



تحلیل جایگاه شاخص‌های شهر خلاق در راستای برندسازی و دستیابی به توسعه پایدار شهری (مورد مطالعه: شهر دامغان)

مصطفی فوادیان، دانشجوی دکتری گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

زینب کرکه‌آبادی^{۱*}، دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

سعید کامیابی، دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۲/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱/۱۴

چکیده

امروزه شهرها با بازاریابی و تأمل در فرصت‌ها و تهدیدها، در پی افزایش قدرت جذب و مطرح کردن جایگاه توسعه-ای خود هستند، در این بین به زعم بسیاری، ایده شهر خلاق به شیوه‌ی نوینی در رویکرد توسعه پایدار شهری تبدیل شده است. بدین‌سان، هدف از پژوهش حاضر تحلیل جایگاه شاخص‌های شهر خلاق در راستای برندسازی و دستیابی به توسعه پایدار شهری در دامغان می‌باشد. این پژوهش، تحلیلی-کاربردی است. روش مورد استفاده در مرحله جمع‌آوری داده‌ها، مبتنی بر مرور منابع معتبر خارجی و داخلی و میدانی (پرسشنامه) می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، توصیفی و استنباطی از نرم افزار SPSS و مدل SAW استفاده شده است. نتایج آزمون T به منظور بررسی جایگاه شاخص‌های شهر خلاق در برندسازی شهر دامغان نشان داد در گویه‌های، شاخص‌های (سرمایه اجتماعی، نوآوری، کیفیت زندگی، سرمایه انسانی) از عدد مطلوبیت (۳)، کمتر ارزیابی شده و در سطح آلفای ۹۹ درصد معنادار است. در واقع تحلیل میانگین عددی نشان‌دهنده جایگاه کم شاخص‌های شهر خلاق در جهت برندسازی شهر دامغان می‌باشد. نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن نشان داد که ارتباط مثبت و معناداری بین شاخص‌های شهر خلاق و توسعه پایدار شهر دامغان وجود دارد. در نهایت نتایج مدل SAW نشان داد، ناحیه ۵، با امتیاز (۰/۶۷۰)، به عنوان بیشترین میزان تأثیرپذیری و ناحیه ۳ با اختلافی قابل توجه با امتیاز (۰/۱۹۰)، به عنوان کمترین میزان توسعه به لحاظ شاخص‌های شهر خلاق، مطرح می‌باشند.

واژگان کلیدی: شهر خلاق، برندسازی، توسعه پایدار، شهر دامغان.

^{۱*} نویسنده مسئول Email: z.karkehabadi@yahoo.com

نحوه استنادی به مقاله:

فوادیان، مصطفی، کرکه‌آبادی، زینب، کامیابی، سعید (۱۴۰۰). تحلیل جایگاه شاخص‌های شهر خلاق در راستای برندسازی و دستیابی به توسعه پایدار شهری (مورد مطالعه: شهر دامغان). فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی. سال دوم، شماره ۱ (۵). صص ۱۴۲-۱۲۷. Doi:10.52547/gsama.2.1.127

۱. مقدمه

برندینگ شهری رویکردی استراتژیک در برنامه‌ریزی توسعه شهری بشمار می‌رود که با تمرکز بر حوزه‌های اقتصاد، گردشگری و اجتماعی - فرهنگی نحوه تحلیل موقعیت شهرها در این ۳ حوزه و روند تبیین و اجرای برنامه‌های توسعه محور را به متخصصین امر ارائه می‌کند (ژانگ و ایکسوبین ژو^۱، ۲۰۰۹: ۲۴۵). با برندسازی شهری، تاریخ، کیفیت محل و شیوه زندگی و فرهنگ به منظور ایجاد مزیت رقابتی تبلیغ می‌شود (زنکر و براون^۲، ۲۰۱۱: ۴۵). برندسازی آگاهانه به شهرها در آینده، هویت تازه‌ای خواهد بخشید. در محیط جدید بین‌المللی شده مکان‌ها، تلاش‌های چندگانه‌ای را به منظور توصیف ویژگی متمایز از خود انجام می‌دهند. افزون بر عوامل اقتصادی سنتی و زیرساخت‌های شهری، عوامل "نرم" نظیر کیفیت زندگی، زیبایی‌شناختی شهری و خط‌مشی‌های توسعه محلی در زمره معیارهای محلی توسعه قلمداد می‌شوند. در چهارچوب اخیر، نقش خط‌مشی-گذاری، بازاریابی مکان و برندسازی به صورت روزافزونی در تمام دنیا اهمیت یافته است (متاکساز^۳، ۲۰۱۰: ۲۲۸).

در این میان ایجاد محیطی خلاق برای موفقیت اقتصادی شهرها حیاتی است. یک شهر خلاق باید بتواند گروه‌های گوناگون اجتماعی با فرهنگ‌های متنوع را در خودپذیرا باشد، چرا که وجود یک جمعیت متنوع با ایده‌های گوناگون شانس ظهور خلاقیت را افزایش می‌دهد (محمودی آذر و داودپور، ۱۳۹۸: ۱۱۶). مفهوم شهر خلاق با بسیاری از مفاهیم دیگر پیوند خورده است که از جمله باید به صنایع خلاق، صنایع فرهنگی، فعالیت‌های فرهنگی و فعالیت‌های هنری شهر و اقتصاد دانایی اشاره کرد (کوستا و

همکاران^۴، ۲۰۰۷: ۱۲۲). شهر خلاق فضایی است که در آن فعالیت‌های نو رخ می‌دهد. مسئولان شهری در این شهر خدمات همگانی و زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی را به نوین‌ترین، کاراترین، بهره‌ورترین و زیباترین روش ارائه می‌کنند. شهر خلاق نه تنها فضایی است که در آن خلاقیت رشد می‌کند، بلکه کل سازماندهی و مدیریت آن بطور خلاقانه طرح‌ریزی می‌شود. شهری که بتواند به شکلی خلاقانه استعداد همکاری جمعی را در راستای ارائه خدمات بیشتر به کار بگیرد موفق‌ترین شهر در این قرن خواهد بود (کیقبادی و همکاران، ۱۳۸۷: ۴۸). بنابراین می‌توان مفهوم شهر خلاق را به عنوان یک راهکار عمومی برای شهرهایی دانست که در یک رقابت جهانی برای جذب استعدادهای هستند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۱۶).

شهر خلاق و طراحی شهرهای خلاق از جدیدترین موضوعات در حوزه دانش طراحی شهری و معماری است و در سال ۱۹۸۰ زمانی که جهان آرام آرام به سمت تغییراتی گسترده می‌رفت ایده شهر خلاق ارائه گشت (شفیع پوریورد شاهی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۲۶). در ایران سال ۱۳۹۴ اولین نماینده‌های ایران در شبکه شهرهای خلاق یونسکو ثبت شدند، اصفهان که در سال ۱۳۹۳ از سوی این نهاد رد شده بود همراه با ۴۶ شهر دیگر به عنوان شهر خلاق صنایع دستی به ثبت رسید. یکی دیگر از آن ۴۶ شهر، نماینده‌ای دیگر ایران بود؛ شهر رشت، مرکز استان گیلان به عنوان شهر خلاق در تنوع و سلیقه غذایی معرفی شد. سال ۱۳۹۷ نیز پرونده چهار شهر برای قرار گرفتن در شبکه شهرهای خلاق جهان به یونسکو ارائه شد و در میان ۶۶ شهر که به این شبکه پیوستند، شهر بندرعباس به عنوان شهر خلاق صنایع دستی و شهر سنندج به عنوان شهر خلاق موسیقی از سوی یونسکو تایید شدند. اکنون ۲۴۶ شهر از کشورهای مختلفی

¹ Zhang & Xiaobin Zhao² Zenker & Braun³ Metaxas⁴ Costa et al



در شبکه شهر خلاق جای دارند که از میان آنها چهار شهر ایرانی هستند. البته باید به این نکته اشاره کرد با توجه به اینکه ایران یکی از چهار تمدن کهن بشری بوده و دارای انواع مختلف فرهنگ، تاریخ و اقوام می‌باشد، از جایگاه قابل توجهی در صنعت پرسود گردشگری ناشی از این نوع برند برخوردار نیست. واقعیت آن است که توسعه اقتصادی موفق و پایدار یک منطقه کاملاً وابسته به ساخت یک برند مستحکم و متمایز با استفاده از ویژگی‌های مطرح آن منطقه است. با توجه به این که برند در گردشگری از ارزش ویژه-ای برخوردار است، جایگاه‌سازی برند در نهادهای مختلف کشورمان چندان وجود نداشته و باید به این موضوع توجه بیشتری شود. متأسفانه کشورمان تصویر مناسب و مثبتی از برند ایران تداعی نکرده است. بنابراین، با توجه به پتانسیل-های گردشگری مختلف در کشور لزوم توجه به آن‌ها و برندسازی دیده می‌شود (منادی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۲۳).

در میان شهرهای ایران، دامغان از شهرهای مهم (استان سمنان)، است که توان بالایی برای توسعه گردشگری به خصوص تاریخی و فرهنگی دارد. دامغان یکی از کهن‌ترین شهرهای ایران است و از قدیم تا حال دارای اهمیت خاصی می‌باشد. نام این شهر از مغان یعنی آتش گرفته شده و به ده مغان معروف بوده و گفته‌اند که مغان باعث آبادی آن شده‌اند. بنای شهر دامغان را به هوشنگ نبیره کیومرث که از پادشاهان پیشدادی بوده نسبت می‌دهند و روزگاری نیز پایتخت اشکانیان بوده و همین‌طور دامغان را جزء اقلیم چهارم می‌دانسته‌اند. در بیشتر کتب جغرافیا و تاریخ نام دامغان برده شده که تمامی نوشته‌های آنها اشاره بر اهمیت و اعتبار شهر قدیمی دامغان دارد چرا که دامغان در سر راه جاده ابریشم و مسیر گذر از غرب به شرق از گذشته‌های دور تا به امروز بوده و صحت و دلیل این ادعا این است: زمانی که یونانی‌ها به شهر تاریخی دامغان می‌رسند آن را آباد می‌بینند و بخاطر

بزرگی و وجود آذوقه و علوفه فراوان آن را "هکاتم پلیس" می‌نامند که هنوز هم به نام‌های هکاتم پلیس و صد دروازه معروف و مشهور است. بنابراین، توسعه برندینگ تاریخی با هدف توسعه گردشگری به ویژه در شهری با غنای تاریخی و فرهنگی دامغان که از پیشینه با غنایی تاریخی برخوردار است می‌تواند به بهترین وجه جایگاه درخور را داشته باشد. مجموع عوامل ذکر شده باعث شده که این شهر به صورت بالقوه زیرساخت‌های لازم برای تبدیل به شهر خلاق را داشته باشد، اما به جهت عدم مدیریت اصولی، به صورت بالفعل به یک شهر خلاق تبدیل نشود، در حالی که با مزیت‌های نشأت گرفته از شهر خلاق و ایجاد زمینه‌های لازم، می‌توان شهر دامغان را به یک شهر خلاق فرهنگی و گردشگری مطرح نمود. بنابراین، این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سوالات می‌باشد: جایگاه شاخص‌های شهر خلاق در راستای برندسازی در توسعه شهر دامغان چگونه می‌باشد و میزان تاثیرپذیری توسعه نواحی ۹ گانه شهر دامغان بر اساس تاثیرپذیری از شاخص‌های شهر خلاق در جهت برندسازی چگونه می‌باشد؟

در رابطه با موضوع پژوهش مطالعات زیادی صورت گرفته است که در جدول (۱) به تعدادی از آنها اشاره شده است. نوآوری این پژوهش در واقع استفاده از نوعی روش جدید، یعنی بکارگیری نمونه‌ای از مدل‌های تصمیم‌گیری چند شاخصه کمی است. بدان معنا که با استفاده از شاخص‌های شهر خلاق که در روش‌های دیگر نیز معمول است و همچنین از طریق امتیازدهی به آن‌ها و از کانال استفاده از تکمیل پرسشنامه و انجام مصاحبه در سطح نواحی مورد مطالعه، شاخص‌ها را از طریق مدل SAW بررسی می‌کنیم و این بررسی از طریق روش‌های ریاضی و آماری منتج به رتبه بندی نواحی می‌شود.

جدول ۱. مطالعات انجام شده در زمینه موضوع مورد بحث

محقق و سال	عنوان	نتیجه گیری
پاولوسی و سومیا ^۱ (۲۰۲۱)	بررسی و برنامه ریزی برای چگونگی هوشمندسازی و خلاقیت شهر کوچی در هند	نتایج نشان می دهد که شهر کوچی ترکیبی منحصر به فرد از قومیت، فرهنگ، معماری و آشپزی به دلیل تأثیر تجارت از سراسر جهان و مناطق مختلف هند می باشد. بنابراین، شهر کوچی این پتانسیل را دارد که فعالیت های خلاقانه و دانش بنیان را تحت تأثیر قرار دهد.
لانگ خو ^۲ (۲۰۲۰)	به سوی یک شهر خلاق فراگیر: شهر تاریخی جورج تاون، پنانگ چقدر آماده است؟	یافته های این مطالعه نشان می دهد که جورج تاون به دلیل چالش های اجتماعی- مکانی و زمانی که شهر با توجه رشد کالبدی با آن روبرو است، نمی تواند ویژگی یک شهر خلاق موفق را داشته باشد.
مارگاریدا و ماریو ^۳ (۲۰۱۹)	بررسی شاخص های شهر خلاق	آنها در پژوهش خود شاخص های شهر خلاق را در دو خوشه تقسیم بندی کرده اند: (۱) شهرهای خلاق و ارتباط آنها با طبقه و فرهنگ خلاق و (۲) خوشه ها و شبکه های خلاق تحلیل کرده اند
شوشانا و میلیر ^۴ (۲۰۱۹)	بررسی استراتژی های شهر خلاق در نیورک	نتایج نشان داد در یک ده گذشته بخصوص در اتفاقات بعد از ۱۱ سپتامبر استراتژی های شهر خلاق در دستور کار شهرداری نیویورک قرار گرفته است. این شهر در حوزه های سرگرمی شهری، محیط فرهنگی، کار و اشتغال، موفقیت های زیادی را کسب کرده و آن را به عنوان جذابیت این شهر استفاده کرده تا نیویورک را به عنوان مقصد گردشگری بشناساند و برای ساکنان و فرصت های بی شماری ایجاد کرده است.
لنگ و همکاران (۲۰۱۴)	بررسی خلاقیت در شهر جورج تاون	نتایج حاکی از آن است که راه روبه جلو برای این کار تلاشی هماهنگ است که در آن سازمان های دولتی با رهبران جامعه، جامعه کسب و کار، سازمان های غیردولتی و سایر افراد دارای نفع همکاری کنند.
اوریا و مرصوسی (۱۴۰۰)	تحلیل و سنجش مولفه های شهر خلاق در شهر تبریز	نتایج نشان داد که تمامی مولفه های شهر خلاق با میزان خلاقیت مناطق شهری تبریز همبستگی معنادار وجود دارد. در این بین دو متغیر زیرساخت های خلاقیت و طبقه خلاق دارای بیشترین همبستگی بودند. نتایج حاصل از مدل ANP نشان داد که معیارهای زیرساخت های خلاقیت و طبقه خلاق به ترتیب دارای بیشترین اهمیت در شکل گیری شهر خلاق دارند.
مجنونی توتاخانه (۱۳۹۹)	شناسایی و تحلیل پیشران های کلیدی مؤثر بر شکل گیری شهرهای خلاق میانه اندام با استفاده از آینده پژوهی (مطالعه موردی: شهر بناب)	یافته ها نشان داد که وضعیت سیستم شهر خلاق در بناب ناپایدار است. همچنین ۱۴ پیشران کلیدی، بیشترین مقدار تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم بر خلاقیت شهری بناب داشتند که از این تعداد، شش پیشران مربوط به طبقه خلاق و سه پیشران مربوط به زیرساخت های خلاق بوده است.
محمودی آذر و داودپور (۱۳۹۸)	شناسایی راهکارهای سازگاری کشاورزان کوچک مقیاس در مقابله با خشکسالی در استان آذربایجان- غربی	نتایج نشان داد که مناطق شهری از منظر مولفه های مذکور نشان می دهند که مناطق ۵ و ۱ نسبت به دیگر مناطق در وضعیت بهتری به سر می برند و با توجه به اینکه عنوان شهر خلاق مطرح می باشد و نه مناطق شهری خلاق، لذا توصیه می گردد، مدیریت شهری در راستای توازن مناطق شهری و توزیع مناسب و عادلانه خدمات، زیرساخت ها و غیره به اتخاذ سیاست ها و استراتژی های مناسب اقدام نماید.
پوردکریا و همکاران (۱۳۹۸)	بازخوانی رویکرد بازآفرینی فرهنگ- مبنا در ساخت شهر خلاق (تدوین چارچوب تحلیلی بازآفرینی قطب خلاق و فرهنگی)	باوجود مخالفت ها و پیامدهای غیرمنتظره، راهکارهایی نظیر رونق اقتصاد فرهنگی، افزایش تسهیلات و ارتقای گردشگری خلاق به سرزندگی اجتماعی فضاهای عمومی و مشارکت شهروندان طبقه خلاق در توانمندسازی خودشان منجر خواهد شد.

¹ Paulose, Sowmia² LengKhoo³ Margarida and Mário⁴ Shoshanah and Miller⁵ Leng



محقق و سال	عنوان	نتیجه گیری
فتوحی مهربانی و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی شهر خلاق و شاخص های شهر خلاق ایرانی	نتایج حاصل از روش دلفی در سه دوره، تولید ۴۹ شاخص برای شاخص شهر خلاق ایرانی توسط اعضای پانل بوده است. که از این ۴۹ شاخص، ۳۲ شاخص برگرفته از پژوهش های پیشین و ۱۷ شاخص بوسیله اعضای پانل ارائه شده بود
ضرابی و همکاران (۱۳۹۳)	بررسی میزان تحقق پذیری شهر خلاق شهرهای استان یزد	نتایج نشان داد که متغیرهای نوآوری با میزان ۰/۶۷۲ و آموزشی با میزان ۰/۵۳۷ دارای بیشترین تأثیرات به ترتیب در توسعه پایدار و شهرهای خلاق شهرهای استان یزد داشته اند.

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

۲. روش تحقیق

برای ارزیابی اعتبار ابزار پژوهش از رویی محتوایی استفاده شده است، به این صورت که پرسشنامه قبل از اجرا در اختیار جمعی از اساتید دانشگاه و کارشناسان مرتبط با موضوع تحقیق قرار گرفت (اعتبار صوری) و پس از چند مرحله اصلاح، در بین نمونه‌ی آماری توزیع گردید. برای تعیین پایایی ابزار سنجش از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است و میانگین این آماره، برای شاخص سرمایه انسانی ۰/۸۷، سرمایه اجتماعی ۰/۷۳، کیفیت زندگی ۰/۸۳، نوآوری ۰/۸۵، به دست آمده است (تعداد نمونه پایلوت ۳۰ نفر) (جدول ۱).

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ

شاخص	تعداد	ضریب آلفای کرونباخ
سرمایه انسانی	۴	۰/۸۷
سرمایه اجتماعی	۴	۰/۷۳
کیفیت زندگی	۴	۰/۸۳
نوآوری	۴	۰/۸۵

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

جدول ۲. گویه‌ها و شاخص های شهر خلاق

شاخص	گویه
سرمایه انسانی	تعداد فرهنگیان، تعداد دانشجویان، شاغلان دارای تحصیلات عالی، تعداد نخبگان علمی و مهاجرین وارد شده
سرمایه اجتماعی	مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، تعاون و همیاری، شرکت در شبکه روابط اجتماعی
کیفیت زندگی	فرهنگ و گردشگری، وضعیت زیست محیطی، وضعیت اقتصادی، وضعیت کالبدی
نوآوری	تعداد واحدهای تحقیق و توسعه، تعداد محققان واحدهای تحقیق و توسعه، تعداد پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری، تعداد خوشه‌های صنعتی

منبع: ضرابی و همکاران، ۱۳۹۳، کشکولی و همکاران، ۱۳۹۸

اساس شاخص های شهر خلاق در راستای برندسازی از مدل SAW استفاده شده است. همچنین قابل ذکر است، با توجه به مطالعات انجام گرفته در حوزه شهر خلاق، شاخص های

موضوع مورد مطالعه در این تحقیق، بررسی جایگاه شاخص های شهر خلاق در راستای برندسازی جهت دستیابی به توسعه شهری در دامغان می باشد. تحقیق حاضر از نظر ماهیت و روش توصیفی و از نظر هدف مطالعه کاربردی- توسعه‌ای است. همچنین برای گردآوری اطلاعات در بخش مبانی نظری از مطالعات کتابخانه‌ای و در بخش میدانی، از روش پیمایش (زمینه‌یابی) مبتنی بر پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل دو بخش می باشد، بخش اول ساکنین شهر دامغان که بر اساس نمونه‌گیری تصادفی و با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۲ نفر انتخاب گردیده شد. در بخش دوم نیز به دلیل تخصصی بودن موضوع، جامعه آماری شامل کارشناسان و مدیران سازمان و ادارات شهر دامغان می باشند. حجم نمونه بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۲۰ نفر تعیین گردید.

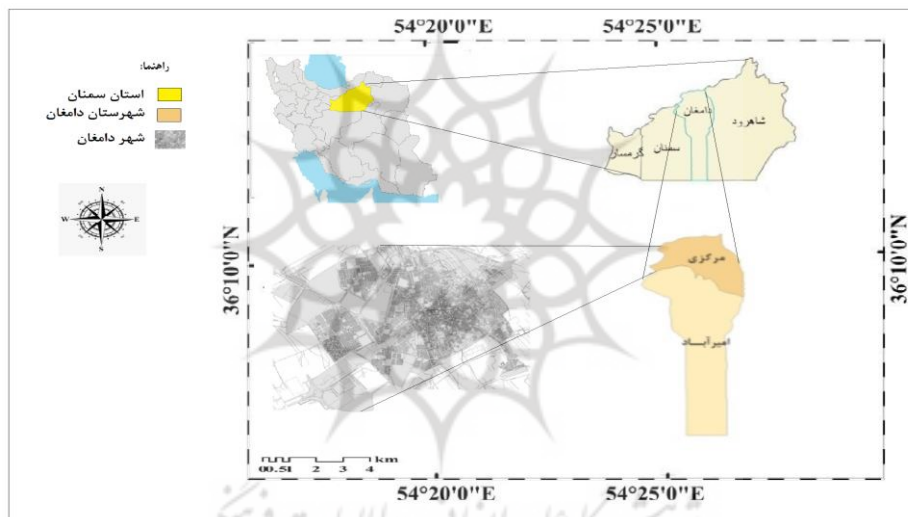
تحلیل فرضیه تحقیق با استفاده از آزمون‌های آماری T و ضریب تغییرات، ضریب همبستگی اسپیرمن انجام پذیرفت. همچنین جهت طبقه‌بندی نواحی شهر دامغان بر

مختلفی برای محاسبه شهر خلاق مطرح شده است. هر کدام از این شاخص ها قوت ها و ضعف هایی دارند. گویه ها و شاخص های شهر خلاق به شرح جدول (۲) می باشد.

۱.۲. محدوده مورد مطالعه

شهر دامغان با مساحت حدود ۱۷۰۰ هکتار و ارتفاع ۱۱۷۰ متر از سطح دریا در ۵۴ درجه و ۲۳ دقیقه طول جغرافیایی و ۳۶ درجه و ۱۳ دقیقه عرض جغرافیایی قرار گرفته است. این شهر در بخش مرکزی شهرستان واقع شده و از شمال به روستاهای ابوالبق و جزن و از جنوب به ورکیان و امامزاده جعفر و از شرق به فیروزآباد و مایان و از غرب به رضی آباد و قدرت آباد محدود می باشد. از عوامل طبیعی موجود در

شهر دامغان می توان به مسیل واقع در شمال شهر که جهت حرکت آن از غرب به شرق می باشد اشاره کرد که این مسیل بعنوان مهمترین عامل محدود کننده توسعه آتی در این قسمت از شهر مطرح است. در ۵۴ کیلومتری غرب دامغان رشته کوهی از سلسله جبال البرز جدا شده که به نوعی مرز طبیعی بین شهرستان دامغان و سمنان بوده و شهر دامغان در دامنه این رشته کوه قرار گرفته است. متوسط ارتفاع شهر حدود ۱۱۷۰ متر بوده و اختلاف پائین ترین نقطه آن با بالاترین نقطه حدود ۴۰ متر می باشد. شیب شهر از شمال به جنوب بوده و از غرب به شرق نیز دارای شیب ملایمی می باشد (طرح جامع شهر دامغان، ۱۳۹۵).



شکل ۱. موقعیت استان سمنان، و شهر دامغان، منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

جدول ۳. مشخصات نواحی شهر دامغان

ناحیه	جمعیت (نفر)	مساحت (مترمربع)	تراکم جمعیتی ناخالص (نفر در هکتار)
۱	۹۰۴۵	۱۲۴۷۳۴۲	۷۲/۵
۲	۳۵۵۲	۱۱۸۱۸۰۶	۳۰/۱
۳	۵۰۵۶	۱۶۱۶۱۲۰	۳۱/۳
۴	۵۰۴۰	۲۲۵۷۱۹۷	۲۲/۳
۵	۸۰۳۱	۲۰۳۴۷۷۶	۳۹/۵
۶	۶۹۲۱	۱۲۸۱۶۸۲	۵۴/۰
۷	۸۵۲۷	۲۶۶۸۲۱۴	۳۲/۰
۸	۷۸۵۰	۳۷۵۹۵۸۴	۲۰/۹
۹	۴۷۴۸	۲۳۰۸۸۴۴	۲۰/۶
کل	۵۸۷۷۰	۱۸۳۵۵۵۶۶	۳۲/۰

منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵



کمترین میزان مربوط به گروه دیپل و زیردیپلم با فراوانی ۴ نفر و حدود (۰۳/۳۳) است.

بررسی جایگاه شاخص‌های شهر خلاق در جهت برندسازی و توسعه شهر دامغان

در ابتدا قبل از بررسی جایگاه شاخص‌های شهر خلاق دامغان در جهت برندسازی، به بررسی مولفه‌های برندسازی در این شهر پرداخته شد. نتایج مطابق جداول (۴) نشان داد، در بین مولفه‌های برندسازی شهر دامغان، تمامی میانگین مولفه‌ها به جزء مولفه‌های (احساس آرامش بانوان و سالخوردگان، میزان قانون‌مداری، همایش‌ها و گردهمایی‌ها، میزان تطبیق بافت مرکزی با نیاز روز، میزان شهرت و آوازه، سهم آشنایی شهر با دانش جهانی، افزایش بارندگی سالیانه، کاهش آلودگی، میزان توجه مردم و سازمان‌های مردم‌نهاد به محیط‌زیست، سطح بهداشت شهر، همکاری مدیریت شهری با بخش خصوصی، شفافیت امورات و تصمیمات، رضایت از عملکرد مقامات شهری، توجه مدیران به حداکثرسازی منافع)، بالاتر از حد متوسط عدد (۳)، می‌باشند. البته قابل ذکر است بعضی از مولفه‌ها از جمله (وضعیت اعتیاد در سطح شهر، تعداد متکدیان در سطح شهر) با توجه به منفی بودن مولفه‌ها، هر چه مقدار میانگین به دست آمده کمتر از حد متوسط عدد (۳) باشد نشان دهنده برندسازی موفق در این مولفه می‌باشد.

جمعیت شهر دامغان در سال ۱۳۹۵ (۵۹۱۰۶ نفر) می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). شهر دامغان به ۹ ناحیه شهری تقسیم شد که مشخصات هر یک در جدول (۳)، آورده شده است.

۳. یافته‌های تحقیق

بر طبق یافته‌های توصیفی تحقیق، بر اساس اطلاعات به دست آمده از تحلیل جایگاه شاخص‌های شهر خلاق در راستای برندسازی جهت دستیابی به توسعه پایدار شهری دامغان که حجم نمونه بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۱۲۰ نفر تعیین گردید، تعداد پاسخ‌گویان بیشتر مربوط به مردان با ۱۰۳ نفر (۸۵/۸۳) بوده و تعداد پاسخ‌گویان زنان ۱۷ نفر (۱۴/۱۷) بوده است. همچنین افراد مورد مطالعه از لحاظ سن به ۴ گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۰ تا ۴۰ سال، ۴۰ تا ۵۰ سال و در نهایت ۵۰ سال به بالا سال تقسیم‌بندی شده است. با توجه به نتایج به دست آمده بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال است که شامل ۶۴ نفر بوده که حدود (۵۳/۳۳) را به خود اختصاص داده است و کمترین فراوانی نیز مربوط به گروه سنی ۵۰ سال به بالا با مقدار فراوانی ۷ نفر و (۰۵/۸۳) می‌باشد. در ارتباط با میزان تحصیلات افراد مورد مطالعه، افراد در ۴ گروه دیپلم و زیردیپلم، لیسانس، فوق لیسانس و دکتری طبقه‌بندی شده است. بر اساس نتایج بیشترین میزان پاسخ‌گویان مربوط به گروه فوق لیسانس با تعداد ۸۳ نفر و (۶۹/۱۷)، می‌باشد و

جدول ۴. بررسی مولفه‌های برندسازی شهر دامغان

مولفه‌ها	میانگین	T	سطح معنی‌داری	فاصل اطمینان تفاوت ۰/۹۵	
				بالا	پایین
میزان رضایت کلی از شهر	۳/۸۸	۳۷/۶۷۴	۰/۰۰۰	۴/۰۰	۳/۶۷
میزان حس تعلق به مکان	۳/۳۱	۳۷/۷۲۹	۰/۰۰۰	۳/۴۵	۳/۲۱
امنیت شهروندان	۳/۱۱	۳۷/۴۱۰	۰/۰۰۰	۳/۲۷	۳/۰۰
تعداد متکدیان در سطح شهر	۲/۸۸	۳۷/۹۵۰	۰/۰۰۰	۲/۹۸	۲/۶۷
وضعیت اعتیاد در سطح شهر	۲/۷۹	۳۷/۹۲۷	۰/۰۰۰	۲/۸۹	۲/۷۱
احساس آرامش بانوان، سالخوردگان	۲/۸۴	۳۷/۶۶۸	۰/۰۰۰	۲/۴۱۹۲	۲/۷۶



مولفه ها	میانگین	T	سطح معنی داری	فاصل اطمینان تفاوت ۰/۹۵	
				بالا	پایین
آداب و نزاکت شهروندان	۳/۰۹	۳۷/۸۷۷	۰/۰۰۰	۳/۱۵	۳/۰۰
میزان قانون مداری	۲/۸۹	۳۷/۳۲۹	۰/۰۰۰	۳/۱۶	۲/۸۸
مهمان نوازی و خونگرم بودن	۳/۰۱	۳۷/۱۱۹	۰/۰۰۰	۳/۱۲	۲/۸۸
جریان زندگی در شب	۳/۰۲	۳۷/۸۵۹	۰/۰۰۰	۳/۰	۲/۹۱
هنر و موسیقی و آیین های محلی	۳/۰۱	۳۷/۸۱۰	۰/۰۰۰	۳/۰۹	۲/۹۹
همایش ها و گردهمایی ها	۲/۹۸	۳۷/۲۷۳	۰/۰۰۰	۳/۰۰	۲/۷۸
خوشنمایی شهر	۳/۰۰	۳۷/۲۲۳	۰/۰۰۰	۳/۰۹	۲/۹۸
ظرفیت پذیرش مردم نسبت به اقوام	۳/۰۷	۳۷/۸۹۴	۰/۰۰۰	۳/۱۳	۳/۰۰
میزان توجه مردم به شهرشان	۳/۰۸	۳۷/۹۶۱	۰/۰۰۰	۳/۱۱	۳/۰۲
میزان توجه به ابتکارات شهروندان	۳/۰۹	۳۷/۵۶۳	۰/۰۰۰	۳/۱۳	۲/۹۸
میزان مشارکت مردم (شرکت در انتخابات)	۳/۱۳	۳۷/۶۸۰	۰/۰۰۰	۳/۲۱	۲/۹۸
همکاری مدیریت شهری با بخش خصوصی	۲/۷۸	۳۶/۳۰۷	۰/۰۰۰	۲/۹۹	۲/۶۷
شفافیت امورات و تصمیمات	۲/۱۲	۳۶/۵۶۷	۰/۰۰۰	۲/۲۴	۲/۰۱
شایسته سالاری	۳/۰۰	۳۷/۶۸۳	۰/۰۰۰	۳/۰۸	۲/۸۹
رضایت از عملکرد مقامات شهری	۲/۹۸	۳۷/۲۵۲	۰/۰۰۰	۳/۰۹	۲/۷۸
توجه مدیران به حداکثرسازی منافع	۲/۸۹	۳۷/۵۷۶	۰/۰۰۰	۲/۹۸	۲/۷۸
استاندارد مدارس و دانشگاه ها	۳/۰۸	۳۷/۶۸۰	۰/۰۰۰	۳/۱۳	۲/۹۹
کیفیت تدریس ملمان و اساتید	۳/۱۳	۳۷/۲۸۱	۰/۰۰۰	۳/۲۴	۳/۰۰
کسب مدارک بالاتر آموزشی	۳/۰۰	۳۷/۵۹۰	۰/۰۰۰	۳/۰۶	۲/۹۰
ظرفیت های سرمایه گذاری در شهر	۳/۴۵	۳۷/۹۹۹	۰/۰۰۰	۳/۵۷	۲/۳۴
اقتصادی بودن خدمات عمومی	۳/۰۷	۳۷/۹۱۹	۰/۰۰۰	۳/۱۴	۲/۹۹
وضعیت اقتصادی شهروندان	۳/۰۰	۳۷/۶۹۲	۰/۰۰۰	۳/۱۰	۲/۸۹
سهم موقعیت و جایگاه شهر در اشتغال	۳/۰۰	۳۷/۶۹۲	۰/۰۰۰	۳/۱۰	۲/۸۹
میزان تطبیق بافت مرکزی با نیاز روز	۲/۹۱	۳۷/۵۲۶	۰/۰۰۰	۳/۰۰	۲/۷۸
میزان شهرت و آوازه	۲/۹۲	۳۷/۴۱۴	۰/۰۰۰	۳/۰۰	۲/۸۷
سهم آشنایی شهر با دانش جهانی	۲/۹۸	۳۷/۶۶۲	۰/۰۰۰	۳/۱۲	۲/۷۷
مشارکت مردم در رویدادهای علمی	۳/۱۵	۳۷/۷۳۸	۰/۰۰۰	۳/۲۵	۳/۰۴
تنوع قومی و فرهنگی شهر	۳/۰۹	۳۷/۰۵۴	۰/۰۰۰	۳/۱۵	۲/۹۹
سابقه تاریخی	۳/۱۱	۳۷/۳۲۰	۰/۰۰۰	۳/۱۹	۳/۰۸
بناها و معماری های منحصر بفرد	۳/۰۸	۳۷/۸۸۶	۰/۰۰۰	۳/۱۴	۳/۰۰
چشم اندازهای طبیعی شهر	۳/۲۱	۳۷/۹۸۳	۰/۰۰۰	۳/۳۴	۳/۱۱
میراث فرهنگی شهر	۳/۱۲	۳۷/۲۸۶	۰/۰۰۰	۳/۲۵	۳/۰۱
سوغات شهر	۳/۳۱	۳۷/۳۴۷	۰/۰۰۰	۳/۴۵	۳/۱۴
صنایع دستی و بومی شهر	۳/۱۳	۳۷/۶۹۷	۰/۰۰۰	۳/۲۵	۲۳/۰۳
میزان بالای بارندگی سالیانه	۲/۹۸	۳۷/۰۶۱	۰/۰۰۰	۳/۰۴	۲/۸۷
کاهش آلودگی	۲/۹۰	۳۷/۷۱۸	۰/۰۰۰	۲/۹۹	۲/۸۷
دسترسی به آب آشامیدنی سالم	۳/۰۰	۳۷/۹۵۲	۰/۰۰۰	۳/۱۳	۲/۸۹
میزان توجه مردم و سازمان های مردم نهاد به	۲/۹۱	۳۷/۶۹۳	۰/۰۰۰	۳/۰۰	۲/۸۷



فاصل اطمینان تفاوت ۰/۹۵	سطح معنی داری		T	میانگین	مولفه ها
	پایین	بالا			
					محیط زیست
۲/۸۹	۳/۰۳	۰/۰۰۰	۳۷/۶۹۷	۲/۹۴	سطح بهداشت شهر
۳/۰۳	۳/۲۱	۰/۰۰۰	۳۷/۶۷۴	۳/۱۳	خدمات حمل و نقل عمومی
۳/۰۲	۳/۱۹	۰/۰۰۰	۳۷/۷۲۹	۳/۱۱	خدمات حمل و نقل خصوصی
۲/۷۸	۳/۱۳	۰/۰۰۰	۳۶/۳۳۴	۳/۰۰	میزان سهولت مسافرت از دامغان به سایر شهرها
۳/۰۱	۳/۲۳	۰/۰۰۰	۳۷/۴۵۳	۳/۱۱	علایم راهنمایی
۳/۹۰	۳/۱۳	۰/۰۰۰	۳۷/۳۳۴	۳/۰۹	رفتار ترافیکی
۲/۹۹	۳/۱۴	۰/۰۰۰	۳۷/۱۲۳	۳/۰۲	میزان فضای پارکینگ کافی در شهر
۳/۰۹	۳/۲۳	۰/۰۰۰	۳۷/۳۴۵	۳/۱۱	سبک زندگی پر شور و نشاط
۲/۹۷	۳/۰۹	۰/۰۰۰	۳۷/۱۲۳	۳/۰۰	تعداد پارکها و مراکز تفریحی
۳/۰۲	۳/۲۳	۰/۰۰۰	۳۷/۳۴۲	۳/۱۱	تعداد مراکز ورزشی و رشته‌های ورزشی
۳/۱۱	۳/۳۴	۰/۰۰۰	۳۷/۳۵۴	۳/۲۲	تعداد فروشگاه‌های زنجیره‌ای
۲/۷۸	۳/۱۳	۰/۰۰۰	۳۶/۳۳۴	۳/۰۰	تعداد سینما، موزه، مراکز خرید
۳/۰۸	۳/۲۱	۰/۰۰۰	۳۷/۳۴۵	۳/۱۱	تعداد رستوران و کافی شاپها
۳/۱۸	۳/۳۳	۰/۰۰۰	۳۷/۳۹۸	۳/۲۱	تعداد هتلها و مراکز اقامتی در شهر
۳/۰۲	۳/۱۳	۰/۰۰۰	۳۷/۳۱۲	۳/۰۸	فضاهای پیاده‌روی مطلوب
۳/۰۲	۳/۲۳	۰/۰۰۰	۳۷/۳۴۲	۳/۱۱	استاندارد خدمات عمومی مانند بیمارستان

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

در ادامه نیز، به منظور میزان جایگاه شاخص‌های شهر خلاق در برندسازی شهر دامغان از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شده است (جدول ۵). برای جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه بسته، دارای جهت مثبت و طیف پنج گزینه‌ای لیکرت ۱ تا ۵ (خیلی کم، امتیاز ۱، کم: امتیاز ۲، متوسط: امتیاز ۳، زیاد: امتیاز ۴، خیلی زیاد: امتیاز ۵) صورت گرفت. در این راستا، هر چقدر میانگین هر یک از گویه‌های مورد بررسی از حد وسط که در طیف لیکرت (۳) است، کمتر باشد، بیانگر جایگاه کم شاخص‌های شهر خلاق در جهت برندسازی شهر دامغان، ولی هر چه میانگین هر یک از گویه‌ها بالاتر از حد وسط باشد، نشان‌دهنده جایگاه زیاد شاخص‌های شهر خلاق در جهت برندسازی شهر دامغان، همچنین در این آزمون اگر مقدار سطح معنی‌دار (sig)، از (۰/۰۵) کمتر باشد، بیانگر این است که می‌توان میانگین حاصل از نمونه را به کل ساکنان شهر دامغان تعمیم داد.

با توجه به نتایج یافته‌ها و با احتساب دامنه طیفی که بین ۱ تا ۵ و بر اساس طیف لیکرت در نوسان است، این میزان در گویه‌های شاخص‌های (سرمایه اجتماعی، نوآوری، کیفیت زندگی، سرمایه انسانی) از عدد مطلوبیت (۳)، کمتر ارزیابی شده و در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است. در واقع تحلیل میانگین عددی نشان‌دهنده جایگاه کم شاخص‌های شهر خلاق در جهت برندسازی شهر دامغان می‌باشد.

همچنین مطابق جدول (۶)، مقادیر ضریب همبستگی اسپیرمن، بین شاخص‌های شهر خلاق در راستای برندسازی و ابعاد مختلف توسعه پایدار (اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، کالبدی)، نشان داد که بین تمامی شاخص‌های شهر خلاق در راستای برندسازی با ابعاد توسعه پایدار (اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، کالبدی)، رابطه مثبت و معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد. ماتریس همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته در جدول (۶) مطرح شده

است. بر اساس نتایج، در بین ابعاد توسعه شهری، توسعه اقتصادی با مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن به دست آمده ۰/۶۵۴، بالاترین ارتباط را با شاخص‌های شهر خلاق دارد، و ابعاد دیگر از جمله اجتماعی با ضریب همبستگی ۰/۵۶۷، کالبدی با مقدار ضریب همبستگی ۰/۵۲۱، زیست محیطی با مقدار همبستگی به دست آمده ۰/۵۱۰، گویای ارتباط معنادار و مثبت بین شاخص‌های شهر خلاق در راستای برندسازی و ابعاد مختلف توسعه پایدار می‌باشد.

جدول ۵. بررسی سازگاری گویه‌های شاخص‌های شهر خلاق در جهت برندسازی شهر دامغان

حد متوسط (۳): میانگین فرضی					
گویه	میانگین	T	سطح معناداری	فاصل اطمینان تفاوت ۰/۹۵	
				پایین	بالا
سرمایه انسانی					
تعداد فرهنگیان و هنرمندان	۲/۵۶	۲۳/۴۴۵	۰/۰۰۰	۲/۶۱	۲/۵۱
تعداد دانشجویان	۲/۶۶	۲۳/۵۱۲	۰/۰۰۰	۲/۷۳	۲/۶۰
شاغلان دارای تحصیلات عالی	۲/۵۹	۲۳/۴۴۶	۰/۰۰۰	۲/۶۴	۲/۵۱
تعداد نخبگان علمی و مهاجرین وارد شده برای تحصیلات عالی	۲/۶۱	۲۳/۵۸۷	۰/۰۰۰	۲/۷۲	۲/۵۶
نوآوری					
تعداد واحدهای تحقیق و توسعه	۲/۶۲	۲۳/۳۱۲	۰/۰۰۰	۲/۷۳	۲/۴۹
تعداد محققان واحدهای تحقیق و توسعه	۲/۶۱	۲۳/۵۵۶	۰/۰۰۰	۲/۷۰	۲/۵۱
تعداد پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری	۲/۷۷	۲۳/۵۲۳	۰/۰۰۰	۲/۸۵	۲/۶۶
تعداد خوشه‌های صنعتی و فعالیت‌های تحقیق و توسعه	۲/۷۴	۲۳/۵۹۸	۰/۰۰۰	۲/۸۲	۲/۶۷
سرمایه اجتماعی					
مشارکت اجتماعی	۲/۵۴	۲۳/۳۳۲	۰/۰۰۰	۲/۶۶	۲/۴۳
اعتماد اجتماعی	۲/۶۶	۲۳/۴۳۲	۰/۰۰۰	۲/۷۳	۲/۵۱
تعاون و همبازی	۲/۴۱	۲۳/۴۱۲	۰/۰۰۰	۲/۵۵	۲/۳۲
شرکت در شبکه روابط اجتماعی	۲/۶۲	۲۳/۵۶۲	۰/۰۰۰	۲/۷۸	۲/۵۴
کیفیت زندگی					
فرهنگ و گردشگری	۲/۳۳	۲۳/۳۴۵	۰/۰۰۰	۲/۴۳	۲/۲۳
وضعیت زیست محیطی	۲/۳۱	۲۳/۴۴۳	۰/۰۰۰	۲/۳۹	۲/۲۴
وضعیت اقتصادی	۲/۵۶	۲۳/۴۵۶	۰/۰۰۰	۲/۶۱	۲/۴۷
وضعیت کالبدی	۲/۳۳	۲۳/۴۵۳	۰/۰۰۰	۲/۴۵	۲/۲۳

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

شهری دامغان خود امری برای بسترسازی شهر خلاق است؛ قابل ذکر است با تقویت صنعت گردشگری در شهر دامغان و بهبود امکانات و دارایی‌های شهری، برای جذب طبقه خلاق به طرف این شهر زمینه‌ای برای توسعه اقتصادی شهر فراهم شده است. سرمایه‌گذاری بیشتر در این بخش، خلاق-تر شدن شهر دامغان و حرکت به سمت رشد و توسعه اقتصادی بیشتر در شهر را باعث شده است.

بر اساس نتایج به دست آمده، ایجاد محیطی خلاق برای موفقیت اقتصادی شهرها حیاتی است. لازمه این مهم، تنوع بخشیدن به فرصت‌های اشتغال و تفریح است، زیرا برای جذب سرمایه‌های انسانی و خلاق، شهر دامغان و مناطق وابسته به آنها باید دارای ویژگی‌های خاص باشند. به این ترتیب به نظر می‌رسد ایجاد یک شهر خلاق نه تنها به توسعه اقتصادی شهر دامغان می‌انجامد، بلکه روند توسعه اقتصادی



جدول ۶. همبستگی بین شاخص‌های شهر خلاق در راستای برندسازی ابعاد مختلف توسعه پایدار

(اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، کالبدی)

نوع آزمون	P	r	متغیر وابسته	متغیر مستقل
همبستگی اسپیرمن	۰/۰۰۰	۰/۶۵۴	شاخص‌های شهر خلاق	اقتصادی
	۰/۰۰۰	۰/۵۶۷		اجتماعی
	۰/۰۰۰	۰/۵۱۰		زیست‌محیطی
	۰/۰۰۰	۰/۵۲۱		کالبدی

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

خلاق سوق دهد تا مکانی برای رشد و نمو خلاقیت‌ها باشد و همه پتانسیل‌های خلاق خود را جامعه عمل ببوشاند و پرچمدار فعالیت‌های فرهنگی و توسعه‌ای باشد. در این راستا، از روش تصمیم‌گیری چند معیاره SAW، به عنوان یکی از ساده‌ترین و در عین حال پرکاربردترین روش‌ها در سنجش و تعیین سلسله مراتبی تصمیم‌گیری استفاده شده است. جدول (۷)، داده‌های ماتریس کمی شده ماتریس بی مقیاس در نواحی شهر دامغان ارائه می‌دهد.

ارزیابی میزان تاثیرپذیری توسعه نواحی شهر از شاخص‌های شهر خلاق در راستای برندسازی

به طور کلی برای رسیدن به هر توسعه‌ای به صورت بهینه ارزیابی، تحلیل، سطح‌بندی نواحی ضرورت دارد، لذا در این قسمت از پژوهش درصدد است، با ارزیابی و تحلیل سطح‌بندی نواحی شهر دامغان بر اساس شهر تاثیرپذیری از شهر خلاق، میزان تاثیرپذیری مناطق ۹ گانه شهر دامغان را شناسایی و با ارائه راهکارها، شهر دامغان را به سمت شهر

جدول ۷. ماتریس کمی شده ماتریس بی مقیاس

ناحیه / شاخص	سرمایه انسانی	نوآوری	سرمایه اجتماعی	کیفیت زندگی
ناحیه یک	۰/۰۷۹	۰/۴۰۱	۰/۳۸۱	۰/۰۷۹
ناحیه دو	۰/۳۹۹	۰/۴۰۱	۰/۰۷۶	۰/۳۹۵
ناحیه سه	۰/۲۳۹	۰/۰۸۰	۰/۱۵۲	۰/۲۳۷
ناحیه چهار	۰/۳۹۹	۰/۴۸۲	۰/۴۵۷	۰/۴۷۴
ناحیه پنج	۰/۷۱۸	۰/۶۴۳	۰/۶۸۶	۰/۶۳۲
ناحیه شش	۰/۳۱۹	۰/۴۰۱	۰/۳۸۱	۰/۳۹۵
ناحیه هفت	۰/۳۹۹	۰/۰۸۰	۰/۰۷۶	۰/۲۳۷
ناحیه هشت	۰/۲۳۹	۰/۴۰۱	۰/۱۵۲	۰/۰۷۹
ناحیه نه	۰/۳۹۹	۰/۴۸۲	۰/۱۵۲	۰/۲۳۷

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

$$d_j = 1 - E_j$$

رابطه (۳) محاسبه اوزان

در ادامه برای تعیین وزن ابعاد، مراحل زیر انجام

گردیده است: بر اساس ماتریس کمی شده ماتریس بی مقیاس احتمال را تشکیل می‌دهیم.

$$W = (۰/۲۵۱, ۰/۲۶۲, ۰/۵۸۱, ۰/۵۹۱, ۵۱۷)$$

در نهایت با توجه به اوزان به دست آمده مقدار نهایی

برای هر یک از نواحی شهر دامغان محاسبه می‌شود.

نتایج رتبه‌بندی توسعه نواحی شهر دامغان بر اساس

میزان تاثیرپذیری از شاخص‌های شهر خلاق در راستای

$$E_j = -K \sum_{i=1}^n [p_{ij} \ln p_{ij}] \quad \text{رابطه (۱) محاسبه مقدار آنتروپی}$$

$$w_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^n d_j} \quad \text{رابطه (۲) محاسبه مقدار عدم اطمینان}$$

برندسازی شهری با استفاده از تکنیک SAW نشان داد، اختلافی قابل توجه به عنوان کمترین میزان توسعه به لحاظ ناحیه ۵ به عنوان بیشترین میزان تاثیرپذیری و ناحیه ۳ با شاخص‌های شهر خلاق، مطرح می‌باشند.

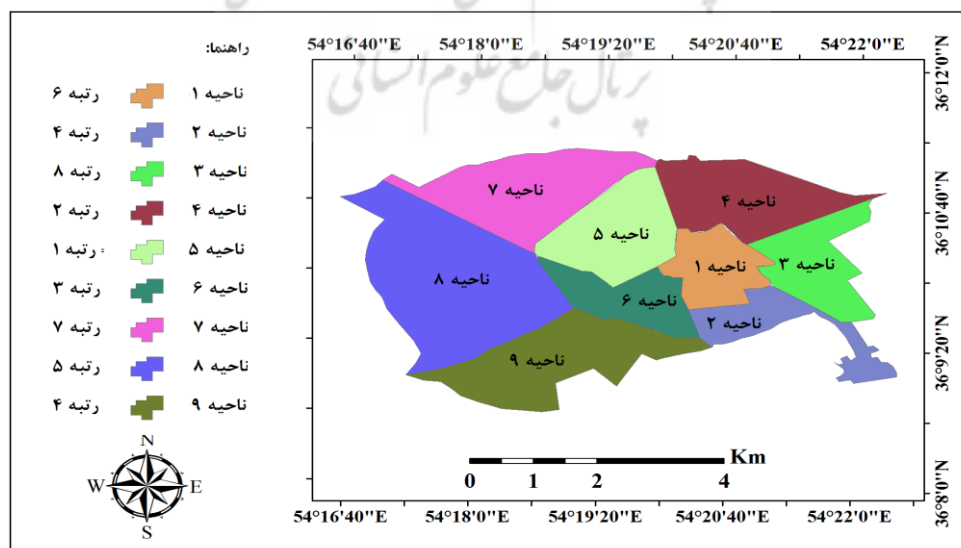
جدول ۸. طبقه‌بندی نواحی شهر دامغان بر اساس شاخص‌های شهر خلاق

رتبه	امتیاز	نواحی
۶	۰/۲۲۰	ناحیه یک
۴	۰/۳۳۶	ناحیه دو
۸	۰/۱۹۰	ناحیه سه
۲	۰/۴۶۱	ناحیه چهار
۱	۰/۶۷۰	ناحیه پنج
۳	۰/۳۸۱	ناحیه شش
۷	۰/۱۹۱	ناحیه هفت
۵	۰/۲۲۳	ناحیه هشت
۴	۰/۳۳۶	ناحیه نه

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

همراه داشته است. به طور کلی چنین به نظر می‌رسد که نواحی که در نیمه‌ی شرقی شهر دامغان شکل گرفته به عنوان نواحی قدیمی شهر محسوب می‌گردند، به دلیل تراکم جمعیت در آنها نسبت به نواحی دیگر به لحاظ امکانات و خدمات، سطح توسعه پایین‌ترین نسبت به دیگر نواحی دارا می‌باشند. در مقابل نواحی نیمه‌ی غربی شهر که عمدتاً بخشی از توسعه‌های جدید شهر محسوب می‌گردند و جمعیت نسبتاً کمتری در آنها سکونت دارند، سطح توسعه بالاتری را دارا می‌باشند.

بر اساس دیدگاه متخصصان، توسعه نواحی ۹ گانه شهر دامغان بر اساس تاثیرپذیری از شاخص‌های شهر خلاق، به ارائه خدمات و امکانات اقتصادی، مدیریتی و نهادی و غیره برمی‌گردد. میزان توسعه نواحی ۹ گانه شهر دامغان تا حدی وابسته به امکانات و خدمات شهری در میان نواحی می‌باشد، که این عامل پیامدهایی از قبیل جابه‌جایی‌هایی غیر ضروری در سطح شهر، تمرکز جمعیت و فعالیت‌ها در بخش‌هایی از شهر، گسترش مشکلات مختلف شهری و عدم برخورداری یکسان مناطق و نواحی مختلف از خدمات شهری را به



شکل ۲. رتبه‌بندی نهایی نواحی دامغان بر اساس شاخص‌های شهر خلاق، منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰



۴. بحث و نتیجه گیری

در رویکردهای نوین به شهر، شهر خلاق، به عنوان یک روش راهبردی در عرصه تفکر، برنامه ریزی و اجرای طرح-های شهری مطرح شده است. با توجه به تغییرات بسیار عمیقی که از محیط شهر در حال وقوع است. خلاقیت مسئولین، صاحبان مشاغل و ساکنین شهر، می تواند به عنوان یک عامل حیاتی در حل بسیاری از مسائل شهر به شمار رود.

در ابتدا قبل از بررسی جایگاه شاخص های شهر خلاق دامغان در جهت برندسازی، به بررسی مولفه های برندسازی در این شهر پرداخته شد. نتایج نشان داد، در بین مولفه های برندسازی شهر دامغان، تمامی میانگین مولفه ها به جزء مولفه های (احساس آرامش بانوان و سالخوردگان، میزان قانونمداری، همایش ها و گردهمایی ها، میزان تطبیق بافت مرکزی با نیاز روز، میزان شهرت و آوازه، سهم آشنایی شهر با دانش جهانی، افزایش بارندگی سالیانه، کاهش آلودگی، میزان توجه مردم و سازمان های مردم نهاد به محیط زیست، سطح بهداشت شهر، همکاری مدیریت شهری با بخش خصوصی، شفافیت امورات و تصمیمات، رضایت از عملکرد مقامات شهری، توجه مدیران به حداکثرسازی منافع)، بالاتر از حد متوسط عدد (۳)، می باشند. در ادامه نیز، به منظور میزان جایگاه شاخص های شهر خلاق در برندسازی شهر دامغان از آزمون تی تک نمونه ای استفاده شده است. با توجه به نتایج یافته ها و با احتساب دامنه طیفی که بین ۱ تا ۵ و بر اساس طیف لیکرت در نوسان است، این میزان در گویه های شاخص های (سرمایه اجتماعی، نوآوری، کیفیت زندگی، سرمایه انسانی) از عدد مطلوبیت (۳)، کمتر ارزیابی شده و در سطح آلفای ۰/۰۰۰ معنادار است. در واقع تحلیل میانگین عددی نشان دهنده جایگاه کم شاخص های شهر خلاق در جهت برندسازی شهر دامغان می باشد.

مقادیر ضریب همبستگی اسپیرمن، بین شاخص های شهر خلاق در راستای برندسازی و ابعاد مختلف توسعه پایدار (اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، کالبدی)، نشان داد که بین تمامی شاخص های شهر خلاق در راستای برندسازی با ابعاد توسعه پایدار (اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، کالبدی)، رابطه مثبت و معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد وجود دارد. ماتریس همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته نشان داد توسعه اقتصادی با مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن به دست آمده ۰/۶۵۴، بالاترین ارتباط را با شاخص های شهر خلاق دارد.

در ادامه جهت بررسی میزان تاثیرپذیری توسعه نواحی نه گانه شهر دامغان بر اساس تاثیرپذیری از شاخص های شهر خلاق در جهت برندسازی چگونه می باشد؟ از مدل SAW استفاده شد. نتایج نشان داد، ناحیه ۵، به عنوان بیشترین تاثیرپذیری و ناحیه ۳ با اختلافی قابل توجه به عنوان کمترین میزان توسعه به لحاظ شاخص های شهر خلاق، مطرح می-باشند. نتایج پژوهش حاضر، با یافته های پژوهش های محمودی آذر و داودپور، (۱۳۹۸)، ضرابی و همکاران، (۱۳۹۳)، لنگ و همکاران (۲۰۱۴)، هم راستا می باشد.

در پایان به منظور تقویت وضعیت شاخص های شهر خلاق در توسعه شهر دامغان پیشنهادهای هر چند کلی به شرح ذیل مطرح می شود. امید است که با ارزیابی و تحلیل این فرایند در شهر دامغان و راهبردهای شهر خلاق، مدیران و برنامه ریزان شهری با توجه به ظرفیت های موجود و مزیت-های رقابتی شهر دامغان را سمت خلاقیت شهری سوق دهند. بنابراین بر اساس نتایج به دست آمده، اگر شاخص های شهر خلاق در مدیریت شهری مورد توجه قرار گیرد و سرلوحه برنامه ریزان شهری در شهر دامغان قرار گیرد، شاهد شکل-گیری شهری پایدار، سرزنده، با زیست پذیری و کیفیت زندگی بالا خواهیم بود.

عنوان راهبرد اصلی شهرها برای تبدیل شدن به شهر خلاق در دامغان در جهت برندسازی پایدار.

برای توسعه شهر دامغان، باید سیاست‌هایی در راستای حرکت به سمت خلاقیت بیشتر در شاخص‌هایی از جمله زیرساخت‌های حمل و نقل، اقامتی، پذیرایی، خرید و غیره متناسب با نیاز گردشگران داخلی و خارجی انجام گیرد.

تقدیر و سیاست‌گذاری

بنا به اظهار نویسنده مسئول، پژوهش حاضر برگرفته از رساله دکتری مصطفی فوادیان، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان است، و فاقد حامی مالی می‌باشد.

توسعه فعالیت‌های خلاقانه و فرهنگی در شهر دامغان به ویژه در نواحی ۱، ۳، ۷ در سطح کم برخوردار (محروم) که از لحاظ شاخص‌های شهر خلاق در وضعیت بدی قرار دارند. زیرا توسعه فعالیت‌های خلاقانه وسیله‌ای برای توسعه شهر در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، زیست محیطی) هستند و فرصت‌هایی برای محلات و گروه‌های مختلف انسانی که دچار وضعیت نامساعدی می‌باشند فراهم می‌سازد.

افزایش بودجه در بعد تاریخی و فرهنگی حمایت از تنوع در فرهنگ و هنر، افزایش دسترسی و مشارکت در فرهنگ شهری. توسعه زیرساخت‌های تاریخی و فرهنگی به

فهرست منابع

- اوریا، میترا و مرصوسی، نفیسه. ۱۴۰۰. "تحلیل و سنجش مولفه های شهر خلاق در شهر تبریز". **دومین کنفرانس بین المللی فناوری های نوین در مهندسی معماری و شهرسازی ایران**. تهران.
- باقری کشکولی، علی. ضرابی، اصغر. موسوی، میرنجف. ۱۳۹۸. "اولویت‌بندی عوامل موثر در تحقق‌پذیری شهر خلاق با رویکرد ارزیابی شاخص‌های توسعه پایدار (مطالعه موردی: شهرهای استان یزد)". **جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای**، سال هفدهم. شماره ۱. شماره پیاپی ۳۲. صص ۲۳-۵۱.
- پورذکریا، مریم و سمیه فدائی نژاد بهرام‌جردی. ۱۳۹۸. "بازخوانی رویکرد بازآفرینی فرهنگ-منا در ساخت شهر خلاق (تدوین چارچوب تحلیلی بازآفرینی قطب خلاق و فرهنگی)". **باغ نظر**. دوره ۱۶. شماره ۷۷. صص ۵-۱۴.
- حسین پور، سیدعلی، امیرگیلکی، مهشاد، حفار، امیرمحمد و غزاله کامل ساقیان. ۱۳۹۸. "تبیین شاخص‌های شهر خلاق در خیابان ابوطالب مشهد با استفاده از مدل AHP". **مطالعات طراحی شهری و پژوهش‌های شهری**. دوره ۲. شماره ۷. صص ۱۷-۲۴.
- حسینی، سیدعلی، قلی‌پور، یاسر و اعظم مظفری. ۱۳۹۵. "تحلیل شاخص‌های شهر خلاق و ارتباط آن با توسعه‌ی پایدار شهری (نمونه موردی شهر رشت)". **نشریه انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران**. شماره ۱۳. صص ۲۰۹-۲۲۷.
- شفیع‌پوریورد شاهی، پریا، طیبی مسرور، حمیدرضا، محفوظیان، مریم و شهرام شریفی. ۱۳۹۵. "فرا تحلیل تبیین نظریه‌ها، الگوها، روش‌ها و تکنیک‌های خلاقیت در معماری و طراحی". **مدیریت شهری**. شماره ۴۴. صص ۳۲۱-۳۵۰.
- ضرابی، اصغر، موسوی، میرنجف و علی کشکولی باقری. ۱۳۹۳. "بررسی میزان تحقق‌پذیری شهر خلاق (مقایسه تطبیقی بین شاخص‌های توسعه پایدار شهری و معیارهای ایجاد شهر خلاق، نمونه مورد مطالعه: شهرهای استان یزد)". **جغرافیا و توسعه فضای شهری**. شماره ۲. دوره ۱. صص ۱-۱۷.
- طرح جامع شهر دامغان. ۱۳۹۵. شهرداری شهر دامغان.
- فتوحی مهربانی، باقر، کلانتری، محسن و سیدعباس رجایی. ۱۳۹۵. "شهر خلاق و شاخص‌های شهر خلاق ایرانی"، **جغرافیا (فصلنامه بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران)**. سال ۱۴. شماره ۵۱.



کیبادی، مرضیه، فخرایی، مرضیه، علوی، سیده سارا و سیدعبدالحمید زواری. ۱۳۸۷. **شناخت صنعت فرهنگی، گزارش پایانی گام اول**. قم: نشر آصف.

مجنونی توتاخانه، علی. ۱۳۹۹. "شناسایی و تحلیل پیشران‌های کلیدی مؤثر بر شکل‌گیری شهرهای خلاق میانه اندام با استفاده از آینده-پژوهی (مطالعه موردی: شهر بناب)". **هویت شهر**. دوره ۱۴. شماره ۳، صص ۷۵-۸۸.

محمودی‌آذر، شیرزاد و زهره داودپور. ۱۳۹۸. "بررسی نقش برندسازی شهری در تحقق مفهوم شهر خلاق؛ (مورد مطالعه: ارومیه)". **مطالعات برنامه‌ریزی شهری**. شماره ۱۸. صص ۱۰۹-۱۴۱.

مرکز آمار ایران. ۱۳۹۵. نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن.

Costa, P., Magalhaes, M., Vasconcelos, B., & Sugahara, G. 2007. "A discussion on the governance of Creative Cities: some insight for policy action". *Norwegian Journal of Geography*. Vol. 61. No. 3. PP. 122-132.

Leng, K. S. Badarulzaman, N, Samat, N. & Sheikh D, S. R. 2014. "Capitalizing on urban cultural resources for creative city development: A conceptual review and the way forward for Malaysia's George Town". *Malaysian Journal of Society and Space* Vol. 10. No. 5. PP. 20-29.

LengKhuo, S. 2020. "Towards an inclusive creative city: How ready is the Historic City of George Town", Penang?, *City, Culture and Society*, Volume 23, December 2020, 100367.

Margarida, R, Mário, F, 2019, "Networks and performance of creative cities: A bibliometric analysis, *City*", *Culture and Society*, Vol. 6. PP. 12-24

Metaxas, T. 2010. "Place marketing, place branding and foreign direct investments: Defining their relationship in the frame of local economic development process". *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 6. PP. 228-243.

Paulose N.K, Sowmia, Ph. 2021. "City profile: Kochi, city region - Planning measures to make Kochi smart and creative", *Cities*, Available online 1 July 2021, 103307.

Shoshanah B. D. Miller, G. 2019. "Creative city strategies on the municipal agenda in New York, *City*", *Culture and Society*, Vol. 17, PP. 26-37.

Zenker, s., & Braun, E. 2011. Place brand management. Retrieved 2017, from *Erasmus School of economic*: <http://www.placedbrand.eu>.

Zhang, L., & Xiaobin Zhao, S. 2009. "City branding and the Olympic effect: A case study of Beijing". *Cities*. Vol. 26. PP. 245-254.



Analysis of the Position of Creative City Indicators in the Direction of Branding to Achieve Sustainable Urban Development (Case study: Damghan City)

Mostafa Foadiyan, Ph.D Student of Geography and Urban Planning Department, Faculty of Humanities, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran

Zeynab Karkehabadi^{*1}, Associate Professor of Geography and Urban Planning Department, Faculty of Humanities, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran

Saeed Kamyabi, Associate Professor of Geography Department, Faculty of Humanities, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran

Received: 3 April 2021

Accepted: 11 May 2021

Abstract

Cities today, by rethinking and contemplating their opportunities and threats, seek to increase their power to attract and present themselves. In the meantime, for many, the idea of a creative city has become a new way of looking at city development. Therefore, the purpose of this study is to Analysis of the position of creative city indicators in the direction of branding to achieve sustainable urban development in Damghan city. The present study is an analytical-applied research. The method used in the data collection stage is based on a review of valid external and internal and field sources (questionnaire). For data analysis, SPSS software and descriptive and inferential SAW model is used. The results of t-test to evaluate the position of creative city indicators in branding of Damghan city showed that in items, indicators (social capital, innovation, quality of life, human capital) are less evaluated than the utility number (3) and at the level of alpha 0. 000 is significant. In fact, the numerical average analysis shows the low position of the indicators of the creative city in the direction of branding the city of Damghan. The results of Spearman correlation test showed that there is a positive and significant relationship between the indicators of creative city and sustainable development of Damghan city. Finally, the results of SAW model showed area (5), with a score (0.670), as the most affected and area (3), with a significant difference. With a score (0.190), they are considered as the least amount of development in terms of creative city indicators.

Keywords: Creative city, Branding, Sustainable Development, Damghan City.

^{*1} Corresponding Author: email: z.karkehabadi@yahoo.com

To cite this article:

Foadiyan, M., Karkehabadi, Z., Kamyabi, S. (2021), Analysis of the Position of Creative City Indicators in the Direction of Branding to Achieve Sustainable Urban Development (Case study: Damghan City), Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas, 2(5), 127-142. Doi:10.52547/gsma.2.1.127