مدیریت می‌شوند تا افراد خلاق را جذب و حفظ کنند. این نیروی کار در عوض، ثروت را در اقتصاد دانش گسترش می‌دهد. شهرها برای تولید ثروت، باید محیط‌های شهری قوی از نظر فرهنگی از طریق برنامه‌های بهتر که بین مکان، اقتصاد و فرهنگ یکپارچگی، ایجاد نماید بسازند. شهرها به عنوان نظام‌های فرهنگی درک می‌شوند که توسط میراث انسانی و طبیعی شکل گرفته اند و محصول ارزشی‌ها و عقاید شهروندان خود است (رام، جورک و ویدن فیلد[17]، ۲۰۱۶).

اثرات گردشگری از دیدگاه ریچی و گلندر (۱۹۹٤) و مسون (۲۰۰۳)، شامل اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی است. از مهم‌ترین اثرات مثبت گردشگری بر جامعه میزبان می‌توان به اشتغال زایی؛ تجدید حیات مناطق توسعه نیافته یا غیر صنعتی؛ نوزایی هنرها و فنون محلی و فعالیت‌های فرهنگی سنتی، بهبود زندگی اجتماعی و فرهنگی جامعه محلی؛ نوسازی سنت‌های معماری محلی و افزایش توجه به حفاظت از مناطق فوق‌العاده زیبایی که دارای ارزش‌های زیبایی شناختی و فرهنگی هستند اشاره کرد (ضیایی و ترابیان، ۱۳۸۹؛ به نقل از میسون[18]، ۱۹۹۵). اثرات اجتماعی، شامل اثرات گردشگری در بافت اجتماعی جامعه و رفاه افراد و خانواده‌ها قرار می‌گیرد (برقی، کاظمی و سوری، ۱۳۹۱، ۳۲).

«گردشگری خلاق» یک گرایش تازه نیست بلکه یکی از کهن‌ترین انگیزه‌های سفر است. نمایش میراث فرهنگی یک مکان که احساسات را برمی انگیزد و دانش ناشناخته‌ای را به افراد منتقل می‌سازد. در «گردشگری خلاق» گردشگران به طور فعال در دوره‌ها و تجربه‌های آموزشی ویژه در مقصد شرکت می‌کنند. به این ترتیب بودن با عمل کردن ترکیب می‌شود. این نوع سفر بسیار تعاملی بوده و پاسخگوی نیاز امروزی افراد فراوانی است که به دنبال مشارکت، رشد شخصی و اصالت هستند. بی شک محیط زندگی به ما تجربه‌ها و انگیزه هایی می‌دهد اما در یک مقیاس محدود. ساده ترین و لذت بخش ترین شیوه افزایش شناخت دنیا و همزمان رشد شخصی، سفر است اما با منفعل بودن و نزدیک نشدن به فرهنگ و بافت یک مکان، این فرصت از دست می‌رود. برای آموختن، برانگیخته شدن و رشد کردن باید در فرهنگ محلی و بومی غوطه‌ور شد. یونسکو با الهام از عبارت گردشگری خلاق، «شبکه شهرهای خلاق» را پدید آورد تا این شهرها دست به دست هم دهند و گوناگونی فرهنگی و توسعه پایدار شهری را تحقق بخشند که پیوستن به «شبکه شهرهای خلاق» خود نیاز به داشتن «صنایع خلاقی» از قبیل: ادبیات، فیلم، موسیقی، صنایع دستی و هنرهای محلی، طراحی، هنرهای رسانه‌ای و خوراک‌شناسی است که در حال حاضر ۳٤ شهر در دنیا با فعالیت در این صنایع، عضو شبکه مذبور هستند که از سوی یونسکو به عنوان مقاصد «گردشگری خلاق» معرفی شده‌اند جدول شماره (۱).

17. . Ram, Bjork andwidenfield
18. meison

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

جدول ۱. شهرهای عضو شبکه خلاق

صنایع خلاق	شهر خلاق
ادبیات	ادینبرگ، ملبورن، لواسیتی، دوبلین، ریکجاویک و نورویچ
فیلم	برادفورد و سیدنی
موسیقی	سویل، بولوگنا، گلاسگو، غنا و بوگوتا
صنایع دستی و هنرهای محلی	سانتافه، آسوان، کانازاوا، ایچون و هانگزو
	بوئنوس آیرس، برلین، مونترال، ناگویا، کوب، شنزن، شانگهای، سئول، سنت اتین
طراحی	گراز و پکن
هنرهای رسانه‌ای	لیون
خوراک شناسی	پوپایان

کارشناسان نسل اول گردشگری را «گردشگری ساحلی»، نسل دوم آن را «گردشگری فرهنگی» و نسل سوم را «گردشگری خلاق» نام نهاده اند. نسل سوم با شعار «موزه‌های کمتر، میدان‌های بیشتر» بر انجام فعالیت‌های تجربی و تعامل عمیق تر با زندگی واقعی فرهنگی در شهرها تمرکز می‌کند. در «گردشگری خلاق»، گردشگر به جنبه‌های آموزشی، احساسی، اجتماعی و مشارکت گردشگران در فعالیتهای بومی در کنار مردم محلی می‌پردازد. در این نوع گردشگری نقش مدیران در شناخت انواع خلاقیت موجود در شهر به عنوان یک منبع و فرصت برای جذب گردشگران مهم تلقی می‌شود. بنابراین «گردشگری خلاق» مبتنی بر فعالیت‌های تجربی و تعامل عمیق با سبک زندگی جامعهٔ مقصد است به نحوی که گردشگر به مثابهٔ یک شهروند قلمداد می‌شود. بنابراین نسل سوم گردشگری با گردشگرانی مواجه است که از مرز دیدار صرف آثار تاریخی و طبیعی فراتر رفته اند و با حضور در بطن جامعه مقصد، به درک عمیق تری از آن نائل خواهند شد. در گزارشات مربوط به سال ۲۰۱۱ سازمان جهانی گردشگری چنین مطرح شده که در پژوهش‌های آینده گردشگری باید متوجه باشیم گردشگران فرهیخته‌تر خواهند شد و به میزان بیشتری جویای آگاهی‌های جدید و سرمایه‌های فرهنگی خواهند بود. آنها همچنین جویای معنای بیشتر از زندگی خویش بوده و در تجارب شخصی خواهان اصالت بیشتری خواهند بود (امور علمی، فرهنگی و آموزشی سازمان ملل[19]، ۲۰۰۶). در نهایت طی کنفرانسی که در تاریخ ۲۵ تا ۲۷ اکتبر ۲۰۰۶ در زمینه گردشگری خلاق برگزار شد گردشگری خلاق؛ یعنی سفر به سوی تجربه‌ای اصیل و جالب توجه و آموختن هنر، آشنایی با میراث یا ویژگی خاص یک محل و نیز برقراری ارتباط میان گردشگران و اهالی آن منطقه که پدیدآورندگان آن فرهنگ زیستی هستند.[20] در شکل‌گیری شهرهای خلاق، اسکات نظراتی را مطرح می‌کند که ابعاد تاریک آن را به صورت واقعی و احتمالی مشخص می‌سازند مانند انزوای اجتماعی، بخش بندی و عدم تساوی، مشکلات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی (اسکات، ۲۰۰۶). همان طور که تی استدلال می‌کند موفقیت شهر خلاق به صورت عمده‌ای وابسته به نحوه برخورد آن با مسائل توسعه بلندمدت، مانند پایداری اجتماعی و اقتصادی، تولید و محلی سازی، رویکردهای خاص و هویت محلی است(تای[21]، ۲۰۰۵). عواملی که در توسعه گردشگری خلاق در شهرها می‌توانند مؤثر محسوب آیند عبارتند از:

۱- اطلاع رسانی و تبلیغات در سطح ملی و بعد در مراحل بالاتر بین المللی، ۲- گسترش حمل و نقل، ۳- ایجاد امنیت برای مردم و گردشگران، ٤- هماهنگی سازمان‌های مرتبط به امور گردشگری، ٥- فراهم آوردن امکانات رفاهی برای گردشگران، مانند هتل، رستوران، نمایشگاه، تشکیل شورایی از عناصر آگاه و متخصص در امر سیاحتی و جهانگردی از مراجع مسئول شهرستان در جهت اهداف توسعهٔ ایرانگردی و جهانگردی و تشکل کمیسیونهای تخصصی به منظور بررسی اهداف، برنامه، تاسیس انجمن توریسم و اقدام به جذب نیروهای علاقمند به حفظ فرهنگ بومی و توسعهٔ فعالیتهای فرهنگی و

19. United Nation organization Educational, Scientific and Cultural

20. www.unesco.org

21. Tay

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

معرفی واحدهای توریستی و انجام تبلیغات منظم و مناسب(صداقتی و فغفوریان، ۱۳۹۰).

کشور ایران که دارای توانایی‌های بالقوه عظیمی در زمینه‌های زیست محیطی، تاریخی، میراث فرهنگی و غیره است. عدم موفقیت ایران در جذب گردشگران و توسعه گردشگری دلایل متعددی دارد. برای افزایش گردشگران تنها نمی‌توان به اقتصاددانان دل بین است. راه حل در واقع در دستان دولت و برنامه ریزان است چرا که آنان اگر نخواهند و تمایلی به گسترش توریسم و جذب گردشگر نداشته باشند. جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی به تنهایی نمی تواند کار ساز باشد. ایران از لحاظ اقلیمی و تنوع جانوری یک کشور شبه قاره‌ای است که می‌تواند جزء ۵ کشور اول دارای بیشترین جاذبههای زیستی و جانوری در دنیا است. همچنین یکی از سه قطب برتر بر صنایع دستی در دنیا است؛ سفالگری، شیشهگری، قلمزنی، مشبک کاری، حکاکی بر روی فلزات، میناکاری، خاتم سازی، معرق کاری، منبت کاری، قالیبافی، نمدمالی و ... پنج کشور برتر دنیا قرار دارد که این امر بسترهای بالقوه مناسبی را برای توسعه صنعت گردشگری فراهم آورده است (میرزایی موسوی، ۱۳۹۰).

در بخش اهداف کمی سند چشم انداز توسعه بخش میراث فرهنگی و گردشگری، با توجه به چشم انداز ۲۰ ساله جمهوری اسلامی ایران لازم است سهم ایران از شمار گردشگران جهانی از ۹ صدم درصد در سال ۸۳ به ۵/۱ درصد در سال ۱٤۰٤؛ سال پایانی چشم انداز ۲۰ ساله، حدود ۲۰ میلیون نفر گردشگر افزایش یابد. و سهم ایران از در آمد گردشگری جهانی از ۰٫۷ درصد در سال ۸۳ به ۲ درصد در سال ۱٤۰٤ رشد یابد به گونه‌ای که کشور ایران در سال ۱٤۰٤ سالانه قریب ۲۵ میلیارد دلار از محل گردشگر ورودی در آمد کسب نماید (سند چشم انداز توسعه گردشگری مصوب هیأت وزیران در تاریخ ۱۳۸۳/۱۰/۱٤). جدول شماره (۲) سند چشم انداز توسعه بخش میراث فرهنگی و گردشگری کشور ایران سال‌های ۱٤۰٤-۱۳۸٤ جهت جذب گردشگر را نمایش می‌دهد.

جدول ۲. تصویر توسعه گردشگری ایران در طول چهار برنامه چشم انداز

سالهای برنامه	نرخ رشد برنامه	تعداد گردشگران در سال‌های پایانی برنامه به میلیون نفر	در آمد ارزی در سال‌های پایانی برنامه به میلیارد دلار
برنامه چهارم (۸۸-۸٤)	%۳۰	٦/۲	۵/۱
برنامه پنجم (۹۳-۸۹)	%۲۰	۵/٦	۵/٤
برنامه ششم (۹۸-۹٤)	%۱۵	۱۳	۱۰
برنامه هفتم (۱٤۰۳-۹۹)	%۱۰	۲۰	۲۵

منبع: سند چشم انداز توسعه گردشگری مصوب هیأت وزیران در تاریخ ۱۳۸۳/۱۰/۱٤

ایران معجونی از گوناگونی فرهنگی، زبانی، قومی، زیست محیطی و اقلیمی است. همچنین از لحاظ آثار تاریخی و میراث فرهنگی جزء ده کشور اول دنیا محسوب می‌شود.

جهت فراهم آمدن زمینه خلاقیت‌های گردشگری در شهرها؛ چهار اصل انعطاف پذیری، ابتکار، خطر پذیری و رهبری به عنوان ارکان حقیقی شهر خلاق مورد توجه قرار می‌گیرد. در زیر به شاخص‌ها و نمونه‌های عملی هر یک از ویژگی‌های مذکور اشاره شده است:

جهانگردی و گردشگری از دیرباز در ایران رونق داشته و قرار گرفتن در مسیر جاده ابریشم، آمد و شد خاورشناسان، وجود کاروانسراها، چاپارخانه‌های قدیمی و راه‌های ارتباطی گسترده را می‌توان دلیلی بر اثبات آن دانست. ایران از نظر جاذبه‌های تاریخی در رده ۱۰ کشور نخست جهان و از نظر جاذبه‌های طبیعی در رده

تحلیل و ارایه الگوی گردشگری خلاق در ایران

در گردشگری خلاق، زمانی که از صفت خلاق در توصیف یک شهر در زمینه گردشگری سخن می‌گوییم منظور این است که شهر دارای ویژگی هایی نظیر پویایی و فعالیت در زمینه گردشگری باشد و در این حوزه نوآوری داشته و خدماتی ارائه کند که بازدیدکنندگان از آن لذت ببرند. در گردشگری خلاق، یک گردشگر در بطن جامعه و فرهنگ و شهرسازی بومی قرار می‌گیرد و از این نکته آگاه می‌شود که چرا بازارهای حرفه‌های مختلف در ایران مستقل هستند و تیمچه ها، راسته‌ها و کاروانسراها شکل گرفتند و اقلیم در نوع صنایع دستی موجود در هر منطقه چه تأثیری دارد. از این رو گردشگری فرهنگی بستر ساز گردشگری خلاق است. در گردشگری خلاق، گردشگری فرهنگی شامل فرهنگ بومی، آداب و رسوم، گویش و زبان محلی،

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

پوشش و لباس محلی، موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، ارکسترها، نمایشنامه‌ها، هنرهای دستی، معماری ایران علاوه بر موارد فوق، موسیقی سنتی، آیین‌های سنتی نظیر تعزیه، مراسم چهارشنبه سوری، جشن‌های مذهبی زرتشتی و اسلامی، عزاداری‌ها مانند محرم و... جذابیت‌های فرهنگی هستند که گردشگر نسل سوم گردشگری با درک این موضوعات علاقه‌مند به کشور مقصد می‌شود و چه بسا خود عنصری برای تبلیغ کشور مقصد می‌شود. اکثر قریب به اتفاق شهرها و حتی روستاهای ایران از جذابیت‌های فرهنگی غنی برخوردارند. با توجه به تنوع و ظرفیت‌های فراوان در امر گردشگری در شهرهای ایران که در بالا ذکر شد و از طرفی شاخص‌های ادبیات، فیلم، موسیقی، صنایع دستی و هنرهای محلی، طراحی، هنرهای رسانه‌ای و خوراک شناسی که تعیین کننده گردشگری خلاق در شبکه شهرهای خلاق هستند. با نگاهی عمیق و بررسی همه جانبه، می‌توان پتانسیل کشور و بخصوص کلان شهرها را سنجیده و با بهره برداری از تجارب عملی شهرهای دارای گردشگری خلاق، با استوار کردن بنیان‌ها این فضا را مهیا نمود که مقدمات پیوستن شهرهای ایران از جمله اصفهان به عنوان شهر خلاق فرهنگ و هنر، یزد به عنوان شهر خلاقی معماری ایرانی و تهران به عنوان شهر خلاقی اجتماعی و مشارکت پذیر اجتماعی به جهان گردشگری خلاق پیوند بخورند. تحقق این امر به نگاه بلند پروازانه‌ای نیازمند است که در اولویت بندی و سازماندهی فضای گردشگری نسل سوم مورد توجه ویژه قرار گیرد.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف از سنخ تحقیقات توسعه‌ای، به نحوی که تلاشی شده در راستای توسعه گردشگری و دستیابی به اهداف سند چشم انداز توسعه گردشگری کشور، ایده توسعه گردشگری خلاق مطرح شود و راهکارهایی جهت بستر سازی گردشگری خلاق در شهرهای دارای قابلیت مطرح شود با توجه به ماهیت مسأله مورد مطالعه روش تحقیق توصیفی- تحلیلی، برای انجام تحقیق انتخاب شده است. روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای - اسنادی است. برای این منظور گردآوری اطلاعات شامل روش‌های اسنادی و کتابخانه‌ای است به این صورت که شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری خلاق به صورت اسنادی و کتابخانه‌ای و شناسایی پتانسیل‌های موجود و بسترساز توسعه گردشگری خلاق در شهرها بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای است. بخش تحلیل و تصمیم‌گیری شهرهای دارای زمینه گردشگری خلاقی بر اساسی امتیاز پتانسیل‌های موجود جهت جذاب گردشگر در شهرها صورت گرفته است. اسناد اصلی جهت جمع آوری اطلاعات، عمدتا اسناد بالادستی کشور می‌باشند و سند چشم انداز گردشگری به عنوان مرجع اصلی در نظر گرفته شده است. اطلاعات و داده‌های گردآوری شده جهت تحلیل و یافته‌ها و رسیدن به نقشه نهایی پتانسیل‌های گردشگری خلاق در ایران از سایت‌های سازمان‌های رسمی مرتبط هر شهر و پایان‌نامه‌ها و مقاله‌های موجود استفاده شده است. در انتخاب شاخص‌های پژوهشی حاضر سعی شده به دو نکته ضروری توجه شود: اول اینکه شاخص‌های در نظر گرفته شده تا حد امکان ابعاد گوناگون و نیز سطح توسعه همه جانبه بخش گردشگری شهرستان‌های یاد شده را دربرگیرد. دوم، آنجایی که جمع آوری إطلاعات و آمار مورد نیاز جهت تحلیل بررسی آن می‌بایست از ویژگی رسمی و قابل اعتماد بودن برخوردار باشند، لذا سعی گردیده شاخص‌هایی مورد استفاده قرار گیرد که دسترسی به آنها از طریق مراکز آماری و رسمی امکان‌پذیر بوده تا بدین ترتیب صحت و درستی اطلاعات به کار گرفته شده در تحقیق مورد تأیید باشد. نتایج جامعه آماری شامل کلیه شهرهای مستعد گردشگری در کشور ایران است. انجام فرآیند تحلیل سلسله مراتبی[22] و تعیین اهمیت انواع گردشگری جهت تعیین شهرها با بیشترین پتانسیل گردشگری خلاق از مدل تحلیل سلسله مراتبی و با استفاده از نرم افزار اکسپرت چویسی[23] استفاده شده است. برای انجام عملیات تولید نقشه از سیستم اطلاعات جغرافیایی[24] بهره برده شد. فرآیند تحلیل به ترتیب تولید بانک اطلاعاتی برای شهرهای دارای اولویت است، تولید نقشه‌های رستر بر اساس دسته بندی شهرها با پتانسیل واحد، تأثیر وزن‌های نسبی در هر لایه و نهایتاً تلفیق لایه‌ها است.

یافته‌های پژوهش

شهرهای بسترساز گردشگری خلاق در ایران

شهرهای ایران دارای ظرفیت‌های فراوان جهت فراهم کردن بستر گردشگری خلاق هستند. در عرصه هنر،

22. AHP
23. Expert Choice
24. GIS

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

ایرانیان از هزاران سال پیش در زمینه انواع هنرها مانند سفالگری، معرق‌کاری، کاشی کاری، قالی بافی، نمدمالی، نقاشی، خوشنویسی، مینیاتور و غیره دارای ابداعات و آثار با ارزشی بوده‌اند که خوشبختانه بسیاری از آنها باقی مانده‌اند و از جاذبه‌های ایران برای گردشگران هستند. در این زمینه شهرهایی مانند اصفهان، کرمان، یزد و... را عنوان کرد. اصفهان با ثبت بیش از ۱۹۶ رشته صنایع دستی ثبت شده و بیش از ۹۰۰۰ هنرمند به طور حتم از جمله شهرهای ایران است که قابلیت گردشگری خلاق را با توجه به صنایع خلاق دارد. در زمینه آثار تاریخی، ایران به دلیل دارا بودن هزاران ابنیه با ارزشی تاریخی در این زمینه می‌تواند بسیار موفق باشد که بسیاری از شهرهای کشورمان زمینه‌ای تاریخی از دوره‌های مختلف هخامنشی، اشکانی، ساسانی، سامانی، صفویه، قاجار و... دارند. در زمینه طبیعت نیز با توجه به گستره فضایی این الگو، محیط طبیعی مثل ساحل، جنگل، کوه، کویر، غار و نظیر اینها شهرهای ایران نیز دارای قابلیت‌ها و جاذبه‌های فراوانی است. همین بس که از سوی رئیس سازمان جهانی گردشگری، به عنوان یکی از پنج کشور دارای بیشترین تنوع زیستی و جانوری در دنیا نام برده شده است. بسیاری از شهرهای ایران از قبیل تهران، اصفهان، تبریز، مشهد، شیراز دارای امکانات، جاذبه‌ها و زیبایی‌های بیشتری هستند که در زمینه گردشگری شهری جزء شهرهای موفق ایران محسوب می‌شوند. رشت که از استعدادهای گردشگری متنوع و قابل توجهی از قبیل دریا، سواحل و جنگل برخوردار است. در زمینه خوراک و غذا به عنوان شهر خلاق شناسایی شده است. جزیره کیش و قشم در هرمزگان که دارای موقعیت ویژه‌ای در خلیج فارس هستند از آثار تاریخی و باستانی بسیار با ارزشی برخوردارند. شهر زیر زمینی کاریز در کیش، که یکی از شگفت انگیزترین شهرهای زیرزمینی است با ۲۵۰۰ سال قدمت یکی از شگفت انگیزترین جاذبه‌های این جزیره است.

در زمینه ادبیات، شیراز به دلیل پرورش شاعرانی چون سعدی و حافظ، که در کنار بزرگانی چون فردوسی، بهار، سنایی، باباطاهر و... از پایه‌های ادب و فرهنگ ایران زمین هستند، به شهر شعر و ادب در ایران معروف است. همچنین شیراز دارای ۱۸ نگارخانه است که به پرپایی و نمایش آثار هنری و فرهنگی می‌پردازند و ۱۱ موزه که آثار تاریخی و باستانی دوره‌های هخامنشی، ساسانی، قاجار، صفوی و پهلوی و... را در معرض نمایش قرار داده است. شهر کاشان نیز با معماری اسلامی ایران و آداب و رسوم محلی و از سوی دیگر برخورداری از صنعت کارگاهی گلاب گیری دارای شهرت ویژه‌ای در این زمینه است. شهرهای حاشیه دریای خزر علاوه بر جاذبه‌های طبیعی دارای فرهنگ، آداب و رسوم، گویش و صنایع دستی خاص خود هستند. شهر یزد به دلیل برخورداری از معماری و شهرسازی تاریخی و بومی و تحت تأثیر اقلیم منطقه به عنوان اولین شهر خشتی و همچنین آداب و رسوم ویژه مردمان شهر و صنایع دستی نیز دارای قابلیت‌های گردشگری خلاق است. شهر اردبیل نیز با داشتن قدمتی ۵۰۰۰ ساله، طبیعت ویژه منطقه که شامل آبشارها و غارهای متعدد و چشمه‌های آب گرم سرشار از مواد معدنی از گردشگری ژئوتوریسم نیز برخوردار است. شهر تبریز همواره در طول تاریخ این سرزمین بزرگ، نقشی ممتاز و پل ارتباطی شرق و غرب عالم در مسیر جاده ابریشم ایفا نموده و قرن‌های متمادی نیز پایتخت سیاسی، فرهنگی و اقتصادی ایران زمین بوده است. این شهر پایگاه خردورزی و عقلانیت، تفکر ناب اسلامی ایرانی و پایگاه صادراتی فکر، اندیشه، فرهنگ و هنر بوده است. ایلام تمدن ۱۰ هزارساله‌ای دارد که در کتیبه‌های بابلی (آلام یا آلامتو) آمده است و با داشتن ۷۵۰ اثر ثبت شده تاریخی و فرهنگی در فهرست آثار ملی کشور، قاب دیدگان هر مسافری را می‌نوازد. زندگی عشیره‌ای و سنتی در استان ایلام باعث رشد و رونق صنایع دستی مرتبط با آن شده است. قدمت شهر اراک به دوره قاجار باز می‌شود. این شهر علاوه بر محیط طبیعی جذاب، دارای آثار تاریخی متعددی از دوران قاجاریه است. فرهنگ و آداب و رسوم پوشش و گویش و غذاهای محلی در این شهر نیز دیده می‌شود. شهر همدان به عنوان یکی از کهن‌ترین شهرهای ایران ادوار تاریخی متعددی را به خود دیده است. کوروش بزرگ در سال ۵۵۰ پیش از میلاد این شهر را مقر تابستانی خود قرار داد. همچنین دارای جاذبه‌های طبیعی بسیاری از جمله غارعلی صدر است. این شهر نیز دارای فرهنگ بومی و صنایع دستی منحصر به خود نیز است. شهر زنجان که دارای پیشینه تاریخی از دوره ساسانیان است و جاذبه‌های طبیعی، چشمه‌های آب گرم، فرهنگ بومی و آداب و رسوم و صنایع‌دستی منحصر به خود است. شهر قزوین، که به پایتخت هنر خوشنویسی معروف است، دارای نه تنها دارای جاذبه‌های تاریخی و طبیعی است بلکه این شهر در زمینه صنعت و کشاورزی بسیار فعال است. شهر کرمان با

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

قدمتی دیرینه از دوران هخامنشی دارای آثار تاریخی بسیار زیادی از دوره‌های مختلف است. همچنین این شهر به دلیل برخورداری از منابع وسیع معدنی شامل گردشگری ژئوتوریسم نیز است. کویر نیز طبیعت منحصر به فرد این شهر است. علاوه براین شهر کرمان دارای صنایع دستی ویژه به این منطقه است. فهرست میراث جهانی یونسکو در ایران شامل ۱۹ مکان است که شامل ارگ بم در استان کرمان، چغازنبیل در خوزستان، تخت جمشید، پاسارگاد و همچنین باغ ارم در استان فارس، میدان نقش جهان، مسجد جامع اصفهان، تخت سلیمان در استان آذربایجان غربی و شرقی، سازه‌های آبی شوشتر در استان خوزستان، مجموعه تاریخی بازار تبریز، آرامگاه شیخ صفی‌الدین اردبیلی در اردبیل، باغ‌های ایرانی در استانهای مازندران، اصفهان، کرمان، یزد و خراسان، برج گنبد قابوس در گلستان، کاخ گلستان در تهران، شهر سوخته در زابل، میمند استان کرمان و شوش خوزستان.

با توجه به صنایع خلاق، که زمینه‌ساز گردشگری خلاق در شهرها هستند، مطالعه ویژگی‌ها و عواملی که باعث جذب گردشگر به شهرهای ایران می‌شود بررسی شد. در نهایت پتانسیل‌های موجود در شهرهای ایران که بسترساز گردشگری خلاق هستند در جدول شماره (۳) ارائه شده است.

جدول ۳. پتانسیل‌های موجود در شهرهای ایران که بسترساز گردشگری خلاق هستند

شهر	عناصر طبیعی	عناصر تاریخی	معماری و شهرسازی (کهن)	ژئوتوریسم	هنر (بومی)	ادبیات	صنایع غذایی	صنایع دستی	فرهنگ و سنت‌های بومی	گویش محلی	مذهبی	موسیقی بومی
اراک												
اصفهان												
اردبیل												
ارومیه												
اهواز												
ایلام												
بجنورد												
بوشهر												
تبریز												
تهران												
خرم آباد												
چابهار												
ساری												
سنندج												
سمنان												

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

شهر	عناصر طبیعی	عناصر تاریخی	معماری و شهرسازی (کهن)	ژئوتوریسم	هنر (بومی)	ادبیات	صنایع غذایی	صنایع دستی	فرهنگ و سنت‌های بومی	گویش محلی	مذهبی	موسیقی بومی
شیراز												
شهرکرد												
کرمان												
کرمانشاه												
کیش												
قشم												
کاشان												
گرگان												
رشت												
زنجان												
قزوین												
مشهد												
همدان												
یاسوج												
یزد												

جهت تعیین درجه اهمیت هر یک از عوامل جدول فوق، نظرسنجی از کارشناسان گردشگری صورت گرفت و میزان اهمیت هر یک از عوامل براساس مدل تحلیل سلسله مراتبی چند معیاره[25] با استفاده از جدول ۹ کمیتی ساعتی[26] انجام شد. و با استفاده از نرم افزار اکسپرت چویس[27] وزن هر یک از عوامل به دست آمد. نتایج در نمودار شماره (۱) قابل مشاهده است.

شکل ٤. وزن نسبی گردشگری‌های بسترساز گردشگری خلاق براساس صنایع خلاق

برای تعیین شهرهای مناسب و دارای پتانسیل گردشگری خلاق برای هر یک از گزینه‌های جدول شماره (۳) لایه رستر[28] در محیط سیستم اطلاعات جغرافیایی[29] ساخته شده و سپس با هر لایه در وزن نسبی خود ضرب شد. در مرحله پایانی با تلفیق لایه‌های وزن دار، نقشه نهایی تولید شد که نشان دهنده شهرهای دارای بیشترین پتانسیل از انواع گردشگری بر مبنای صنایع خلاقی و گردشگری‌های زمینه ساز توسعه گردشگری خلاق در شهرها است.

نتیجه‌گیری و جمعبندی

در تحقیق حاضر با توجه به این مهم که ایران با داشتن چهار فصل، پیشینه تاریخی و آثار باستانی ثبت شده جهانی و ثبت نشده، همچنین تنوع فرهنگی، اقلیمی، مذهبی و

25. Analytical Hierarchy Process (AHP)
26. saaty
27. Expert choice
28. Raster
29. GIS

مدیریت شهری
صلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۵۰ بهار ۱۳۹۷
No.50 Spring 2018

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

جدول ٤. وزن نسبی گردشگری‌های بسترساز گردشگری خلاق براساس صنایع خلاق

بسترهای گردشگری خلاق	وزن نسبی
فرهنگ و سنت‌های بومی	۰/۲۱۵
هنر (بومی)	۰/۱۵۹
معماری و شهرسازی کهن	۰/۱۳٤
عناصر تاریخی	۰/۱۲۲
صنایع دستی	۰/۱۰۰
عناصر طبیعی	۰/۰۷۱
صنایع غذایی	۰/۰٥٤
ادبیات	۰/۰٤۱
گویش محلی	۰/۰۳۲
موسیقی بومی	۰/۰۲٥
مذهب	۰/۰۲۱
ژئوتوریسم	۰/۰۱۷

زبان یا گویش‌های متنوع خود بالاترین ظرفیت بهره برداری از این فرصت و نقاط قوت و مزایای رقابتی را دارد با نگاهی عمیق و بررسی همه جانبه، پتانسیل کشور و بخصوص کلان شهرها سنجیده شده و با بهره برداری از تجارب عملی شهرهای دارای توان‌ها و استعدادهای گردشگری و با استفاده از معیارهای گردشگری خلاقی، نقشه پیشنهادی جهت معرفی و اولویت‌بندی توسعه زیرساخت‌های گردشگری این شهرها تهیه و تدوین شده است. قابلیت‌های شهرهای ایران بر اساس بسترهای جذب توریست در گردشگری خلاق اعم از فرهنگ و سنت‌های بومی، هنر (بومی)، معماری و شهرسازی (کهن)، عناصر تاریخی، صنایع دستی، عناصر طبیعی، صنایع غذایی، ادبیات، گویش محلی، موسیقی بومی، مذهب و ژئوتوریسم بررسی و آنالیز شد. به نحوی که اهمیت هر یک از انواع بسترهای گردشگری خلاق با نظرسنجی از کارشناسان گردشگری و اساتید دانشگاه‌ها سنجیده شد و میزان اهمیت هر یک از عوامل بر اساس مدل تحلیل سلسله مراتبی چند معیاره با استفاده از جدول ۹ کمیتی ساعتی[30] انجام شد و با استفاده از نرم افزار اکسپرت چویس[31] وزن هر یک از عوامل به دست آمد و سپس با آنالیز شهرهای ایران، نتایج تحقیق الگوی اولویت توسعه و تقویت شهرهای مذکور را ارئه نموده است تا علاوه بر دست یافتن به چشم انداز گردشگری ایران، در بحث گردشگری خلاق در سطح بین المللی قابلیت‌های کشورمان بیشتر از پیش مطرح شود...

در مرحله پایانی با تلفیق لایه‌های وزن دار، نقشه نهایی تولید شد که نشان دهنده شهرهای دارای بیشترین پتانسیل از انواع گردشگری بر مبنای صنایع خلاق و گردشگری‌های زمینه ساز توسعه گردشگری خلاق در شهرها است. آنچه که از تحلیل شاخص‌های گردشگری خلاق در شهرهای ایران حاصل شده نشان می‌دهد. شهرهای کرمان، اراک، قزوین و اردبیل در اولویت اول، چابهار، یزد، کاشان، قشم، ارومیه، تبریز، همدان، کرمانشاه، اصفهان، یاسوج، اهواز، بوشهر و ایلام در اولویت دوم توسعه زیرساختهای گردشگری قرار گرفته‌اند. بنابراین با یک برنامه‌ریزی کوتاه مدت و یک برنامه میان مدت، شهرهای ایران با دارا بودن مزیت‌های نسبی در شاخص‌های گردشگری خلاقی می‌تواند در راس شبکه شهرهای خلاق و در رتبه برترین کشورهای دارای گردشگری خلاق قرار گیرند. امید است با استفاده از این ظرفیتها و با استوار کردن بنیان‌ها این فضا را مهیا نمود که مقدمات پیوستن چند شهر ایران از جمله اصفهان به عنوان شهر خلاق فرهنگ و هنر، یزد به عنوان شهر خلاق معماری ایرانی و تهران به عنوان شهر خلاق اجتماعی و مشارکت پذیر اجتماعی به جهان گردشگری خلاق پیوند بخورند. تحقق این امر به نگاه بلند پروازانه‌ای نیازمند است که در اولویت‌بندی و سازماندهی فضای گردشگری این نسل سوم مورد توجه ویژه قرار گیرد. بنابراین با یک برنامه ریزی کوتاه مدت و یک برنامه میان مدت خواهد توانست گوی رقابت را از کشورهای اروپایی و آسیای جنوب شرقی ربوده در راس شبکه شهرهای خلاق و در رتبه برترین کشورهای دارای گردشگری خلاق قرار گیرد، این تحقیق در مقیاسی کلان (کشور ایران) و با دیدگاهی وسیع و شاخص هایی مؤثر

30. Saaty
31. Expert choice

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

مورد استفاده در مطالعات یونسکو و شهرهای خلاق و همچنین با بهره‌گیری از سیاست‌های کلی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در برنامه ششم توسعه انجام شده است. در راستای این تحقیق، پژوهش هایی در مقیاس کوچکتر انجام شده که در این بین روند. پژوهش توان یابی گردشگری خلاق در شهرهای استان گیلان تا حدودی همسو می‌باشد. پیشنهادهایی که بر اساس پژوهش انجام شده در راستای دست یابی به گردشگری خلاق در ایران می‌توان به آن اشاره کرد:

- جذب و نگهداشت طبقه خلاق؛
- جذب و تشویق گردشگران خلاق؛
- تشکیل اتاق فکر خلاقیت در گردشگری؛
- پیوند دادن شهر خلاق و گردشگری خلاق
- توجه به همه اجزا چرخه تولید و خلاقیت؛
- پیوند دادن گردشگری فرهنگی و گردشگری خلاق؛
- حمایت از هشرهای بومی و محلی؛
- ایجاد امکان استفاده مردم از فضاهای شهری در ساعات مختلف شبانه روز؛
- حفظ و نگهداری از مجموعه‌های هنری و فرهنگی؛
- ایجاد فضاهایی مانند کارگاه‌های هنری برای فراهم کردن زمینه بروز خلاقیت شهروندان؛
- برگزاری بازارهای مکاره برگرفته از صنایع و تولیدات محلی و مسابقات و بازیهای بومی؛
- برگزاری جشنواره گویش‌های محلی، لباس‌های محلی و بومی و همچنین غذاهای محلی در سطح ملی و بین المللی جهت معرفی تنوع فرهنگ در ایران؛
- برپایی همایش‌های جهانی و دعوت از نویسندگان فهیم و فرهنگی کشورهای خارجی در راستای ادبیات و فرهنگ ایرانی؛
- برپایی همایش‌های جهانی در راستای معماری بومی ایرانی – اسلامی؛
- حمایت از هنرمندان و افراد خلاقی و استفاده از خلاقیت هنرمندان کشور، جهت به کارگیری در کارهای هنری برای تبلیغ در زمینه گردشگری و شناساندن مفاخر ایران؛
- برگزاری نمایشگاه‌های موقت و دائمی جاذبه‌های گردشگری به منظور معرفی نقاط دیدنی ایران به ویژه مناطقی که تاکنون ناشناخته مانده‌اند.
- تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بازآفرینی محیط‌های تاریخی؛
- مطالعه در زمینه اولویت نیازمندی‌های شهری و عمومی؛

منابع و ماخذ

۱. ابراهیمی، مهران(۱۳۸۷): «نشست شهر خلاق: مفاهیم، سیاست‌ها، مطالعه موردی از شهرهای موفق و ناموفق»، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران، تیرماه، فرهنگسرای نیاوران، تهران.

۲. اعظمی، موسی، جلیلیان، سارا و هاشمی امین، ناهید(۱۳۹٤). تحلیل آثار اجتماعی، اقتصادی و محیطی گردشگری پایدار (مطالعه موردی: روستای نوره). مجله‌ی برنامه‌ریزی وتوسعه گردشگری، شماره۱٤، ۱۵٤-۱۷٤.

۳. برقی، حمید، کاظمی، زینب و فرشاد سوری (۱۳۹۱). ارزیابی و رتبه‌بندی مولفه‌های موثر در بازاریابی توریسم روستایی با آمیخته بازاریابی (7P) (نمونه موردی: شهرستان آمل، بابل، بابلسر و ساری)، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال دوم، شماره ٦، مرودشت، صص ۳۱-٤۱.

٤. تاجزاده، ابوالفضل و خزایی پول، مرتضی (۱۳۹٤). تاثیر مشتری گرایی و کارآفرینی‌گرایی بر نوآوری و عملکرد کسب و کار در گردشگری (مورد مطالعه: دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی استان مازندران)، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. سال ٤، شماره ۱۳، ۱۸۷-۲۱۳.

۵. ربانی خوراسگانی، علی، ربانی، رسول، ادیبی سده، مهدی و موذنی احمد (۱۳۹۰)، بررسی نقش تنوع اجتماعی در ایجاد شهرهای خلاق و نوآور (مطالعه موردی: شهر اصفهان)، جغرافیا و توسعه، شماره ۲۱، سال نهم.

٦. رحیمی، محمد، مردعلی، محسن، داها، الهام و فلاح‌زاده، عبدالرسول (۱۳۹۲). شهر خلاق (مبانی نظری و شاخص‌ها)، دانش شهر، شماره ۱۹٦.

۷. رحیمی، محمد (۱۳۹۲) شهر خلاق مبانی نظری و شاخص‌ها با تاکید بر تهران، اولین همایش ملی شهر خلاق، ایده‌ها و چالش‌ها در ایران. قشم.

۸. دهشیری، محمدرضا (۱۳۹٤). ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در ایران، مجله

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]

برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال٤، شماره ۱۲، ۷۲-۹۲.
۹. صداقتی، عاطفه و فغفوریان، مهسا (۱۳۹۰)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه صنعت گردشگری راهی برای توسعه اقتصادی شهرها نمونه موردی شهر نیشابور، کنفرانس اقتصاد شهری ایران، مشهد، آذر ۱۳۹۰.
۱۰. ضرغام بروجنی، حمیدرضا و شالبافیان، علی اصغر(۱۳۹۲). سیاست‌های گردشگری کشورها (مطالعه تطبیقی)، تهران: انتشارات مهکامه.
۱۱. ضیایی، محمود و پونه ترابیان(۱۳۸۹)، سنجش سطح قابل قبول اثرات منفی اجتماعی گردشگران بر جوامع محلی در ایران: مورد مطالعه سکونت گاه‌های روستایی حوزه تالاب پریشان، فصلنامه جغرافیا (فصلنامه انجمن جغرافیای ایران)، دوره جدید، سال هشتم، شماره ۲۷، تهران، صص ۲۰۵-۲۲۵.
۱۲. میرزایی موسوی، سید رسول (۱۳۹۰)، نقش صنعت گردشگری در توسعه اشتغال، پایگاه اینترنتی خبرگزاری بازار کار.
۱۳. سند چشم انداز توسعه گردشگری مصوب هیأت وزیران، تاریخ ۱۳۸۳/۱۰/۱٤.
١٤. Bowen, D. (2002). Research through participant observation in tourism: A creativesolution to the measurement of consumer satisfaction / dissatisfaction (CS/D) amongtourists, Journal of Travel Research, 41(1): 4-14.
١٥. Dan Eugen Ratiu (2013). " Creative Cities and/or sustainable cities: Discourses and practices". City, Culture and Society. P: 125-135, Elsevier.
١٦. Florida, Richard (2002): The Rise of the Creative Class. And how it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York. N.Y.: Basic Books.
.٧١ Florida, Richard (2005): "Cities and creative class". Routladge. UAS.
١٨. Higgins-Desbiolles, F. (2008). More than an industry: The forgotten power of tourism as a social force, School of Management, University of South Australian, 27:1192-1208.
١٩. Horng, J.S., Tsai, C.Y., Yang, T.C., Liu, C.H.C. and Hu, D.C. (2016a). Exploring the relationship between proactive personality, work environment and employee creativity among tourism and hospitality employees, International Journal of Hospitality Management, No. 54: 25-
٢٠. Horng, J.S., Tsai, C.Y. and Chung, Y.C. (2016b). Measuring practitioners'creativity in the Taiwanese tourism and hospitality industry, Thinking Skills and Creativity, No. 19: 269-278.
٢١. Ram, Y., Bjork, P., Widenfield, A.(2016) Authenticity and place attachment of major visitor attractions, Tourism Management. Volume 52, February 2016, Pages 110–122
٢٢. Romen, Arie and Jacob trip (2004): Key Elements of creative city development: An assessment of local policies in Amsterdam and Rotterdam, Delft university of.
٢٣. Rosentraub M.S. and Joo, M. (2009). Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions, Tourism Management, 30(2): 759–770.
٢٤. Sawyer, R. Keith (2006): Explaining Creativity. The Science of Human Innovation. Oxford: Oxford University Press.
٢٥. Scott, A. J. (2006). Creative Cities: conceptual issues and policy problems. Journal of Urban Affairs. 28(1), 1-17.
٢٦. Scott, A. J. (2007). Capitalism and urbanization in a new key? The cognitive-cultural dimension. Social Forces, 85(4), 1465-1482.
٢٧. Sleuwaegen, L. and Boiardi, P. (2014). Creativity and regional innovation: Evidence from EU regions, Research Policy, 43(9): 1508-1522.
٢٨. Stevenson, D. and Matthews, A. (Eds.). (2013). Culture and the city: Creativity, tourism, leisure, Oxon: Routledge.
٢٩. Tay. J. (2005). Creative cities. In J. Hartley (Ed.), Creative industries (pp. 220-232). Malden, MA: Blackwell pub.
٣٠. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2006): Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism, Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, U.S.A. October 25-27, 2006.

[Downloaded from ijurm.imo.org.ir on 2026-11-01]