

مدیریت شهری

شماره ۵۰ بهار ۱۳۹۷

No.50 Spring 2018

۴۷۱-۴۸۳

زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۳/۲۸

زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۱/۱۲

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

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

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.

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 توامندسازی است. هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل موثر بر توامندسازی 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 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 بیان‌ها 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، آسیب‌شناسی، توسعه.

پیشگفتار

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 گستره‌ای 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 اماكن انسانی، پرورش دهنده رشد فردی، درخشنan در پیشرفت‌های فرهنگی و تکنولوژیکی، تولید کننده شغل و ثروت و پذیرای تنوع شیوه زندگی و فرهنگ هستند (آمارنامه‌های گردشگری سازمان ملل، ۲۰۰۸). توسعه شهرهای خلاق، خوشهای خلاق، صنایع خلاق و زمینه خلاق (اسکات^{۱۱}، فلوریدان^{۱۲}، می‌تواند در خدمت جذب طبقه خلاقی (فلوریدان^{۱۳}، 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^{۱۴} 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، داه، و فلاح زاده، ۱۳۹۲، ۱۱). در این میان حرکت به سوی گردشگری خلاق و در نهایت کسب جایگاه شهر خلاق می‌تواند فرستهای 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

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^۱، ۲۰۰۸) که دارای مزایای ارتباطی، سیاسی، فرهنگی و تأثیرات بین‌المللی خود است (دهشیری، ۱۳۹۴) صنعت گردشگری با ماهیتی چندبعدی علاوه بر تأمین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده‌ای در سیستم جامعه می‌باشد (اعظمی، جلیلیان و هاشمی امین، ۱۳۹۴) 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 (روستراب^۲ و جوو^۳ 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^۴ و بویاردی^۵، ۲۰۱۴) کلید موفقیت در صنعت رقابتی گردشگری، تامین تقاضاهای گردشگران از طریق ارایه محصول و خدمات خلاق است (هورنگ^۶ و دیگران، ۲۰۱۶ الف). از آن جایی که صنعت گردشگری با تقاضای بیشتر مشتریان، قوانین جدید، جهانی شدن و تأثیر تکنولوژی مواجه است (تاجزاده و خزایی پول ۱۳۹۴، ۱۸۸)، تعجبی ندارد که این صنعت در حلقه خلاقیت ورود نماید (بوون^۷، ۲۰۰۲) استعداد خلاق، مبنایی برای مزیت رقابتی شهرها است و ترکیب مقاومت خلاقیت و گردشگری برای رشد این چنین استعدادهایی ضرورت می‌یابد (استیونسون^۸ و ماتئوس^۹ ۲۰۱۳) مطالعات اخیر نشان می‌دهد که روند تفکر خلاق، به مثالبھی سیستم حل مسئله (مشکل) برای افراد است (هورنگ و دیگران، ۲۰۱۶ ب).

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 accordance with the decision of the United Nations Statistical Commission

11. Scott

12. Florida

13. Creative tourism

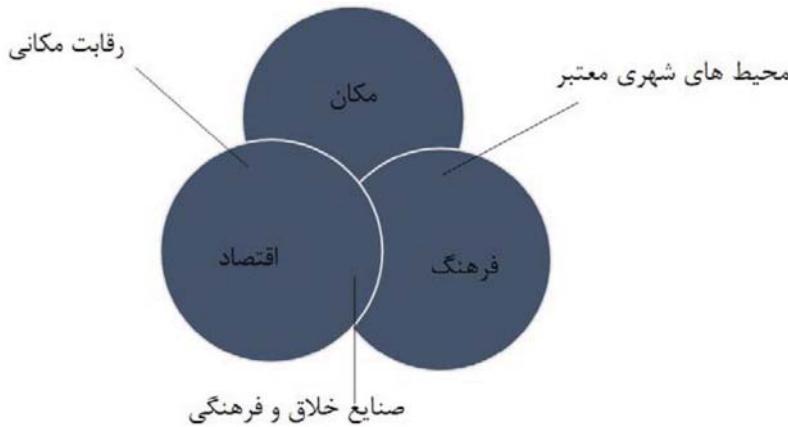
محصولی ایران برداشته شده و از سایر قابلیت‌ها و توانمندی‌های کشور در جهت رشد اقتصادی و رفاه اجتماعی بهره‌گیری صورت پذیرد.

از میانه دهه 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 راه حل‌های 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، ۱۶۱). 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، ۶۵). یک مسئله 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 (راسیلو، ۲۰۱۳). تئوری شهر خلاق بیان می‌کند که خلاقیت-فضای خلاق است که می‌تواند برای رشد نوآوری است و این تئوری شامل ایده‌های متنوع و چشم اندازه است (روم و تریپ، ۲۰۰۴). خلاقیت به شکلی گسترشده (روم و تریپ، ۲۰۰۴). خلاقیت به شکلی گسترشده می‌تواند به عنوان ظهور چیزی متعالی و مناسب از منظر یک شخصی، گروه یا جامعه تعریف شود (ساویر، ۲۰۰۶). پایه‌های شهر خلاق را می‌توان در سه زمینه اقتصاد، فرهنگی و مکان در نظر گرفت.

-
14. Ratiu
 15. Romen & trip
 16. Sawiye

زندگی شهر و ندان خود (خصوصاً نسل جوان)، مکانی جذب 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 حوزه 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؛ چاه‌هایی که نه تنها تمام نمی‌شوند بلکه با استحصال بیشتر رونق بیشتری هم می‌گیرند. اگرچه در سند چشم‌انداز توسعه پیش بینی شده تا سال ۱۴۰۴ ایران باید میزان 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 جانبی 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 گام‌هایی هر چند کوچک در راستای اصلاح ساختار شکننده اقتصادی و تک



شکل ۱. چشم انداز شهر خلاق؛ مأخذ: Authenti City ۲۰۰۸:۲۱

«گردشگری خلاق» یک گرایش تازه نیست بلکه یکی از کهن‌ترین انگیزه‌های سفر است. نمایش میراث فرهنگی یک مکان که احساسات را بر می‌انگیزد 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. بی‌شك محیط زندگی به ما تجربه‌ها و انگیزه‌هایی 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 بخشنند 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 خوارک‌شناسی است که در حال حاضر ۳۴ 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).

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 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،^{۱۷} ۲۰۱۶).

اثرات گردشگری از دیدگاه ریچی و گلندر (۱۹۹۴) و مسون (۲۰۰۳)، شامل اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی است. از مهم‌ترین اثرات مثبت گردشگری بر جامعه میزان می‌توان به اشتغال زایی؛ تجدید حیات مناطق توسعه نیافته یا غیر صنعتی؛ نوزایی هنرها و فنون محلی و فعالیت‌های فرهنگی ستی، بهبود زندگی اجتماعی و فرهنگی جامعه محلی؛ نوسازی سنت‌های معماری محلی و افزایش توجه به حفاظت از مناطق فوق العاده زیبایی که دارای ارزش‌های زیبایی شناختی و فرهنگی هستند اشاره کرد (ضیایی و تراییان، ۱۳۸۹؛ به نقل از می‌سون،^{۱۸} ۱۹۹۵). اثرات اجتماعی، شامل اثرات گردشگری در بافت اجتماعی جامعه و رفاه افراد و خانواده‌ها قرار می‌گیرد (برقی، کاظمی و سوری، ۱۳۹۱، ۳۲).

17. . Ram, Bjork andwidenfield

18. meison

جدول ۱. شهرهای عضو شبکه خلاق

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

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.^{۲۰} 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 موقفيت شهر خلاق به صورت عمده‌ای وابسته به نحوه برخورد آن با مسائل توسعه بلندمدت، مانند پایداری اجتماعی و اقتصادی، تولید و محلى سازی، رویکردهای خاص و هویت محلی است (تای، 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، ۴- هماهنگی سازمان‌های مرتبط به امور گردشگری، ۵- 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 توسعه 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 توسعه فعالیتهای فرهنگی و

20. www.unesco.org
21. Tay

کارشناسان نسل اول گردشگری را «گردشگری ساحلی»، نسل دوم آن را «گردشگری فرهنگی» و نسل سوم را «گردشگری خلاق» نام نهاده‌اند. نسل سوم با شعار «موزه‌های کمتر، میدان‌های بیشتر» بر انجام فعالیت‌های تجربی و تعامل عمیق‌تر با زندگی واقعی فرهنگی در شهرها تمرکز می‌کند. در «گردشگری خلاق»، گردشگر به جبهه‌های 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 جامعه مقصد است به نحوی که گردشگر به مثابه یک شهروند قلمداد می‌شود. بنابراین نسل سوم گردشگری با گردشگرانی مواجه است که از مز دیدار صرف آثار تاریخی و طبیعی فراتر رفته اند و با حضور در بطن جامعه مقصد، به درک عمیق‌تری از آن نائل خواهند شد. در گزارشات مربوط به سال ۲۰۱۱ سازمان جهانی گردشگری چین مطرح شده که در پژوهش‌های آینده گردشگری باید متوجه باشیم گردشگران فرهیخته‌تر خواهند شد و به میزان بیشتری جویای اگاهی‌های 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، ۲۰۰۶). در نهایت طی کنفرانسی که در تاریخ ۲۵ تا ۲۷ اکتبر ۲۰۰۶ در زمینه گردشگری

19. United Nation organization Educational, Scientific and Cultural

پنج کشور برتر دنیا قرار دارد که این امر بسترهای بالقوه مناسبي را برای توسعه صنعت گردشگری فراهم آورده است (میرزايى موسوى، 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 ۱۴۰۴؛ سال پایانی چشم انداز ۲۰ بهار، حدود ۲۰ میلیون نفر گردشگر افزایش یابد. و سهم ایران از درآمد گردشگری جهانی از ۰۷ درصد در سال ۸۳ به ۲ درصد در سال ۱۴۰۴ رشد یابد به گونه‌ای که کشور ایران در سال ۱۴۰۴ سالانه قریب ۲۵ میلیارد دلار از محل گردشگر ورودی درآمد کسب نماید (سند چشم انداز توسعه گردشگری مصوب هیأت وزیران در تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۴). جدول شماره (۲) سند چشم انداز توسعه بخش میراث فرهنگی و گردشگری کشور ایران سال‌های ۱۳۸۴-۱۴۰۴ جهت جذب گردشگر را نمایش می‌دهد.

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 تنها نمی‌تواند کار ساز باشد. ایران از لحاظ اقلیمی و تنوع جانوری یک کشور شبیه 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، مشبك کاری، حکاکی بر روی فلزات، میناکاری، خاتم‌سازی، معرق کاری، منبت کاری، قالیبافی، نمدمالی و ...

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

سالهای برنامه	نحوه رشد برنامه	تعداد گردشگران در سال‌های پایانی در آمد ارزی در سال‌های پایانی برنامه به میلیارد دلار	تعداد گردشگران در سال‌های پایانی در آمد ارزی در سال‌های پایانی برنامه به میلیون نفر
برنامه چهارم (۸۴-۸۸)	%۳۰	۵/۱	۶/۲
برنامه پنجم (۸۹-۹۳)	%۲۰	۵/۴	۵/۶
برنامه ششم (۹۴-۹۸)	%۱۵	۱۰	۱۳
برنامه هفتم (۹۹-۱۴۰۳)	%۱۰	۲۵	۲۰

منبع: سند چشم انداز توسعه گردشگری مصوب هیأت وزیران در تاریخ ۱۳۸۳/۱۰/۱۴

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 تیمچه‌ها، 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،

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 اعطاف 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 گستره 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

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، عدالت 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 جانبی بخش گردشگری شهرستان‌های یاد شده را دربرگیرد. دوم، آنجایی که جمع آوری اطلاعات و آمار مورد نیاز جهت تحلیل بررسی آن می‌باشد 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 پتانسیل گردشگری خلاق از مدل تحلیل سلسه مراتبی و با استفاده از نرم افزار اکسپریت چویسی^{۲۲} استفاده شده است. برای انجام عملیات تولید نقشه از سیستم اطلاعات جغرافیایی^{۲۳} بهره برده شد. فرآیند تحلیل به ترتیب تولید بانک اطلاعاتی برای شهرهای دارای اولویت است، تولید نقشه‌های رستر بر اساس دسته بندي شهرها با پتانسیل واحد، تأثیر وزن‌های نسبی در هر لایه و نهایتاً تلفیق لایه‌ها است.

یافته‌های پژوهش

شهرهای بستر ساز 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

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 علاوه‌مند 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 خوارک 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 تجارت 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 معماري ایراني و تهران به عنوان شهر خلاقی اجتماعي و مشاركت پذير اجتماعي به جهان گردشگری خلاق پيوند بخورند. تحقق اين امر به نگاه بلند پروازانه‌اي نيازنده است که در اولويت بندی و سازمانده‌ي فضای گردشگری نسل سوم مورد توجه ویژه قرار گيرد.

روش پژوهش

تحقيق حاضر از نظر هدف از سنه تحقيقات 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 مسئله مورد مطالعه روش تحقيق توصيفي- تحليلي، برای انجام تحقيق انتخاب شده است. روش گردآوري اطلاعات کتابخانه‌اي - اسنادي است. برای اين منظور گردآوري اطلاعات شامل روش‌های اسنادي و کتابخانه‌اي است به اين صورت که شناسايي عوامل مؤثر در توسعه گردشگری خلاق به صورت اسنادي و کتابخانه‌اي و شناسايي پتانسیل‌های موجود و بستر ساز توسعه گردشگری خلاق در

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 موادمعدنی 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 متعددی نیز پایتخت سیاسی، فرهنگی و اقتصادی ایران زمین بوده است. این شهر پایگاه خردو رزی و عقلانیت، تفکر ناب اسلامی ایرانی و پایگاه صادراتی فکر، اندیشه، فرهنگ و هنر بوده است. ایلام تمدن ۱۰ هزار ساله‌ای دارد که در کتیبه‌های با بلی (آلام یا آلامتو) آمده است و با داشتن ۷۵۰ اثر ثبت شده تاریخی و فرهنگی در فهرست آثار ملی کشور، قاب دیدگان هر مسافر 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 تایستانی 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 صنایع دستی 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

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 گردشگری خلاق ایران به دلیل دارا بودن هزاران اینه 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 شگفت‌انگیزترین شهرهای زیرزمینی است با ۲۵۰۰ سال قدمت یکی از شگفت‌انگیزترین جاذبه‌های این جزیره است.

در زمینه ادبیات، شیراز به دلیل پرورش شاعرانی چون سعدی و حافظ، که در کنار بزرگانی چون فردوسی، بهار، سناجی، 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

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 بستر ساز گردشگری خلاق هستند در جدول شماره (۳) ارائه شده است.

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 شوستر در استان خوزستان، مجموعه

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

نام شهر	جهانی													
اراک														
اصفهان														
اردبیل														
ارومیه														
اهواز														
ایلام														
بهمنور														
بوشهر														
تبریز														
تهران														
خرم آباد														
چابهار														
ساری														
سنندج														
سمنان														

مدیریت شهری

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

مدیریت شهری

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

۴۸۰

موسیقی توأم	منزه‌بی	گوینش محلی	فرهنگ و سنت‌های بومی	صنعت دستی	صنایع فناور	آذینات	جز (زئومی)	ژئو توپریسم	معماری و شهرسازی (کهن)	عناصر تاریخی	عناصر طبیعی	مل
												شیراز
												شهرکرد
												کرمان
												کرمانشاه
												کیش
												قسم
												کاشان
												گرگان
												رشت
												زنجان
												قزوین
												مشهد
												همدان
												یاسوج
												یزد

شماره (۳) لایه رستر^{۲۸} در محیط سیستم اطلاعات جغرافیایی^{۲۹} 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

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^{۳۰} با استفاده از جدول ۹ کمیتی ساعتی^{۳۱} انجام شد. و با استفاده از نرم افزار اکسپرت چویس^{۳۲} وزن هر یک از عوامل به دست آمد. نتایج در نمودار شماره (۱) قابل مشاهده است.

شکل ۴. وزن نسبی گردشگری‌های بستر ساز

گردشگری خلاق براساس صنایع خلاق برای تعیین شهرهای مناسب و دارای پتانسیل گردشگری خلاق برای هر یک از گزینه‌های جدول

25. Analytical Hierarchy Process (AHP)

26. saaty

27. Expert choice

جدول ۴. وزن نسبی گردشگری‌های بسترساز گردشگری خلاق براساس صنایع خلاق

بسترهای گردشگری خلاق	وزن نسبی
فرهنگ و سنت‌های بومی	۰/۲۱۵
هتر (بومی)	۰/۱۵۹
معماری و شهرسازی کهن	۰/۱۳۴
عناصر تاریخی	۰/۱۲۲
صنایع دستی	۰/۱۰۰
عناصر طبیعی	۰/۰۷۱
صنایع غذایی	۰/۰۵۴
ادبیات	۰/۰۴۱
گویش محلی	۰/۰۳۲
موسیقی بومی	۰/۰۲۵
مذهب	۰/۰۲۱
ژئوتوریسم	۰/۰۱۷

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 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. تحقیق 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 ریوده 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 شاخص‌هایی مؤثر

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 تجربه 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، هتر (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 سلسه مراتبی چند معیاره با استفاده از جدول ۹ کمیتی ساعتی^۳ انجام شد و با استفاده از نرم افزار اکسپرت چویس^۴ وزن هر یک از عوامل به دست آمد و سپس با آنالیز شهرهای ایران، نتایج تحقیق الگوی اولویت توسعه و تقویت شهرهای مذکور را ارائه نموده است تا علاوه بر دست یافتن به چشم انداز گردشگری ایران، در بحث گردشگری خلاق در سطح بین‌المللی قابلیت‌های کشورمان بیشتر از پیش مطرح شود...

30. Saaty

31. Expert choice

- تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بازارآفرینی محیط‌های تاریخی؛
- مطالعه در زمینه اولویت نیازمندی‌های شهری و عمومی؛

منابع و مأخذ

۱. ابراهیمی، مهران(۱۳۸۷): «نشست شهر خلاق: مفاهیم، سیاست‌ها، مطالعه موردي از شهرهای موفق و ناموفق»، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران، تیرماه، فرهنگسرای نیاوران، تهران.
۲. اعظمی، موسی، جلیلیان، سارا و هاشمی امین، ناهید(۱۳۹۴). تحلیل آثار اجتماعی، اقتصادی و محیطی گردشگری پایدار (مطالعه موردی: روستای نوره). مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۱۴، ۱۵۴-۱۷۴.
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 ۶، مروج‌شده، صص ۳۱-۴۱.
۴. تاجزاده، ابوالفضل و خزایی پول، مرتضی(۱۳۹۴). تاثیر مشتری گرایی و کارآفرینی گرایی بر نوآوری و عملکرد کسب و کار در گردشگری (مورد مطالعه: دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی استان مازندران)، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۴، شماره ۱۳، ۱۸۷-۲۱۳.
۵. ربانی خوراسگانی، علی، ربانی، رسول، ادبی 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.
۶. رحیمی، محمد، مردعلى، محسن، دaha، الهام و فلاح‌زاده، عبدالرسول (۱۳۹۲). شهر خلاق (مبانی نظری و شاخص‌ها)، دانش شهر، شماره ۱۹۶.
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 (۱۳۹۴). ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری مذهبی در ایران، مجله

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، پژوهش‌هایی در مقیاس کوچکتر انجام شده که در این بین روند. پژوهش‌هایی در این بین روند. پژوهش توان یابی گردشگری خلاق در شهرهای استان گیلان تا حدودی همسو می‌باشد. پیشنهادهایی که بر اساس گردشگری خلاق در ایران شده در راستای دست یابی به گردشگری خلاق در ایران می‌توان به آن اشاره کرد:

- جذب و نگهداری 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 هشترهای بومی و محلی؛
- ایجاد امکان استفاده مردم از فضاهای شهری در ساعت مختلط شب‌انه روز؛
- حفظ و نگهداری از مجموعه‌های هنری و فرهنگی؛
- ایجاد فضاهایی مانند کارگاه‌های هنری برای فراهم کردن زمینه بروز خلاقیت شهرمندان؛
- 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 بین‌المللی 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.

۱۹. 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.
۲۰. 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.
۲۱. Ram, Y., Bjork, P., Widenfield, A.(2016) Authenticity and place attachment of major visitor attractions, Tourism Management. Volume 52, February 2016, Pages 110–122
۲۲. Romen, Arie and Jacob trip (2004): Key Elements of creative city development: An assessment of local policies in Amsterdam and Rotterdam, Delft university of.
۲۳. Rosentraub M.S. and Joo, M. (2009). Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions, Tourism Management, 30(2): 759–770.
۲۴. Sawyer, R. Keith (2006): Explaining Creativity. The Science of Human Innovation. Oxford: Oxford University Press.
۲۵. Scott, A. J. (2006). Creative Cities: conceptual issues and policy problems. Journal of Urban Affairs. 28(1), 1-17.
۲۶. Scott, A. J. (2007). Capitalism and urbanization in a new key? The cognitive-cultural dimension. Social Forces, 85(4), 1465-1482.
۲۷. Slewaegen, L. and Boardi, P. (2014). Creativity and regional innovation: Evidence from EU regions, Research Policy, 43(9): 1508-1522.
۲۸. Stevenson, D. and Matthews, A. (Eds.). (2013). Culture and the city: Creativity, tourism, leisure, Oxon: Routledge.
۲۹. Tay, J. (2005). Creative cities. In J. Hartley (Ed.), Creative industries (pp. 220-232). Malden, MA: Blackwell pub.
۳۰. 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.
- برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۴، شماره ۹۲-۷۲، ۱۲
۹. صداقتی، عاطفه و فغفوریان، مهسا (۱۳۹۰)، برنامه‌ریزی راهبردی توسعه صنعت گردشگری راهی برای توسعه اقتصادی شهرها نمونه مردمی 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. ضیابی، محمود و پونه تراپیان (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. میرزابی 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 ۱۴/۱۰/۱۳۸۳.
۱۴. Bowen, D. (2002). Research through participant observation in tourism: A creative solution to the measurement of consumer satisfaction / dissatisfaction (CS/D) among tourists, Journal of Travel Research, 41(1): 4-14.
۱۵. Dan Eugen Ratiu (2013). "Creative Cities and/or sustainable cities: Discourses and practices". City, Culture and Society. P: 125-135, Elsevier.
۱۶. 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.
۱۷. Florida, Richard (2005): "Cities and creative class". Routledge. UAS.
۱۸. 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.