

## ارزیابی شاخص‌های شهر خلاق در ایجاد گردشگری خلاق شهری (مطالعه موردی: خوی)

قاسم رحیمی‌فرد\* - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز  
رسول قربانی - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز  
فریدون بابایی اقدم - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز  
رحیم حیدری چپانه - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۳/۱۹

### چکیده

گردشگران به دنبال مقاصد جدیدی با اهداف متفاوت برای اوقات فراغت‌اند. گردشگری خلاق به دنبال برجسته‌نمودن خرده‌فرهنگ‌ها در جامعه محلی و احیای میراث ملموس و ناملموس و تعامل آموزشی، احساسی و اجتماعی گردشگر، و همچنین مشارکت وی با مکان و فرهنگ مردم مقصد است. در عصر گردشگری خلاق، گردشگران فقط به دنبال دیدار آثار تاریخی و طبیعی نیستند، بلکه به دنبال درک عمیق‌تری از جامعه مقصدند. با توجه به تنوع فرهنگی و پیشینه تاریخی و آثار هنری و صنایع دستی در خوی، توجه به گردشگری خلاق در این شهر بیش از پیش احساس می‌شود. با توجه به اهمیت موضوع گردشگری خلاق و موقعیت جغرافیایی خوی در رابطه با مرز ترکیه و وجود جاذبه‌های گردشگری آن، این پژوهش در راستای تحقق چنین امری انجام گرفته است. ایجاد یک مکان گردشگری خلاق به کاربست شاخص‌های مهم شهر خلاق اعم از مشارکت، تنوع شهری، سرزندگی فضاهای شهری، کارایی، و تکنولوژی ارتباطی نیاز دارد. جامعه آماری این پژوهش شامل شهروندان مناطق دوگانه خوی است و حجم نمونه ۳۸۳ نفر تعیین شد. هدف از این مقاله ارزیابی شاخص‌های شهر خلاق در ایجاد گردشگری خلاق شهری در خوی است. در این راستا، روش پژوهش توصیفی-تحلیلی و به لحاظ هدف کاربردی است. اخذ داده‌ها و اطلاعات به صورت اسنادی و میدانی (پرسش‌نامه از شهروندان) است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد میان شاخص‌های شهر خلاق و میزان تحقق‌پذیری گردشگری خلاق شهری رابطه معنی‌داری وجود دارد. اما شهر خوی دارای شاخص‌های مناسب برای ایجاد گردشگری خلاق نیست و در مؤلفه‌های گوناگون شاخص‌های شهر خلاق در خوی ضعف‌های اساسی وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: شاخص‌های ارزیابی، شهر خلاق، شهر خوی، گردشگری خلاق، گردشگری شهری.

## مقدمه

در سال‌های اخیر مفهوم شهر خلاق به یکی از مباحث پُرطرفدار نزد صاحب‌نظران، محققان، و تصمیم‌سازان بدل شده است؛ به طوری که بیشتر شهرهای معتبر توجه خود را به سوی سیاست‌های شهر خلاق معطوف کرده‌اند؛ هم مطالعات آکادمیک هم ستاد سیاسی بر شهرهای بزرگی تمرکز دارند که بتوانند آستانه تقاضای کافی و متنوعی از مردم و فعالیت‌ها را به وجود آورند (لطفی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲). در واقع، متخصصان، هنرمندان، محققان، و ... در شهرهایی که محیط‌هایی دل‌چسب از نظر فرهنگی، اجتماعی، نهادی، و اقتصادی داشته باشد ساکن می‌شوند. در شهر خلاق، گرچه هنرمندان و فعالان در اقتصاد خلاق نقش مهمی ایفا می‌کنند، خلاقیت می‌تواند از هر منبع و از سوی هر شخصی (که به مسائل به شکل مبتکرانه پرداخته است) باشد؛ مددکار، تاجر، دانشمند، مهندس، مدیر اجرایی، یا کارمند دولت (اقبالی و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۴). فلسفه شهر خلاق این است که همیشه بیشتر از پتانسیلی که در یک مکان وجود دارد یا ما فکر می‌کنیم می‌توان از آن استفاده کرد (ریدایلی، ۲۰۱۱: ۸۷). ایده «شهر خلاق»، که از دهه ۱۹۸۰ به بعد ظهور کرد، تلاشی برای بازسازی شهر در سطح جهانی بود (راتیو، ۲۰۱۳: ۱۲۵).

در مطالعات اخیر مدیریت شهری، گردشگری یکی از خلاق‌ترین صنایعی شناخته می‌شود که نه تنها منجر به جذب گردشگران، بلکه سبب افزایش توسعه اقتصادی می‌شود (اسلوواگن و بویاردی، ۲۰۱۴). کلید موفقیت در صنعت رقابتی گردشگری تأمین تقاضاهای گردشگران از طریق ارائه محصول و خدمات خلاق است (هورنگ و همکاران، ۲۰۱۶). یکی از اشکال گردشگری که در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ مطرح شده «گردشگری خلاق» است که به طور مؤثری جامعه را در جهت نیل به توسعه پیش می‌برد. به نظر می‌رسد خلاقیت به اکسیری برای طیف گسترده‌ای از مشکلات تبدیل شده است. با توجه به این امر که خلاقیت اصل اساسی برای انسان بودن و منبعی حیاتی برای افراد، جامعه، و حیات علم اقتصاد است، جوامع خلاق پُرجنب‌وجوش و دارای اماکن انسانی پرورش‌دهنده رشد فردی، درخشان در پیشرفت‌های فرهنگی و تکنولوژیکی، تولیدکننده شغل و ثروت و پذیرای تنوع شیوه زندگی و فرهنگ‌اند (آمارنامه‌های گردشگری سازمان ملل، ۲۰۰۸). گردشگری خلاق طی چندین سال در بسیاری از کشورها، مانند نیوزلند، اتریش، اسپانیا، کانادا، ایالات متحده، و تایوان گسترش یافته است. در سال ۲۰۰۶، شبکه شهرهای خلاق سازمان یونسکو گردشگری خلاق را این‌گونه توصیف می‌کند: گردشگری خلاق سفری هدایت‌شده به سمت تجربه‌ای منتخب و اصیل به همراه یادگیری مشارکتی در هنر، میراث فرهنگی، یا ویژگی خاص یک مکان است و با کسانی که ساکن این مکان‌اند و این فرهنگ زنده را می‌سازند اتصال برقرار می‌کند (تان و همکاران، ۲۰۱۳). گردشگری فرهنگی و غنای آثار هنری و صنایع دستی موجود در کشور بهترین پشتوانه برای توسعه گردشگری خلاق است و تقریباً رایگان و بدون نیاز به سرمایه‌گذاری کلان است. می‌توان گردشگری خلاق را مطلوب‌ترین نوع گردشگری برای کشور ایران دانست. بنابراین، یکی از ابزارهای نیل به توسعه اقتصاد فرهنگی در شهرها توجه به نوآوری‌ها و خلاقیت‌های فرهنگی و پتانسیل‌های طراحی، کارآفرینی، تولید و بازاریابی و به طور کلی پتانسیل‌های اقتصادی، استعدادها، و فعالیت‌های فرهنگی است که می‌تواند به اشتغال و درآمدزایی منجر شود. تجارب گردشگری خلاق به توسعه شرایط اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی در مقصدی که ارائه می‌شود منجر می‌شود. خلاقیت به شهر مقصد گردشگری اجازه می‌دهد تا آن شهر محصولات نوآورانه را نسبتاً به سرعت توسعه دهد و همچنین خلاقیت مزایای رقابتی نسبت به جاهای دیگر به آن مقصد می‌دهد و محصولات خلاقانه، کارآفرین‌ها، و افرادی را از بخش‌های فرهنگی جذب می‌کند (رباطی انارکی، ۱۳۹۵: ۳).

گروداچ (۲۰۱۷) در مقاله خود سیاست‌های شکل‌دهی شهر خلاق را واکاوی و بیان می‌نماید که در طول دو دهه گذشته سیاست‌های فرهنگی شهری در شهرها بسیار بااهمیت‌تر شده است. گروداچ هنر و فرهنگ را علت مصرف و

توسعه‌ی دارایی‌ها و صنایع دانش می‌داند. همچنین، اشاره می‌کند که مفهوم شهر خلاق زبان سیاستی جدید و توجیهی برای پیوستن سیاست فرهنگی به برنامه‌های سیاست شهری است و در سیاست توسعه شهری این سیاست‌گذاری‌های فرهنگی نقش مهمی دارند.

کاکویچی (۲۰۱۵) در مقاله خود با نام «شهرهای فرهنگی خلاق در ژاپن: واقعیت، چشم‌انداز» به این نتیجه رسیده است که ارتقای صنایع دستی سنتی و دیگر اقدامات ظرفیت‌ساز که به افزایش جذابیت شهر کمک می‌کند به طور غیرمستقیم از لوازم خدمات‌رسان گردشگری فرهنگی است. بنابراین، سیاست شهر خلاق می‌تواند دارایی‌های فرهنگی را افزایش دهد و به تغییر مدل‌های رشد قبلی به یک مدل خدمات‌رسان و پایدار کمک کند.

پاپالو و میتلند و اسمیت (۲۰۱۴) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که خوشه‌های خلاق در توسعه گردشگری خلاق نقش مهمی دارند؛ به این صورت که تمرکز صنایع خلاق فرصت‌هایی برای مصرف و انباشت سرمایه فرهنگی مهیا می‌سازد و عواملی مانند ریخت‌شناسی، فعالیت‌های روزمره، اصالت منطقه، جو نامتعارف، و تصویر ذهنی معرکه گردشگری خلاق را پشتیبانی می‌کند.

زنگ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که تفاوت معناداری میان تقاضای گردشگران برای گردشگری خلاق فرهنگی بر اساس ویژگی‌های جمعیتی و خصوصیات رفتاری گردشگری وجود دارد که بیشتر تحت تأثیر سن و درآمد ماهیانه است و متغیرهایی مانند جنس، شغل، پیش‌زمینه تحصیلات، زمان ورود، و شیوه‌های سفر کمترین تأثیر را دارد.

دهقانی شبانی و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله تعیین شاخص‌های شهر خلاق و رتبه‌بندی کلان‌شهرهای ایران بر اساس معیارهای شهر خلاق با استفاده از روش تاپسیس اصلاح‌شده نتیجه گرفتند که شهرها و منطقه‌های خلاق باعث رشد اقتصادی کشور می‌شوند. نظریه‌های مختلفی درباره ارتباط بین خلاقیت در شهرها و منطقه‌ها و رشد اقتصادی شهرها و منطقه‌ها مطرح شده است؛ از جمله این نظریه‌ها باید به نظریه خوشه‌ای شدن نظریه سرمایه انسانی و نظریه طبقه خلاق اشاره کرد.

ملکی و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با نام «اولویت‌بندی شاخص‌های شهر خلاق با استفاده از مدل تحلیل شبکه ANP (مطالعه موردی: مناطق شهری ۱ و ۴ شهر زنجان)» به این نتیجه رسیدند که شاخص سرمایه اجتماعی (رتبه اول) و شاخص تکنولوژی (رتبه دوم) امتیاز بیشتری نسبت به دیگر شاخص‌ها دارند.

ضرابی و همکاران (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با نام «بررسی میزان تحقق‌پذیری شهر خلاق (مقایسه تطبیقی بین شاخص‌های توسعه پایدار شهری و معیارهای ایجاد شهر خلاق در بین شهرهای استان یزد)» ارتباط بین شاخص‌های توسعه پایدار و معیارهای شهر خلاق را در راستای میزان تحقق‌پذیری شهر خلاق بررسی کردند. نتایج بررسی معیارهای شهر خلاق در جهت ایجاد شهر خلاق در شهرهای استان یزد بیان‌کننده این است که متغیرهای نوآوری و آموزشی به ترتیب بیشترین تأثیرها را در ایجاد شهرهای خلاق استان یزد داشته‌اند.

بنابراین، با توجه به ناشناخته‌بودن این نوع گردشگری در شهر خوی، هدف از این مقاله بررسی شاخص‌های شهر خلاق در ایجاد گردشگری خلاق شهری در شهر خوی است تا با استفاده از این شاخص‌ها بتوان در راهبرد ایجاد گردشگری خلاق کمک شایانی به شهر خوی و به کشور عزیزمان کرد.

بنابراین، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به سؤالات زیر انجام گرفته است:

۱. شاخص‌های شهر خلاق در شهر خوی در چه سطحی قرار دارد؟

۲. کدام‌یک از مناطق شهر خوی به لحاظ شاخص‌های شهر خلاق از وضعیت مطلوب‌تری برخوردار است؟

۳. کدام‌یک از شاخص‌های شهر خلاق به‌منظور تحقق گردشگری خلاق شهری در شهر خوی تأثیر بیشتری دارد؟

## مبانی نظری

### گردشگری شهری

گردشگری معادل واژه توریسم در زبان‌های انگلیسی، فرانسه، و آلمانی است. توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و گردشگری است. در متون فارسی معادل‌های گوناگونی برای واژه توریسم آمده است، مانند گردشگری، جهانگردی، سیاحت، تفریح، و حتی ایران‌گردی. با در نظر گرفتن ابعاد مختلف، به نظر می‌رسد بهترین گزینه واژه گردشگری باشد (آلبوالدی، ۱۳۹۷: ۳). گردشگری در چارچوب الگوی فضایی خاصی عمل می‌کند که یکی از این الگوها گردشگری شهری است. شهرها معمولاً با جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، یادبودها، و مکان‌های تاریخی و فرهنگی گردشگران بسیاری را جذب می‌کنند. گردشگری شهری آن بخش از گذراندن فراغت است که در حوزه سکونتگاه شهروندان و در فضاهای باز درون شهر و حاشیه شهری تحقق پیدا می‌کند. از این نظر گردشگری شهری از گذراندن فراغت در خانه و فضای بسته و گردشگری در مقیاس ملی و جهانی متمایز می‌شود (سعیدنیا، ۱۳۹۱: ۲۷).

### شهر خلاق

مفهوم شهر خلاق در معانی و مفاهیم متعدد به کار برده شده است. شهر خلاق شهرهایی هستند که قادرند راه‌حل‌های جدیدی برای مشکلات روزمره‌شان 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 به‌شمار می‌آیند (ربانی خوراسگانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۶۱). یک شهر خلاق محیط مساعدی برای تربیت خلاقیت انسانی است و زمینه پرورش خلاقیت ساکنان خود را نیز فراهم می‌آورد. این شهرها فضای پویا و سالمی دارند و به‌صورت یک جامعه باز از تازه‌واردان استقبال و به‌سرعت خود را با ایده‌های جدید سازگار می‌کنند. همچنین، گروه‌های جدید مهاجر را به راحتی در خود جای می‌دهند و به هم‌سازی و هم‌زیستی خلاقانه آن‌ها کمک می‌کنند (رضاییان و همکاران، ۱۳۹۱: ۷۲).

از اوایل هزاره جدید برای اولین بار در تاریخ بشر بیش از ۵۰ درصد جمعیت جهان در شهرها زندگی می‌کنند. این در حالی است که بسیاری از آن‌ها در فقر و فلاکت به‌سر می‌برند و اغلب از نیازهای اساسی و حقوق اولیه محروم‌اند. با وجود این، امروزه شهرها باز هم با تقاضای روزافزون شهروندان روبه‌رو هستند (ابراهیم‌زاده و اسدیان، ۱۳۹۲: ۱۸). امروزه، از مهم‌ترین بحث‌های مربوط به شهرها خلاقیت است. اولین تعریف منسجم از شهر خلاق به لاندری و بیانچینی (۱۹۹۵) نسبت داده می‌شود و پیگیری فعالیت آن‌ها توسط لاندری (۲۰۰۰) با تغییرات جدید صنایع خلاق و اصلاحات در توسعه شهری انگلستان در اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ میلادی در ارتباط بود. بعدها، ظهور اصطلاح صنایع خلاق و تئوری طبقه خلاق که فلوریدا در سال ۲۰۰۰ عنوان کرد، زمینه‌ساز گسترش بیشتر مفهوم شهر خلاق شد (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۳).

شهر خلاق یک شهر نیرومند از لحاظ یادگیری فرهنگی و بین فرهنگی است. در این شهر، هر شهروند به استفاده از ظرفیت‌های علمی، فنی، هنری، و فرهنگی خود اطمینان خاطر دارد. نظریه شهر خلاق سعی دارد تا کیفیاتی را شرح دهد که تصویر ذهنی یک شهر را برای شهروندان و گردشگران زیباتر و خاطره آن را ماندگارتر بنماید. در این نظریه خلاقیت به‌عنوان جزئی از هوش عمومی سنجیده می‌شود و در نتیجه افزایش توان نوآوری و تولید دانش در این راه از جمله شاخص‌های سنجش میزان پیشرفت اجتماعی محسوب می‌شود (کرکه‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۲۷).

گفتنی است طراحی صنایع خلاق که از آن زمان ایجاد شد حوزه صنایع فرهنگی را به ورای حوزه هنر بسط داد و در رویکرد فعالیت‌های تجاری بالقوه تغییراتی به وجود آورد که تا همین اواخر به عنوان تغییراتی محض یا غالب در دوره‌های غیراقتصادی تلقی می‌شد (حیدری پور و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۷).

### شاخص‌های ارزیابی شهر خلاق

وجود داشتن پایه مناسبی برای بازسازی اقتصاد پویا و خلاق شهر شامل فراهم بودن شرایط کار پویا و منعطف که حضور جمعیتی متنوع و متخصص از انواع مهارت‌ها را می‌طلبد.

ساختار اقتصادی مبتنی بر مؤلفه‌های رشد خلاق و هماهنگ با برنامه‌های خلاق (خدمات، فرهنگی، شرکت‌های نوین، و ...) باشد.

توانایی جذب استعداد‌های خلاق و مستعد برای تثبیت رشد فزاینده اقتصاد شهر خلاق: در این راه تنوع فضایی برای شکوفاکردن خلاقیت و نوآوری از نکات اصلی در رسیدن به موفقیت است.

فضای شهری که اجازه شکل‌گیری اجتماعات و فضاهای عمومی جهت شناسایی استعداد‌های جوان و خلاق را پدید آورد.

ساختار بالغ شهری که با رفتارهای خلاق هماهنگ باشد: بررسی گذشته شهرها نشان می‌دهد شهرهایی که قابلیت هماهنگی با فعالیت‌های روز دنیا را دارند در بهترین موقعیت قرار می‌گیرند.

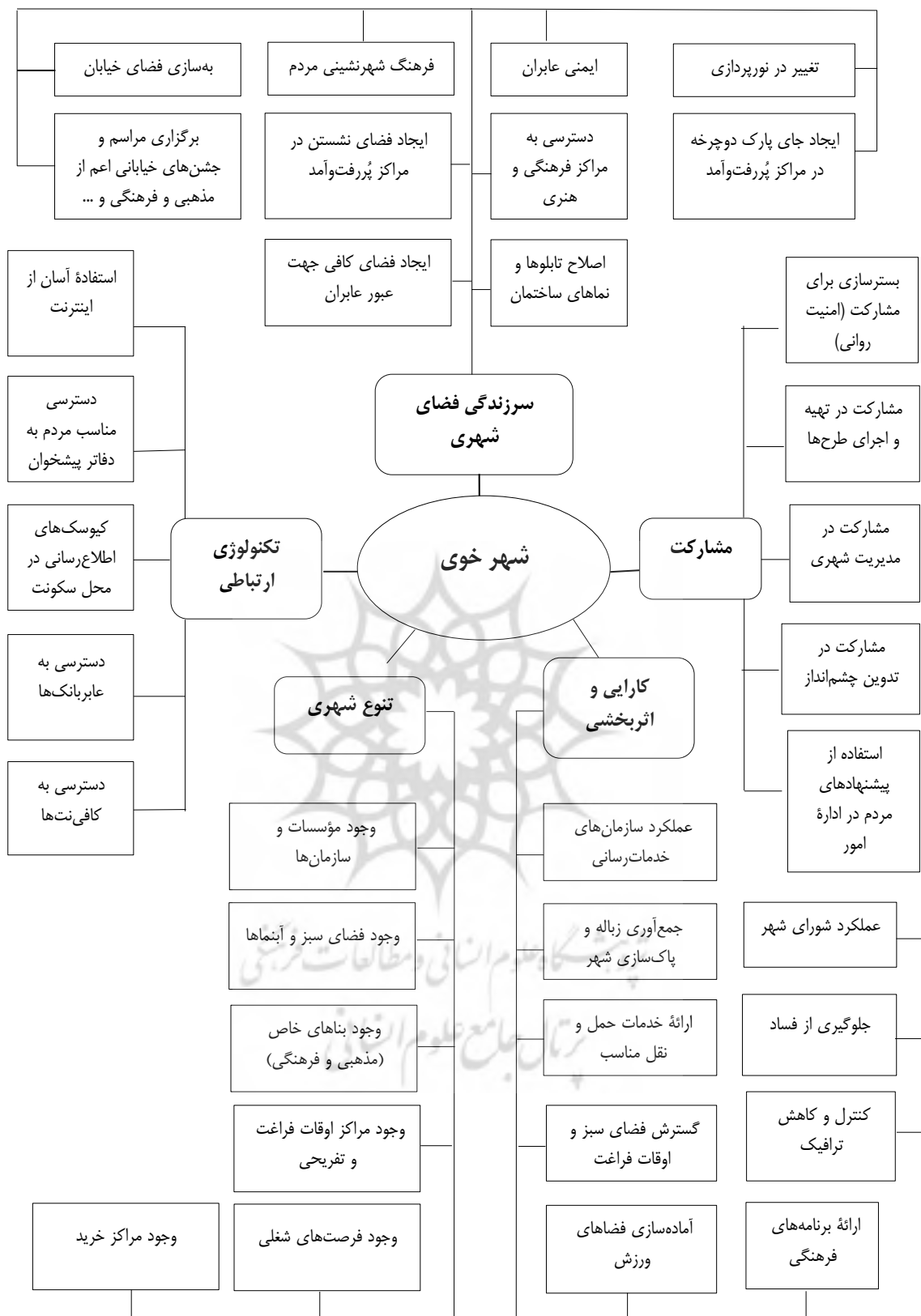
ساختار مستحکم اجتماعی که برای مردم و شرکت‌ها جذاب باشد و برای رشد اقتصادی در سطح مطلوبی قرار گیرد (جاوید و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۱).

در شهر خلاق باید همه زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری خلاق ایجاد شود تا بستر و زمینه مناسب برای کشف، ایجاد، پرورش، و جذب ایده‌های خلاق فراهم شود و شرایط توسعه و تداوم ایده‌ها و خلاقیت‌های افراد به وجود آید. با توجه به مطالعات و ادبیات پژوهش، در شکل ۱ مدل مفهومی این پژوهش ارائه شده است.

### گردشگری خلاق

اصطلاح گردشگری خلاق را ریچاردز و ریموند<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) ابداع کردند. آن‌ها گردشگری خلاق را به عنوان یادگیری یک مهارت، که بخشی از فرهنگ یک کشور یا یک اجتماع در حال بازدید در تعطیلات است، تعریف می‌کنند. این ایده برای اشکال متنوع خلاق گردشگری در یک پروژه اروپایی به نام یوروتکس<sup>۲</sup> سرچشمه گرفت که هدفش تشویق تولید صنایع دستی از طریق گردشگری بود. ایده گردشگری خلاق نه فقط به جهت برآوردن همه نیازها و خواسته‌های گردشگر مطرح شده است، بلکه با طیفی وسیعی از برنامه‌های سیاست‌گذاری معاصر شکل گرفته است. گردشگری خلاق به دلایل مختلف گزینه‌های کلیدی توسعه شناخته می‌شود و می‌تواند به اهدافی مشخص خدمت کند (بابایی همتی و موسوی، ۱۳۹۳).

گردشگری خلاق شکل پایداری از گردشگری است که فرصت توسعه ظرفیت‌های خلاقانه را از طریق مشارکت فعال در دوره‌ها و تجارب یادگیری خاص یک مقصد گردشگری فراهم می‌کند که خود از مشخصه‌های اصلی مقاصد گردشگری متولی این فعالیت‌هاست (حسنی و همکاران، ۱۳۹۶: ۸۶).



شکل ۱. شاخص‌های ارزیابی شهر خلاق در خوی (ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۹)

مأخذ: ایمان، ۱۳۹۲؛ فتوحی مهربانی و همکاران، ۱۳۹۵

از دیدگاه مقاله حاضر گردشگری شهری یکی از گونه‌های جذاب و پربازده گردشگری است که انواع مختلفی از گردشگری‌های خلاق اعم از فرهنگی و فناوری را می‌توان در آن جای داد. در این راستا نیازمند ایجاد شهر خلاق هستیم. شهر خلاق شهری است که با مشارکت شهروندان در تدوین چشم‌اندازها و تهیه و اجرای طرح‌ها و با استفاده از تکنولوژی سعی در تسهیل ارتباطات و تبادل اطلاعات و فرهنگ بین شهروندان و گردشگران می‌کند و با استفاده از تنوع و سرزندگی فرهنگ و فضاهای شهری عملکرد و کارایی سازمان‌های خدمات‌رسانی شهری را بهبود می‌بخشد. همچنین، با توجه به اهمیت گردشگری شهری در شهر خوی و با استفاده از شاخص‌های شهر خلاق می‌توان به ایجاد گردشگری خلاق در این شهر اقدام کرد. گردشگری خلاق نمونه‌ای از گردشگری است که در آن مشارکت شهروندان و گردشگران با مدیران شهری از اهمیت فراوانی برخوردار است و فناوری در راستای تبادل فرهنگ، وجود بناهای تاریخی و فرهنگی و تفریحی، محیط زیست سالم، فضای امن و راحت برای گردشگران، و خدمات‌رسانی مناسب برای آن‌ها از ضروریات چنین گردشگری است.

### روش پژوهش

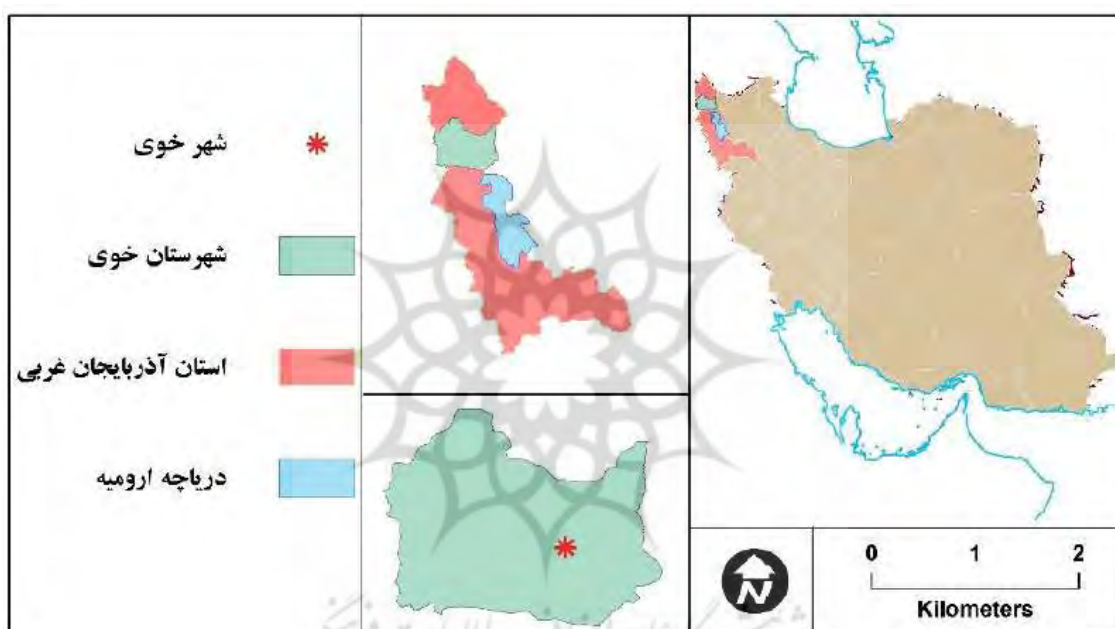
پژوهش حاضر توصیفی-تحلیلی و از نوع تحلیل همبستگی و به لحاظ هدف کاربردی است. با توجه به ماهیت موضوع و شاخص‌های موردبررسی، برای گردآوری اطلاعات از روش تحقیق اسنادی و مطالعات میدانی (روش پرسش‌نامه) استفاده شد. سؤالات بر اساس مؤلفه‌های تعیین شده در شکل ۱ به صورت پنج‌گزینه‌ای و طیف لیکرت تنظیم شد؛ برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. بدین جهت، حجم نمونه با ضریب اطمینان ۰/۹۵ و با مقدار خطای ۰/۵ با جامعه آماری ۲۲۵۹۳۱ نفر در سرشماری سال ۱۳۹۵ برابر با ۳۸۳ پرسش‌نامه محاسبه شد. برای انتخاب نمونه جامعه آماری، با توجه به اینکه شهر خوی شامل دو منطقه شهرداری است، متناسب با جمعیت هر منطقه، تعدادی پرسش‌نامه به آن منطقه اختصاص داده شد. در آخرین مراحل توزیع پرسش‌نامه در مناطق شهر، از روش نمونه‌برداری ساده استفاده شد. پس از اینکه اعتبار و روایی پرسش‌نامه با استفاده از آرای متخصصان تأیید شد، برای سنجش میزان پایایی پرسش‌نامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. در این پژوهش، مقدار آلفای کرونباخ در شاخص‌های مختلف و در مجموع با مقدار آلفای ۰/۸۵۶، که بیشتر از مقدار عددی ۰/۷ است، عدد مطلوبی است و می‌توان گفت که دقت لازم برای احراز پایایی سازه‌ها در پرسش‌نامه به کار گرفته شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده از نرم‌افزار SPSS و از آزمون‌های آماری تی تک‌نمونه‌ای (T-Test) به منظور ارزیابی شاخص‌های شهر خلاق در شهر خوی استفاده شده است. در داده‌های کمی، برای آزمون این فرضیه که آیا میانگین یک نمونه با میانگین جامعه (فرض بر توزیع نرمال) یکسان است، از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده می‌شود و از تحلیل رگرسیون چندمتغیره و تحلیل واریانس (Anova) برای بررسی و مطالعه وجود رابطه بین شاخص‌های شهر خلاق و گردشگری خلاق و مشخص کردن تأثیر هر یک از شاخص‌ها بر تحقق گردشگری خلاق شهری در خوی استفاده شده است.

### محدوده موردپژوهش

شهر خوی در استان آذربایجان غربی در دشت نسبتاً وسیعی واقع شده که اطراف آن را کوه‌ها محصور کرده‌اند. چون در محلی پست قرار گرفته در اصطلاح به آن خوی چوخور می‌گویند که به معنای گود است. شهر خوی از غرب به شرق و از شرق به غرب و از جنوب به شمال از ارتفاع کوه‌ها کاسته و به جلگه خوی ختم می‌شوند. همچنین، خوی در مختصات جغرافیایی ۵۸° و ۴۴° طول جغرافیایی و ۳۳° و ۳۸° عرض جغرافیایی قرار گرفته است (سایت فرمانداری ویژه

خوی، ۱۳۹۴). خوی به علت همسایگی با دو کشور خارجی در گذشته دارای اهمیت نظامی و سیاسی بوده است. صرف‌نظر از وضع ظاهری شهر، که حاکی از تجاری‌بودن آن است، طبق مدارک موجود، خوی از زمان‌های قدیم اهمیت بسیاری داشته است. این شهر دارای قابلیت‌ها و جاذبه‌های گوناگون تاریخی و طبیعی از نظر جذب گردشگر است. وجود آرامگاه‌های شمس تبریزی و پوریای ولی و امامزاده سیدبهبلول و جاذبه‌های طبیعی از جمله آبشار زیبای بدلان و غار علی شیخ و طبیعت سرسبز و خوش آب‌وهوای فیرورق و مزارع آفتابگردان و گل‌های محمدی و قرارگرفتن در مسیر مرز رازی (ترکیه) به‌عنوان نزدیک‌ترین مسیر جاده‌ای با شهر وان ترکیه از جمله پتانسیل‌هایی است که می‌توان از آن‌ها برای جذب گردشگران داخلی و حتی خارجی بهره‌گرفت (سایت فرمانداری ویژه خوی، ۱۳۹۴).

با توجه به اهمیت موضوع گردشگری خلاق و موقعیت مناسب جغرافیایی خوی در رابطه با مرز ترکیه و جاذبه‌های گردشگری آن، پژوهش در راستای تحقق چنین امری انجام گرفته است.



شکل ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه (خوی)  
(ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۹)

## بحث و یافته‌ها

در پژوهش حاضر شاخص‌های پنج‌گانه شهر خلاق (سرزندگی فضای شهری، مشارکت، تکنولوژی ارتباطی، کارایی و اثربخشی، تنوع شهری) بیان شد. به‌منظور ارزیابی شاخص‌های شهر خلاق در شهر خوی، با استفاده از فرمول کوکران و با توجه به جامعه آماری ۲۲۵۹۳۱ نفری خوی در سال ۱۳۹۵، از ۳۸۳ نفر به‌عنوان نمونه پرسش شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، از بین همه پاسخ‌گویان، ۵۸/۱۲ درصد پاسخ‌گویان مرد و ۴۱/۸۸ درصد آن‌ها زن بودند، ۴۶/۵ درصد پاسخ‌گویان متأهل و ۵۳/۵ درصد مجرد بودند. در بررسی تحصیلات هم مشاهده شد که از میان کل پاسخ‌گویان ۵/۵۷ درصد زیر دیپلم، ۱۲/۱۸ درصد دیپلم، ۱۴/۴۳ درصد فوق‌دیپلم، ۳۸/۴۵ درصد لیسانس، و ۲۰/۱۴ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد، و ۹/۲۳ درصد دارای تحصیلات دکتری بودند.



برای ارزیابی و سنجش شاخص‌های شهر خلاق در شهر خوی، از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شده است تا مشخص شود آیا شاخص‌های موردنظر وضعیت مطلوب یا نامطلوبی دارند. در پژوهش حاضر برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه بسته، دارای جهت مثبت و طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (۱ تا ۵ امتیاز) استفاده شد. بنابراین، هرچه قدر میانگین هر یک از شاخص‌ها از حد وسط، که در طیف لیکرت ۳ است، کمتر باشد، بیانگر وضعیت بد شاخص‌های شهر خلاق در شهر خوی است، ولی هرچه میانگین هریک از این شاخص‌ها بالاتر از حد وسط باشد نشان‌دهنده وضعیت مطلوب شاخص‌های شهر خلاق در خوی است. در این آزمون، اگر مقدار سطح معنی‌داری (sig) از ۰/۰۵ کمتر باشد، بیانگر این است که می‌توان میانگین حاصل از نمونه را به کل ساکنان شهر خوی تعمیم داد. همچنین، در هر شاخص اگر حد بالا و پایین هر دو مثبت باشند، بیانگر این است که وضعیت آن شاخص از حد وسط بالاتر است. اما در صورتی که در هر شاخص حد بالا و پایین آزمون هر دو منفی باشد، نشان‌دهنده وضعیت نامطلوب شاخص‌های شهر خلاق خوی (مشارکت، تنوع شهری، سرزندگی فضاهای شهری، کارایی و اثربخشی، و تکنولوژی ارتباطی) است.

با توجه به پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان در پژوهش، شاخص مشارکت با میانگین ۱/۷۸، شاخص تنوع شهری با میانگین ۲/۲۳، شاخص سرزندگی فضاهای شهری با میانگین ۲/۲۹، شاخص کارایی و اثربخشی با میانگین ۲/۱۲، و شاخص تکنولوژی ارتباطی با میانگین ۲/۵۵ است.

از دیدگاه شهروندان، بدترین وضعیت را شاخص مشارکت و شاخص کارایی و اثربخشی فضاهای شهری داشته‌اند. در خصوص شاخص مشارکت بیشترین انتقاد فقدان بسترسازی لازم برای مشارکت (امنیت روانی) و عدم اخذ پیشنهادهای و آرای مردم و گردشگران در امورات گردشگری بوده است.

در مورد شاخص کارایی و اثربخشی بیشترین انتقاد؛ نبود برنامه‌ریزی کافی مسئولان شهری در رابطه با جلوگیری از فساد و جرم، عدم گسترش فضای سبز و عدم ایجاد خلاقیت در ایجاد فضاهای سبز شهری بوده است.

شهروندان درباره شاخص تکنولوژی ارتباطی با سنجش گویه «دسترسی مناسب به دفاتر پیشخوان دولت»، که بالاترین امتیاز را در بین همه گویه داشته، تا حدودی نظر مساعدی دارند. همچنین، سنجش گویه «دسترسی مناسب به عابربانک‌ها» تا حدودی مناسب ارزیابی شده است. در مجموع، از میان شاخص‌های موردبررسی، شاخص‌های تکنولوژی ارتباطی با میانگین ۲/۵۵ بالاترین امتیاز را در بین شاخص‌ها به خود اختصاص داده و در بین شاخص‌ها تا حدودی به حد متوسط نزدیک است.

نتایج حاصل‌شده در جدول ۱ نشان می‌دهد، با توجه به اینکه سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر است، نتایج را می‌توان به کل جامعه تعمیم داد. با توجه به اینکه حد بالا و پایین شاخص‌ها منفی است، در مجموع، میانگین کلی شاخص‌های شهر خلاق خوی با میانگین ۲/۲۴ پایین‌تر از میانگین حد متوسط (۳) است و دارای وضعیت نامطلوبی است.

جدول ۱. بررسی میانگین شاخص‌های شهر خلاق در مناطق دوگانه شهر خوی

مناطق شهر	حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	سطح اطمینان ۹۵٪	
				حد پایین	حد بالا
منطقه ۱	۲۰۷	۲/۲۷	۰/۲۵۳	-۲/۴۸	-۲/۲۶
منطقه ۲	۱۷۶	۲/۱۱	۰/۲۷	-۲/۱۹	-۲/۰۳
جمع	۳۸۳	۲/۲۴	۰/۵۲۳	-۲/۳۴	-۲/۱۴

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۸

بررسی رابطه بین هر یک از شاخص‌های شهر خلاق در تحقق گردشگری خلاق شهری در خوی برای بررسی و مطالعه رابطه بین شاخص‌های شهر خلاق و مشخص کردن تأثیر هر یک از شاخص‌ها بر تحقق گردشگری خلاق شهری در خوی، از آزمون رگرسیون چندمتغیره استفاده شد. تحلیل رگرسیون چندمتغیره برای مطالعه تأثیرات چند متغیر مستقل در متغیر وابسته کاملاً مناسب است. در این مدل‌های آماری فرض بر این است که رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیرهای وابسته به صورت زیر است:

$$y = a + b_1(x_1) + b_2(x_2) + \dots + b_p(x_p)$$

که در این معادله پارامترهای  $b$  ضرایب رگرسیون جزئی و  $a$  مقدار عرض از مبدأ است که مقدار ثابت رگرسیون نیز نامیده می‌شود. با توجه به پنج شاخص اصلی شهر خلاق در پژوهش حاضر و تأثیرات آن‌ها در ایجاد گردشگری خلاق در شهر خوی از این آزمون استفاده شد.

نتایج حاصل شده از آزمون نشان می‌دهد که در جدول ۲ مقدار  $R$  (ضریب همبستگی چندگانه) برابر با ۰/۹۲۳ است و همبستگی بسیار بالایی بین شاخص‌های شهر خلاق (متغیر مستقل) و تحقق گردشگری خلاق شهری (متغیر وابسته) وجود دارد. بنابراین، مقدار این ضریب رابطه شاخص‌های شهر خلاق در تحقق گردشگری خلاق شهری را تأیید می‌کند؛ یعنی به ازای یک واحد تغییر در اثر انحراف معیار شاخص‌های شهر خلاق ۰/۹۲۳ درصد تغییر در تحقق گردشگری خلاق شهری ایجاد می‌شود. بنابراین، در صورت بالارفتن میانگین هر یک از شاخص‌های شهر خلاق، نقش و تأثیر آن‌ها در تحقق گردشگری خلاق شهری افزایش می‌یابد.

جدول ۲. بررسی میانگین شاخص‌های شهر خلاق در مناطق شهر خوی

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تبیین	ضریب تبیین تصحیح شده	خطای معیار
۰/۹۲۳	۰/۹۲۳	۰/۹۲۳	۰/۷۶۴

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۸

با توجه به جدول ۳، مقدار  $F$  محاسبه شده ۳/۶۶ است و مقدار سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ به دست آمده و این نشان‌دهنده آن است که بین میزان شاخص‌های پنج‌گانه بررسی شده و تحقق گردشگری خلاق شهری در شهر خوی در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۳. تحلیل واریانس رگرسیون خطی میان تحقق‌پذیری گردشگری خلاق شهری و شاخص‌های شهر خلاق

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	کمیت $F$	سطح معنی‌داری
اثر رگرسیونی	۱۱۰/۴۸	۵	۲۲/۰۹۶		
باقی‌مانده	۰/۰۰۰	۳۷۷	۰/۰۰۰	۳/۶۶	۰/۰۰۰
کل	۱۱۰/۴۸	۳۸۲			

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۸

با توجه به جدول ۲ و مقدار ضریب همبستگی چندگانه (۰/۹۲۳)، می‌توان از رابطه و ارتباط میان شاخص‌ها و عوامل بررسی شده صحبت کرد. همان‌گونه که جدول ۴ نشان می‌دهد، نقش همه شاخص‌های بررسی شده در تبیین تحقق گردشگری خلاق شهری یکسان نیست و با توجه به اینکه مقادیر بتا استاندارد بوده، می‌توان از طریق آن درباره تأثیر نسبی متغیرها پیشگویی و قضاوت کرد. از این رو، هر چه مقدار بتا بالاتر باشد، اهمیت نسبی و نقش و تأثیر آن در تبیین متغیر وابسته بیشتر است. میان شاخص‌های مشارکت، تنوع شهری، سرزندگی فضاهای شهری، کارایی و اثربخشی، تکنولوژی ارتباطی، و تحقق گردشگری خلاق شهری رابطه مستقیم وجود دارد. از میان شاخص‌های بررسی شده، شاخص سرزندگی فضاهای شهری با مقدار بتای ۰/۲۸۶ بیشترین نقش و قدرت تبیین را در پیش‌بینی تحقق شهر خلاق در محدوده مورد مطالعه داشته است، زیرا، با توجه به مقدار بتا برای متغیر کارایی و اثربخشی، به ازای یک واحد تغییر در انحراف معیار متغیر سرزندگی فضاهای شهری به اندازه ۰/۲۸۶ در انحراف معیار (خطای  $\beta$ ) شهر خلاق تغییر ایجاد می‌شود. همچنین، شاخص مشارکت با مقدار بتای ۰/۱۶۲ کمترین نقش و قدرت تأثیرگذاری را در تحقق گردشگری خلاق شهری در محدوده مورد مطالعه دارد.

جدول ۴. آماره‌های ضرایب مدل رگرسیونی شاخص‌های شهر خلاق (متغیرهای مستقل) در تحقق گردشگری خلاق شهری (متغیر وابسته)

نام متغیر	ضرایب غیراستاندارد	ضرایب استاندارد شده	T	سطح معناداری
مشارکت	۰/۲۰۰	۰/۱۶۲	-۳۶/۷۵	۰/۰۰۰
تنوع شهری	۰/۲۰۰	۰/۲۲۵	-۴۰/۸۸	۰/۰۰۰
سرزندگی فضاهای شهری	۰/۲۰۰	۰/۲۸۶	-۵۶/۳۴	۰/۰۰۰
کارایی و اثربخشی	۰/۲۰۰	۰/۱۸۵	-۶/۰۹	۰/۰۰۰
تکنولوژی ارتباطی	۰/۲۰۰	۰/۲۴۱	-۷/۷	۰/۰۰۰

مأخذ: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۸

## نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی وضعیت شاخص‌های شهر خلاق در مناطق دوگانه شهر خوی انجام شد. نتایج تحلیل واریانس نشان می‌دهد که در میان مناطق شهر خوی به لحاظ شاخص‌های شهر خلاق تفاوت معنی‌داری وجود دارد. از میان مناطق دوگانه شهر خوی، منطقه ۱ در رتبه اول قرار دارد و منطقه ۲ در بدترین وضعیت است و باید در اولویت توجه مسئولان شهر قرار گیرد. نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد میان شاخص‌های شهر خلاق (به‌عنوان متغیر مستقل) و میزان تحقق‌پذیری گردشگری خلاق شهری (به‌عنوان متغیر وابسته) رابطه معنی‌داری وجود دارد. اما خوی دارای شاخص‌های مناسب و لازم برای ایجاد گردشگری خلاق نیست و در شاخص‌های گوناگون شهر خلاق در خوی ضعف‌های اساسی وجود دارد. در رابطه با مشارکت شهروندان، که یکی از عوامل مؤثر در مدیریت شهری است، مدیران شهری خوی توجه کمتری به موضوع داشته و از اثرهای مثبت مشارکت شهروندان غافل مانده‌اند؛ چنانچه متغیر مشارکت کمترین تأثیر را در رابطه با گردشگری خلاق خوی دارد، اما در سال‌های اخیر در رابطه با فضاهای شهری کارهای ارزنده‌ای انجام گرفته و مدیریت شهری توجه ویژه‌ای در این رابطه نموده است.

نتایج تحقیق نشان داد از میان شاخص‌های مورد بررسی شاخص مشارکت و شاخص کارایی و اثربخشی بدترین وضعیت را داشته‌اند. شاخص تکنولوژی ارتباطی و سرزندگی فضاهای شهری بالاترین امتیاز را در میان شاخص‌ها به خود اختصاص داده است. در مجموع، میانگین کلی شاخص‌های شهر خلاق خوی از حد متوسط پایین‌تر است و دارای وضعیت

نامطلوبی است. بنابراین، برای تحقق گردشگری خلاق شهری خوی ضروری است سازمان‌ها و مدیران شهری از طریق برنامه‌ریزی مناسب و تقویت شاخص‌های شهر خلاق در همه مناطق شهر خوی به صورت متعادل شرایط و زمینه مناسب برای ایجاد، پرورش، و گسترش ایده‌های افراد خلاق در شهر را فراهم آورند.

پژوهش حاضر در مقایسه با پژوهش مرتبطی با عنوان «سنجش و ارزیابی وضعیت شاخص‌های شهر خلاق در شهر زاهدان» از دکتر عیسی ابراهیم‌زاده و ناصر نیری در سال ۱۳۹۷ نیز نشان داد که میانگین شاخص‌های شهر خلاق در خوی کمتر از شاخص‌های مورد مطالعه در زاهدان بوده و متغیر مشارکت همانند شهر زاهدان دارای کمترین تأثیر بوده و متغیر تکنولوژی ارتباطی نیز در ایجاد شهر خلاق در این دو شهر از تأثیر قابل‌ملاحظه‌ای برخوردار است. نیز در پژوهش حاضر شاخص تکنولوژی در شهر خوی در مقایسه با پژوهش دیگری با نام «ارزیابی شاخص‌های شهر خلاق در محله تاریخی جلفای اصفهان» از مهسا شعله و همکاران در سال ۱۳۹۷- که در آن در سطح پایین‌تری نسبت به شاخص‌های دیگر قرار دارد- از اهمیت بیشتری برخوردار است.

### پیشنهادها و راهکارها

در پایان شایسته است با توجه به پرسش‌نامه پژوهش و نتایج حاصل‌شده، راهکارهایی برای ارتقای شاخص‌های شهر خلاق در ایجاد گردشگری خلاق در شهر خوی ارائه شود که عبارت‌اند از:

- بهره‌گیری از دیدگاه‌های شهروندان. فراهم کردن زمینه‌های بهره‌گیری از دیدگاه شهروندان و احیاناً به‌کارگیری این نیروهای متخصص در امور اجرایی و تصمیم‌گیری‌های شهر؛
- برگزاری جشن‌ها و مراسم محلی برای بالابردن تعلق اجتماعی شهروندان. با توجه به اینکه یکی از مؤلفه‌های اصلی گردشگری خلاق شهری سرزندگی در فضاهای شهری است، این مورد می‌تواند در این راستا مؤثر واقع شود؛
- ایجاد و گسترش فضاهای سبز شهری با به‌کارگیری خلاقیت در ایجاد آن‌ها؛
- ایجاد پارکینگ مخصوص دوچرخه و موتورسیکلت در مراکز پُررفت‌وآمد و همچنین ایجاد فضاهایی برای نشستن؛
- خصوصاً در محدوده بازار شهر به‌منظور افزایش کارایی و سرزندگی و آسایش و راحتی گردشگران؛
- فراهم کردن شرایط مناسب برای استفاده آسان از اینترنت توسط همه شهروندان و گردشگران و دسترسی مناسب به کافی‌نت‌ها در همه مناطق خوی.

### سپاس‌گزاری

با تشکر از جناب آقای عادل شری زاده به جهت ارائه منابع مقاله که در نگارش این مقاله یاریگر این جانب بودند.

### منابع

۱. آلبوالدی، ابتسام، ۱۳۹۷، بررسی و نقش گردشگری در راستای توسعه پایدار شهری، پنجمین کنفرانس ملی مهندسی عمران، معماری و توسعه شهری.
۲. ابراهیم‌زاده، عیسی و اسدیان، مرتضی، ۱۳۹۷، سنجش و ارزیابی وضعیت شاخص‌های شهر خلاق (موردشناسی: مناطق پنجگانه شهر زاهدان)، فصل‌نامه جغرافیا و توسعه شماره ۵۲ پاییز ۱۳۹۷، ش ۵۲، صص ۱-۲۲.
۳. ابراهیم‌زاده، عیسی و اسدیان، مرتضی، ۱۳۹۲، تحلیل و ارزیابی میزان تحقق‌پذیری حکمروایی خوب شهری در ایران (موردشناسی: شهر کاشمر)، فصل‌نامه جغرافیا و آمایش شهری- منطقه‌ای، ش ۶ صص ۱۷-۳۰.

۴. اقبالی، ناصر؛ بیک‌بابایی، بشیر؛ عبدالمی، ولی؛ حسین‌زاده، محمد و هندی، هوشنگ، ۱۳۹۴، بررسی شاخص‌های شکل‌گیری شهر خلاق (مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز)، فصل‌نامه نگارش‌های نو در جغرافیای انسانی، س ۶، ش ۱، صص ۶۳-۷۹.
۵. ایمان، فاطمه، ۱۳۹۲، سطح‌بندی مناطق پانزده‌گانه شهر اصفهان با استفاده از شاخص‌های شهر خلاق، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور اصفهان.
۶. بابایی همتی، روشن و موسوی، نرجس، ۱۳۹۳، گردشگری خلاق، نشر جوانان قم.
۷. جاوید، محمدهادی؛ حسین‌پور، سیدعلی و اکبری مطلق، مصطفی، ۱۳۹۲، شهر خلاق، برنامه‌ریزی راهبردی، ج ۱، انتشارات طحان.
۸. حسینی، علی؛ بسته‌نگار، مهرنوش و خاکزار بفروبی، مرتضی، ۱۳۹۶، طراحی مدل مفهومی گردشگری خلاق، فصل‌نامه علمی- پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ۶، شماره ۱۱.
۹. حیدری‌پور، اسفندیار؛ مظفر، فرهنگ؛ فیضی، محسن و کلانتری، خلیل، ۱۳۹۷، تدوین مؤلفه‌های شهر خلاق صنایع دستی در محور فرهنگی- تاریخی اصفهان به روش تحلیل محتوا، فصل‌نامه نگارش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۱۰، شماره ۲.
۱۰. دهقانی شبانی، زهرا؛ دل‌انگیزان، سهراب؛ خان‌زادی، آزاد و ذبیحی‌دان، محمدسعید، ۱۳۹۷، تعیین شاخص‌های شهر خلاق و رتبه‌بندی کلان‌شهرهای ایران بر اساس معیارهای شهر خلاق: با استفاده از روش تاپسیس اصلاح‌شده، اقتصاد شهری، دوره ۳، ش ۱.
۱۱. رباطی انارکی، عاطفه، ۱۳۹۵، برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری خلاق (نمونه موردی: شهر نائین)، استاد راهنما: دکتر محمود محمدی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر اصفهان، دانشکده معماری و شهرسازی.
۱۲. ربانی خوراسگانی، علی؛ ربانی، رسول؛ ادیبی سده، مهدی و مؤذنی، احمد، ۱۳۹۰، بررسی نقش تنوع اجتماعی در ایجاد شهرهای خلاق و نوآور (مطالعه موردی: شهر اصفهان)، فصل‌نامه جغرافیا و توسعه، ش ۲۱، صص ۱۵۹-۱۸۰.
۱۳. رضاییان قراگوزلو، علی؛ قادری، اسماعیل و میرعباسی، رمضان، ۱۳۹۱، برنامه‌ریزی شهر خلاق، تهران: آذرخش.
۱۴. سعیدنیا، احمد و مهدی‌زاده، جواد، ۱۳۹۱، گردشگری شهری، انتشارات سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور.
۱۵. شعله، مهسا؛ صادقی، علیرضا و اشرف زاده، الهام، ۱۳۹۷، ارزیابی شاخص‌های شهر خلاق در محله تاریخی جلفای اصفهان ششمین کنفرانس ملی مهندسی عمران، معماری و توسعه شهری، صص ۱-۱۲.
۱۶. شفیعی، زاهد؛ فرخیان، فیروزه و میرقدر، لیلا، ۱۳۹۳، اصفهان به‌عنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری، فصل‌نامه جغرافیا، انجمن جغرافیای ایران، دوره جدید، س ۱۲، ش ۴۳، صص ۲۵۱-۲۷۸.
۱۷. ضرابی، اصغر؛ موسوی، میرنجف و کشکولی، علی، ۱۳۹۳، بررسی میزان تحقق‌پذیری شهر خلاق (مقایسه تطبیقی بین شاخص‌های توسعه پایدار و شهری و معیارهای ایجاد شهر خلاق، نمونه مورد مطالعه: شهرهای استان یزد)، مجله جغرافیا و توسعه فضای شهری، س ۱، ش ۱.
۱۸. فتوحی مهربانی، باقر؛ کلانتری، محسن و رجایی، سیدعباس، ۱۳۹۵، شهر خلاق و شاخص‌های شهر خلاق ایرانی، جغرافیا، فصل‌نامه علمی- پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران، ش ۱، صص ۱۰۱-۱۱۸.
۱۹. کرکه‌آبادی، زینب؛ شمسی، خضر و کامیابی، سعید، ۱۳۹۷، مروری بر مفهوم شهر خلاق با تأکید بر سنجش وضعیت خلاقیت شهری، نمونه موردی: منطق سه‌گانه قزوین، فصل‌نامه علمی- پژوهشی مطالعات برنامه‌ریزی سکونت‌گاه‌های انسانی، دوره ۱۳، شماره ۲.
۲۰. لطفی، صدیقه؛ شهبابی شه‌میری، مجتبی و نیکبخت، الناز، ۱۳۹۵، امکان‌سنجی کاربست رویکرد کلان‌شهرهای شبکه‌ای چندمرکزی خلاق در منطقه‌ای کلان‌شهری مازندران مرکزی، فصل‌نامه جغرافیا و توسعه، س ۱۴، ش ۴۳، صص ۱-۱۸.
۲۱. ملکی، سعید؛ مرادی مفرد، سمیرا و حسین‌زاده، اکبر، ۱۳۹۴، اولویت‌بندی شاخص‌های شهر خلاق با استفاده از مدل تحلیل شبکه ANP (مورد مطالعه: منطق ۱ و ۴ شهر زنجان)، شهر پایدار، دوره ۲، ش ۱، صص ۷۸-۹۸.
22. Florida, R., The rise of the creative class: and how its transformation work, leisure, community and everyday life, Basic Books, NewYork, 2000.
23. Grodach, Car, 2017, Urban cultural policy and creative city making, *Cities*, 68: 82-91.
24. Horng, J.S.; Tsai, C.Y. and Chung, Y.C., 2016, Measuring practitioners' creativity in the Taiwanese tourism and hospitality industry, *Thinking Skills and Creativity*, 19: 269-278.
25. International Recommendations for Tourism Statistics, 2008, Was prepared in accordance with the decision of the United Nations Statistical Commission.
26. Kakuchi, E., 2015, Culturally creative cities in Japan: Reality and Prospects, *City, culture and Society*, 7(2): 1-8.
27. Landry, C. and Bianchini, Franco, 1995, *The Creative City*, Demos.

28. Landry, C., 2000, *The Creative city: A toolkit for urban innovators*. London: Earthscan.
29. Pappalepore, I.; Maitland, R. and Smith, A., 2014, Prosuming creative urban areas. Evidence from East London, *Annals of Tourism Research*, 44: 227-240.
30. Ratiu, D., 2013, Creative cities and/or sustainable cities: Discourse and practices, *City, Culture and Society*, 4: 125-135.
31. Redaelli, E., 2011, Analyzing the “creative city” governance: Relational processes in Columbus, Ohio. *City, Culture and Society*. 2(2): 85-91.
32. Sleuwaegen, L. and Boiardi, P., 2014, Creativity and regional innovation: Evidence from EU regions, *Research Policy*, 43(9): 1508-1522.
33. Tan, S.k.; Kung, S.F. and Luh, D.B., 2013, A Model of Creative Experience in Creative Tourism. *Annals of Tourism Research*, 41: 153-174.
34. [www.akhoy.ostan-ag.gov.ir](http://www.akhoy.ostan-ag.gov.ir)(2013).
35. Zeng Q. J.; LV L.; Lin, L. and Biao, Z. F. , 2012, An Analysis on the Demand for Cultural Creative Tourism and Its Differences. Taking Shanghai World Expo as An Example. *Tourism Tribune*, 27(5): 103-108.

