

## Research Paper

## Analysis of the Role of Creative Tourism in Urban Development Using Moran Spatial Indexes (Case Study: Izeh city)

Massoud Kavosi<sup>1</sup>, Hamid Saberi<sup>2\*</sup>, Mehdi Momeni Najafabadi<sup>3</sup>, Ahmad Khadem Alhosseini<sup>4</sup>

1-PhD Student in Geography and Urban Planning, Tourism Research Center, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad Iran.

2-Assistant Professor, Department of Geography and Urban Planning, Tourism Research Center, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

3-Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Tourism Research Center, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

4-Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Tourism Research Center, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

**Received:** 2022/02/17

**Accepted:** 2022/04/01

**PP:** 92-109

Use your device to scan and read the article online



### Keywords:

Creative tourism, urban development, Izeh city, Moran

### Abstract

The idea of creative tourism is a new and important topic in the field of urban studies, especially the development of urban tourism, and emphasizes on improving the quality of life through new ideas of citizens. Creating creative tourism promotes urban life, which in turn expands the level of a city's relationship with other cities on a national and transnational scale. The purpose of this study is to investigate and analyze the role of creative tourism in Izeh urban development. The present study is descriptive-analytical in nature and in terms of development-applied purpose, it is based on library and survey studies. Research indicators included indicators of creative tourism (social capital, quality of life, tourism talent, physical infrastructure and tourism experience) and indicators of creative urban development (social, economic, cultural, environmental and physical). To present the model of creative tourism development and its effect on the development process of Izeh city, a questionnaire with a sample size of 325 people and a SPSS software were used. Also, the process of network analysis process for indicators related to creative urban development was analyzed in Geoda software. The results show that at the confidence level of 95%, it can be claimed that the five indicators of creative tourism in Izeh city are in a good condition and only in the physical infrastructure sector, there is a shortage. From the point of view of experts and citizens, this city has a lot of tourism potential that can be effective in the development of Izeh city, if used creatively.

**Citation:** Massoud Kavousi, Hamid Sabri, Mehdi Momeni, Ahmad Khadem Alhosseini.(2022): Analysis of the Role of Creative Tourism in Urban Development Using Moran Spatial Indexes (Case Study: Izeh city), Vol 13, No 49, PP 92-109

**DOI:** 10.30495/JUPM.2022.5504

\*Corresponding author: Hamid Saberi

**Address:** Geography Group, Islamic Azad University, Najafabad City, Isfahan Province

**Tell:**09136485732

**Email:** Gmail: Hamidsaberi2000@gmail.com

## Extended Abstract

### Introduction:

Creating creative tourism promotes urban life, which in turn expands the level of a city's relationship with other cities on a national and transnational scale. In this regard, the capabilities of creative tourism in Iran include indigenous culture and traditions, (indigenous)art, ancient architecture and urban planning, historical elements, handicrafts, natural elements, food industry, literature, folk music, as well as cultural and climatic diversity, and the language with various local dialects. If there exists a proper and logical plan, Iran can be at the top of the network of creative cities. The city of Izeh can also be successful in this regard. Izeh city has many capabilities and attractions of natural and cultural-social tourism that the creative approaches of tourism can be used to maintain and revive them. Izeh has a history of several thousand years with more than 50 registered historical and cultural monuments and many attractions left by ancient governments and dozens of holy shrines and Imamzadeh along with local culture and traditions, handicrafts, local literature, Shahnameh reading, local music, tribal ethnic diversity and various linguistic dialects, etc that can be effective in the development of Izeh city if used creatively. This issue will lead to economic, social and environmental success in addition to recognizing Izeh city in regional, national and global arenas, In this regard, the present study analyzes the role of creative tourism in the growth and development of Izeh, considering the most effective factors for creating creative tourism and contributing to urban development.

### Methodology:

The present study is a descriptive-analytical study in which data and information were collected through library methods, search in electronic information databases and field studies including a researcher-made questionnaire. The statistical population includes all citizens of Izeh city and tourism experts in the province's cultural heritage department, municipalities, university professors, city managers and tourism experts. The sample size for citizens and experts was 325 people selected randomly and by snowball

method. Then the work process was continued using SPSS software. Also, the network analysis process for indicators related to urban development was analyzed in Geoda software. In the urban network analysis process, network analyst tools are used to generate maps in the ArcGIS software environment.

### Results and discussion:

The results show that at the confidence level of 95%, it can be claimed that the the five indicators of creative tourism in Izeh city are in a good condition and only in the physical infrastructure sector, there is a shortage. The result of this part of the study corresponds to the research by Safaeipour and Jafari (2021) studying the components of creative tourism in the metropolis of Tabriz as the tourism capital of Islamic countries. They concluded that the criteria of creative physical infrastructure and creative class are the most important in the formation of a creative city. The results of examining the status of urban development components in Izeh city show that at the confidence level of 95% , it can be claimed that the indicators of urban development in Izeh city is completely unsuitable and only the index of the cultural section is slightly higher than the average. Also, the results of comparing the development of creative tourism in different urban areas of Izeh show different values, with the highest levels of creative tourism development in regions 4 and 2 and the lowest in regions 1 and 3 and 5.

### Conclusion:

Based on the findings of this study, Izeh city can be successful in the field of creative tourism. Izeh city has many capabilities and attractions of natural and cultural-social tourism that the creative approaches of tourism can be used to maintain and revive them. It can also be considered as a very suitable tool for city managers and innovators to be effective in the physical and mental improvement of the city residents along with maintaining the culture, traditions and customs of the city (only the value and property of the city). According to the research, the development and formation of the creative tourism, in addition to the important role it plays in the economic, social, environmental

and physical dynamics of the city; prevents the migration of people, especially young people and specialists, to big cities in order to find jobs, and strengthens the city in terms of its

indigenous economy and sustainable urban economy.



## مقاله پژوهشی

## تحلیل نقش گردشگری خلاق در توسعه شهری با استفاده از شاخص‌های فضایی موران (نمونه موردی شهر ایزده)

مسعود کاوسی<sup>۱</sup>، حمید صابری<sup>۲\*</sup>، مهدی مومنی نجف آبادی<sup>۳</sup>، احمد خادم الحسینی<sup>۴</sup>

- ۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، مرکز تحقیقات گردشگری، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد ایران.
- ۲- استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، مرکز تحقیقات گردشگری، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد ایران.
- ۳- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، مرکز تحقیقات گردشگری، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد ایران.
- ۴- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، مرکز تحقیقات گردشگری، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد ایران.

## چکیده

ایده گردشگری خلاق مبحثی جدید و مورد توجه در حوزه مطات شهری به ویژه توسعه گردشگری شهری بوده و بر ارتقای کیفیت زندگی به واسطه تفکرات نو شهروندان تأکید دارد. ایجاد گردشگری خلاق باعث رونق و شکوفایی حیات شهری می‌گردد، که این خود سطح مناسبات یک شهر در پیوند با سایر شهرها در مقیاس ملی و فراملی گسترش می‌دهد. هدف این پژوهش، بررسی و تحلیل نقش گردشگری خلاق در توسعه شهری ایزده می‌باشد. پژوهش حاضر به لحاظ هدف توسعه ای - کاربردی و از لحاظ روش شناسی توصیفی - تحلیلی است که گردآوری داده‌ها و اطلاعات به روش‌های کتابخانه ای و مطالعات میدانی شامل پرسشنامه محقق ساخته جمع‌آوری شد. جامعه آماری آن نیز کلیه شهروندان شهر ایزده و کارشناسان گردشگری در اداره میراث فرهنگی استان، شهرداری‌ها، اساتید دانشگاهی، مدیران شهری و متخصصین امر گردشگری هستند که با حجم نمونه ۳۲۵ نفر به روش تصادفی و گلوله برفی انتخاب شدند. شاخص‌های مربوط به گردشگری خلاق از ادبیات پژوهشی این حوزه جمع‌آوری شد. فرآیند تحلیل شبکه برای شاخص‌های مرتبط با توسعه شهری در نرم افزار Geoda تحلیل گردید. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که در سطح ۹۵ درصد اطمینان می‌توان ادعا نمود که وضعیت شاخص‌های پنج‌گانه گردشگری خلاق در سطح شهر ایزده وضعیت مناسبی دارند و تنها در بخش زیر ساخت‌های فیزیکی کمبود احساس می‌گردد. از دیدگاه کارشناسان و شهروندان، این شهر دارای قابلیت گردشگری فراوانی می‌باشد که اگر به صورت خلاقانه استفاده شوند؛ می‌تواند در توسعه شهر ایزده مؤثر و شهر در اقتصاد بومی و اقتصاد پایدار شهری تقویت شود.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۱۲

شماره صفحات: ۱-۹۲

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



## واژه‌های کلیدی:

گردشگری خلاق، توسعه شهری، شهر ایزده، موران

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

**استناد:** کاوسی، مسعود، صابری، حمید، مومنی نجف آبادی، مهدی، خادم الحسینی، احمد (۱۴۰۱): تحلیل نقش گردشگری خلاق در توسعه شهری با استفاده از شاخص‌های فضایی موران (نمونه موردی شهر ایزده)، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی شهری، سال ۱۳، شماره ۴۹، مردودشت، صص ۹۲-۱۰۹.

DOI: 10.30495/JUPM.2022.5540

\* نویسنده مسئول: حمید صابری

نشانی: استان اصفهان، شهر نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، گروه جغرافیا

تلفن: ۰۹۱۳۶۴۸۵۷۳۲

پست الکترونیکی: Hamidsaberi2000@gmail.com

## مقدمه:

مقصد، به درک عمیق تری از آن نائل خواهند آمد (Rahimi & et al, 2017: 104-105). ایجاد گردشگری خلاق باعث رونق و شکوفایی حیات شهری می‌گردد، که این خود سطح مناسبات یک شهر در پیوند با سایر شهرها در مقیاس ملی و فراملی گسترش می‌دهد. گردشگری خلاق نقش اساسی در رشد و توسعه هر شهری خواهند داشت و وجود زیر ساخت‌های فرهنگی و اقتصادی، رهبری خلاقانه و نقش افراد خلاق و نوآور از جمله امکانات زیر ساختی جهت رونق و توسعه گردشگری پایدار شهری می‌باشد (Dadashpormoghadam et al, 2020: ۸۸). طبق تحقیق و پژوهش‌های صورت گرفته؛ قابلیت‌های گردشگری خلاق در ایران را می‌توان به فرهنگ و سنت‌های بومی، هنر(بومی)، معماری و شهر سازی کهن، عناصر تاریخی، صنایع دستی، عناصر طبیعی، صنایع غذایی، ادبیات، موسیقی بومی، ژئوتوریسم، اکوتوریسم و همچنین تنوع فرهنگی، اقلیمی و زبان باگویش‌های متنوع محلی... اشاره کرد؛ که در صورت برنامه ریزی درست و منطقی در شهرهای ایران به خصوص کلان شهرها، ایران می‌تواند در رأس شبکه شهرهای خلاق قرار گیرند (Rahimi & Pazand, 2017: 199). به عنوان نمونه شهرهایی مانند اصفهان، تبریز و رشت که اکنون عضو شبکه شهرهای خلاق بوده و این موضوع بیش از پیش به شناخته شدن آنها در عرصه های بین المللی کمک می کند و حتی گردشگری خلاق در این شهرها موجب موفقیت‌های اقتصادی، اجتماعی و حتی زیست محیطی آن شده است (Zahl & et al, 20۱۹: ۷۶۵). علاوه بر این با کارگیری ابعاد گردشگری خلاق در تمام حوزه‌های شهری می‌تواند اهرم بسیار خوبی برای ارتقای این شهرها در ابعاد جهانی باشد. همچنین می‌توان آن را ابزاری بسیار مناسب برای مدیران و نوآوران شهری به شمار آورد تا در کنار حفظ فرهنگ، سنن و رسوم شهر (تنها ارزش و دارایی شهر) در ارتقای جسمی و روحی ساکنان شهر نیز تأثیرگذار باشد (Tan & et al, 2015: 759).

در همین راستا با توجه به اهمیت گردشگری خلاق در توسعه اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و بازآفرینی فضای شهری هم در دنیا و هم ایران، شهر ایده هم می‌تواند در این زمینه موفق عمل کند. شهرستان ایده به مرکزیت شهر ایده دارای قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری خلاق طبیعی و فرهنگی - اجتماعی فراوانی است که برای حفظ و احیای آن‌ها می‌توان از رویکردهای خلاقانه گردشگری استفاده کرد تا بتواند در توسعه پایدار منطقه و شهر ایده مؤثر واقع شود. شهر ایده به دلیل قرار گرفتن در دامنه‌های جنوبی کوه‌های زاگرس، شرایط اقلیمی

شهر و گردشگری دو مقوله به هم پیوسته است و در جهان دارای اثرات اجتماعی - اقتصادی فراوانی است (Mirabi et al, 2020). قرن بیست و یکم، قرن شهرها، ایده‌ها و خلاقیت‌هاست. خلاقیت انسان و استعداد او به عنوان سرمایه انسانی خلاق، محرک اصلی توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تلقی می‌شود که باید در توسعه شهری به آن توجه شود (Kalantari et al 2017: 1). شهر خلاق یک روش جدید در برنامه ریزی شهری است که چگونه اینک مردم بتوانند، فکر، برنامه ریزی و عمل خلاقانه در شهرها داشته باشند را توضیح می‌دهد. و نشان می‌دهد که ما چگونه می‌توانیم شهرهای مان از طریق بهره‌گیری از تفکرات و استعدادهای مردم، سر زنده و زیست‌پذیر کنیم (Landry, 2012: 11). در شهر خلاق مسائل شهری به صورت خلاقانه و با تفکر جمعی صاحبان اصلی فضاهای شهری، یعنی شهروندان و صاحبان مشاغل، در کنار مدیران و برنامه‌ریزان شهری مورد بررسی قرار می‌گیرند (Cook & Lazzernini, 2008: 12). فلسفه شهر خلاق این است که همیشه در یک مکان شهری پتانسیل‌های خلاق وجود دارد که باید آنها را خوب شناخت و برای آنها برنامه‌ریزی درستی تدوین نمود (Doosti & et al, ۲۰۱۹: ۳). در همین راستا یکی از راه‌های رسیدن به شهر خلاق و توسعه مناسب شهری، گردشگری خلاق می‌باشد. استاندارد سازی گردشگری فرهنگی با همراه تغییر در انگیزه‌های گردشگران، به توسعه شکل جدیدی از گردشگری در سراسر جهان موسوم به گردشگری خلاق منجر شده است. در این گردشگری، از باز تولید دارایی‌های فرهنگی جلوگیری می‌شود و منابع فرهنگی ناملموس مقصد به کمک تجربه‌های مشارکتی بیشتر افزایش می‌یابد. این بخش از گردشگری در کشورهایی که با بحران شدید اقتصادی مواجه هستند، کارایی فراوانی دارد (Castro ۲۰۱۳: ۸). گردشگری خلاق به جنبه‌های آموزشی، احساسی، اجتماعی مشارکتی 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. بنا براین گردشگری خلاق مبتنی بر فعالیتهای تجربی و تعامل عمیق با سبک زندگی جامعه مقصد است به نحوی که گردشگر به مشابه یک شهروند قلمداد می‌شود. نسل سوم گردشگری (گردشگری خلاق) با گردشگرانی مواجه است که از مرز دیدار صرف آثار تاریخی و طبیعی فراتر رفته اند و با حضور در بطن جامعه

است (Cookep, 2008: 51). که در این شاخص‌ها شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه میزبان در نظر گرفته است (Kalantari & et al, 2017: 590). در این نگرش، فرهنگ پایه اصلی توسعه محسوب می‌شود و سایر بخش‌ها از آن متأثر است. از این رو شهرها، سعی می‌کنند زمینه را برای بروز ابتکارات، نوآوری‌ها و خلاقیت ساکنین خود و نیز جذب نیروهای فکری و خلاق فراهم آورند و به نوعی به مدیریت درست در این زمینه دست یابند، که یکی از راههای رسیدن به شهر خلاق، گردشگری خلاق می‌باشد (Landry, 2012: 101). گفتمان صنعت گردشگری در حال تجربه جابه جایی از گردشگری سنتی به گردشگری خلاق است، که در آن گردشگران سعی دارند در فرهنگ‌های محلی مشارکت کنند و به تجربه‌ی فعالیت‌ها تمایل دارند. (bameri & bazrafshan ۲۰۱۸: ۷۳). این روند در جدول (۱) بیان شده است. گردشگری خلاق با شعار "موزه‌های کمتر، میدان‌های بیشتر" بر انجام فعالیت‌های تجربی و تعامل ژرف تر با زندگی واقعی فرهنگی در شهرها تمرکز می‌کند؛ در واقع در نسل سوم گردشگری، گردشگر شبیه یک شهروند رفتار می‌کند. (Campbell, 2010: ۸). در واقع در "گردشگری خلاق"، گردشگر به تعامل بیشتر آموزشی، اجتماعی، احساسی و همچنین مشارکت با مکان، فرهنگ زندگی و مردم تشویق می‌شود. مرتبط ساختن صنایع خلاق با گردشگری می‌تواند تقاضا را افزایش داده، ابتکار در گردشگری را برانگیزد (Florida, 2004: 21) و محصولات گردشگری را دوباره احیا کند. گردشگری خلاق به عنوان جدیدترین مدل گردشگری که می‌بایست با توجه به ظرفیت‌های فرهنگی و تاریخی مردم شهرها طراحی و پیاده سازی شود. هنگام صحبت در ارتباط با انواع گردشگری، همانند صنایع دیگر باید میان بازار انبوه این صنعت و بازار خاص آن تفاوت قائل شد. از دیدگاه ریچاردز و ویلسون (۲۰۰۶) پتانسیل گردشگری خلاق از گردشگری سنتی بیشتر است؛ زیرا خلاقیت ارزش افزوده بیشتری دارد و به کمک آن می‌توان مقاصد را با سرعت بیشتری به نوآوری محصولات جدید سوق داد. در نتیجه صنایع خلاق پایدارتر و پویاتر از محصولات فرهنگی ملموس خواهند بود (Tan, 2013: 47). گردشگری خلاق برآورنده سطوح بالاتری از نیاز به رشد روحی آدمی با تمرکز اصلی بر توسعه فعالانه مهارت هاست (Horng, 2016: 33). علاوه بر این گردشگری خلاق به اندازه گردشگری فرهنگی وابسته به مکان نیست زیرا منابعی را به خدمت می‌گیرد که در ماهیت اصلی خود نوعی فرآیند هستند و در نتیجه ماهیت پایدارتر و نیز سهمی در توسعه مقصد گردشگری دارد (Shafiei & et al, 2015: 257).

بسیار دلپذیر به ویژه در فصول تابستان و بهار با وجود گرمای طولانی و طاقت فرسا در سایر نقاط استان خوزستان، طبیعت سرسبز و دل انگیز آن در اوایل بهار و جاذبه‌های گردشگری بی‌نظیر اطراف آن، همه در زمره بسترهای طبیعی قابل توجه برای توسعه گردشگری منطقه و شهر ایذه می‌باشند (Safari & Sadeghi 2020: 61). همچنین شهر ایذه با داشتن قدمت تاریخی چند هزار ساله یا بیش از ۵۰ اثر تاریخی و فرهنگی ثبت شده، و جاذبه‌های به جا مانده از دولت‌های باستانی؛ مانند اشکفت سلمان، کول فرح و ده‌ها بقاع متبرکه و امام زاده به همراه تپه‌های تاریخی که اکثراً در شهر و حومه شهری قرار دارند؛ بسترهای فرهنگی تاریخی قابل توجهی برای گردشگری می‌باشند که در صورت رویکرد خلاقانه گردشگری می‌تواند در توسعه منطقه و شهر ایذه مؤثر واقع شود (Khorasani, 2018: ۱۱). از قابلیت‌های دیگر گردشگری خلاق در شهر ایذه می‌توان به فرهنگ و سنت‌های بومی، صنایع دستی، ادبیات بومی، شاهنامه خوانی، موسیقی محلی، تنوع قومی قبیله ای و گویش‌های متنوع زبانی اشاره کرد که در صورت استفاده خلاقانه می‌تواند در توسعه شهر ایذه مؤثر واقع شوند. افزون بر آنچه بیان شد؛ باید توجه داشت که شهر ایذه علیرغم پتانسیل‌های طبیعی و فرهنگی تاریخی در ردیف بیکارترین و فقیرترین شهرهای استان می‌باشد که در این میان رونق و شکل‌گیری گردشگری خلاق علاوه بر نقش مهمی که در پویایی اقتصاد و اجتماعی این شهر ایفا می‌کند؛ از مهاجرت افراد به خصوص جوانان و متخصصین به شهرهای بزرگ به منظور یافتن شغل جلوگیری کرده و شهر در اقتصاد بومی و اقتصاد پایدار شهری تقویت می‌شود. لذا در همین راستا، پژوهش حاضر، به تحلیل و بررسی نقش گردشگری خلاق در رشد و توسعه شهر ایذه پرداخته شد و برای این منظور مؤثرترین عوامل و ابعاد برای ایجاد این گردشگری و کمک به توسعه شهری مد نظر قرار گرفت. با توجه به پژوهش‌های صورت گرفته، پژوهش حاضر در پی پاسخ به این سؤال کلیدی است: گردشگری خلاق چگونه در توسعه پایدار شهر ایذه می‌تواند مؤثر باشد؟

### پیشینه و مبانی نظری تحقیق:

شهر خلاق؛ شهرهایی هستند که بر بهتر شدن محیط زندگی و ارتقای کیفیت زندگی شهروندان تأکید دارند (Mahlaki & et al, 2016: 83). به نظر فلوریدا شهری به این عنوان دست می‌یابد که عوامل استعداد، ظرفیت تحمل‌پذیری، مداراگری و تکنولوژی را به طور هم زمان و در بالاترین سطح داشته باشد (Florida, 2012 & Zahel et al, 2019: 17). به دنبال ارائه شاخص شهر خلاق توسط فلوریدا، شاخص‌های دیگری توسط صاحب نظران این محبت در کشورهای مختلف ارائه شده

جدول (۱). روند تحولات گردشگری خلاق

مرحله	دوره زمانی	شرایط	مشخصات گردشگری
گردشگری انبوه	عصر صنعتی	شرایط پایدار سیاسی و ظهور هواپیمای مسافر بری	بسته‌های گردشگری، اماکن تفریحی بزرگ و موضوعی
گردشگری فرهنگی	عصر صنعتی زدایی	حفظ میراث تاریخی، جهانی سازی و میراث فرهنگی	میراث ملموس بازدید از میراث تاریخی
گردشگری خلاق	عصر شبکه‌ها	رشد اقتصادی خلاق، افزایش تقاضا برای مشارکت	میراث ناملموس، مشارکت خلاق در فعالیت شبکه‌ها

(منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)

گیر در این امر بررسی می‌کند. در نهایت بعد چهارم (استعداد خلاق) اصلی‌ترین بعد برای شکل‌گیری این گردشگری در یک شهر است. از دیدگاه پژوهشگران، هر گاه طبقه خلاق وارد شهری شوند، اقتصاد آن شهر را ارتقا می‌دهند و زمینه برای تبدیل آن شهر به شهری خلاق فراهم می‌کنند. بدین ترتیب پایه‌های توسعه گردشگری خلاق این گونه بنا نهاده می‌شود. باید توجه داشت که همه این متغیرها ابزارهایی برای توسعه شهری هستند که با تاثیر پذیری از گردشگری خلاق عمل می‌کنند (جدول ۲).

در این پژوهش متغیرهای سهیم در رشد و توسعه گردشگری خلاق بر اساس پژوهشگران در پنج بعد تقسیم شده است. بعد اول سرمایه اجتماعی است که تعریف اصلی این گردشگری را شامل می‌شود. بر اساس این نوع گردشگری بر پایه مشارکت و تعامل سازنده میان مهمان و میزبان شکل گرفته است و یادگیری مهمان را به دنبال دارد. بعد دوم به عنوان کیفیت زندگی و بعد پنجم به زیر ساخت‌های فیزیکی پشتیبان، از متغیرهای درگیر در ایجاد شهر خلاق هستند. بعد سوم به تجربه گردشگری خلاق مربوط است که آن را از دید گردشگران در

جدول (۲). متغیرهای پژوهش

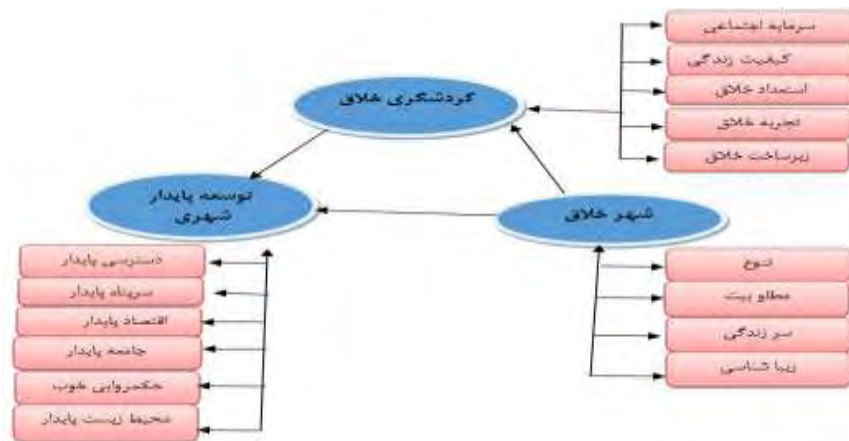
ابعاد	متغیرها	منابع
سرمایه اجتماعی	مشارکت، فعالیت شهروندان، یادگیری و تعامل مدارا، درصد جمعیت باسواد، جمعیت با تحصیلات عالی	ریچاردز ۲۰۰۰، فلوریدا ۲۰۰۲، ریچارد ویلسون ۲۰۰۷؛ بونسکو ۲۰۰۶؛ ساساکی ۲۰۱۰؛ لندری ۲۰۱۲؛ تان و همکاران ۲۰۱۳؛ اکبریان و همکاران ۱۳۹۳؛ کلانتری و همکاران ۱۳۹۵؛ زال و همکاران ۱۳۹۷؛ شفیع و همکاران، ۱۳۹۷، دوستی و همکاران ۱۳۹۸؛ ربانی خوراسگانی و همکاران ۱۳۹۸، داداش پور، ۱۳۹۸
کیفیت زندگی	فاکتورهایی مثل در آمد شخصی؛ وقت آزاد، مخارج مختص امروز فرهنگی ورفاهی؛ کیفیت امور آموزشی، میزان حس رقابت پذیری بین افراد	ریچارد سون ۲۰۰۷، یونسکو ۲۰۰۶، ساساکی ۲۰۱۰ لندری ۲۰۱۲؛ زال و همکاران ۱۳۹۷؛ دوستی ۱۳۹۸؛
تجربه خلاق	آگاهی، نیاز، انگیزه، خلاقیت	ریچارد ورموند ۲۰۰۰؛ یونسکو ۲۰۰۶؛ کمپل ۲۰۰۷؛ ریچاردز ۲۰۱۱، کاسترو ۲۰۱۳؛ تان و همکاران ۲۰۱۱؛ زال و همکاران ۱۳۹۷؛ دوستی و همکاران ۱۳۹۸؛ کلانتری و همکاران ۱۳۹۵
استعداد خلاق	طبقه خلاق؛ سرمایه انسانی، دولت خلاق، صنایع خلاق	فلوریدا ۲۰۰۲؛ ساساکی ۲۰۱۰؛ لندری و همکاران ۲۰۱۲؛ ربانی خوراسگانی و همکاران ۱۳۹۵، کلانتری و همکاران ۱۳۹۵؛ زال و همکاران ۱۳۹۷؛ دوستی و همکاران ۱۳۹۸
زیر ساخت فیزیکی پشتیبان خلاق	زیر ساخت‌های پشتیبانی خلاقیت، دارایی و میراث فرهنگی؛ فناوری	فلوریدا ۲۰۰۰، ساساکی ۲۰۱۰، لندری و همکاران ۲۰۱۳، کاسترو ۲۰۱۳، ربانی خوراسگانی ۱۳۹۵، کلانتری ۱۳۹۵، زال و همکاران ۱۳۹۷، دوستی و همکاران ۱۳۹۸

(منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)

مدل مفهومی گردشگری خلاق (پژوهش):

ضروری هستند. علاوه بر این گردشگری خلاق نیاز مبرم به ویژگی‌های اصلی یک شهر خلاق مثل: تنوع، سرزندگی، مطلوبیت و زیباشناسی دارد. در نهایت از مجموع عوامل و ویژگی‌های شهر و گردشگری خلاق منجر به توسعه پایدار شهری می‌شود. که در شکل (۲) نشان داده شده است.

در مدل پژوهشی تحقیق تمامی عوامل و فاکتورهای مؤثر در بروز گردشگری خلاق مانند: طبقه خلاق، تجربه خلاق، اقتصاد خلاق و شهر خلاق در پنج بعد سرمایه اجتماعی، کیفیت زندگی، تجربه خلاق، استعداد خلاق و زیر ساخت‌های فیزیکی پشتیبانی خلاق قرار گرفته‌اند. این ابعاد و متغیرها به یکدیگر وابسته‌اند و برای توسعه گردشگری در یک شهر لازم و



شکل ۱. مدل مفهومی گردشگری خلاق (پژوهش) (منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)

به عنوان علت و سه متغیر رضایت، دل‌بستگی به مکان و وفاداری مقصد به عنوان نتایج مشخص شده است. چین و چو (۲۰۱۹). در تحقیقی دیگر، به این نتیجه رسیدند که تجربه گردشگری خلاق دارای ابعادی چون گذر از روزمرگی، تجربیات منحصر به فرد، تعامل با ساکنان و یادگیری می باشد که منجر به ثبت خاطرات و سفر مجدد می گردد. مریس و جورجس (۲۰۲۱) نیز در پژوهشی به بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل تعیین کننده جذابیت گردشگری شهری، مورد شهر کبک و ورود پرداخته است. نتایج نشان داد برای تحریک جذابیت گردشگری ارتباطات شهرها باید بر عناصر مرتبط با کمربند گردشگری بوده و به طور موثر از رسانه های اجتماعی برای انتقال ویژگیهای مربوط استفاده کرد. پور احمد و احمدی فرد (۱۳۹۷)، به بررسی نقش گردشگری خلاق در باز آفرینی بافت تاریخی (مطالعه موردی: منطقه ۱۲ تهران)، به این نتیجه رسیدند که نمایش های عروسکی و شاخص نقاشی در کنار جاذبه های تاریخی شهر از مهم ترین عوامل و اولویت های صنایع فرهنگی به شمار می آیند که می توان آن ها را در توسعه گردشگری خلاق شهری با هدف نهایی باز آفرینی شهری به کار گرفت.

زال و همکاران (۱۳۹۸)، در تحقیقی به عنوان گردشگری خلاق، ابزاری برای توسعه شهری (مطالعه موردی: کلان شهر تبریز)، به این نتیجه رسیدند که سرمایه اجتماعی از قبیل: مشارکت مهم ترین ابزار گردشگری خلاق برای ارتقای توسعه شهری است؛ از این رو بحث مشارکت فعال در میان ساکنان شهری و تمام بخش ها امری ضروری برای ارتقای این شهر در ابعاد اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی و توسعه پایدار شهری است.

در راستای مبانی نظری تحقیق، پیشینه تجربی تحقیق به صورت زیر مطرح شده است: دن ذکر و تا بر (۲۰۱۲)، در پژوهش خود مثل خیلی از نویسندگان محیط زیست را عاملی کلیدی برای گردشگری خلاق مطرح کردند. تان و همکاران (۲۰۱۳) که مدل تجربه خلاق در گردشگری خلاق را ارائه دادند، یافته های این مقاله که فعل و انفعالات بیرونی و بازتاب های درونی، سازنده مدل تجربه خلاق گردشگران است. بخش تجربی در بردارنده هوشیاری، آگاهی، و خلاقیت است. هورن و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیقی به عنوان توریسم خلاقانه در سویس، به این نتیجه رسیدند که گردشگری به عنوان یکی از خلاقترین صنایع شناخته می شود که کلید موفقیت در صنعت رقابت گردشگری، تأمین تقاضای گردشگران از طریق ارا نه محصول و خدمات خلاق است. جرج ریچارد (۲۰۱۷)، در مقاله ای به نام توسعه گردشگری از فرهنگ تا خلاقیت؛ به این نتیجه رسیدند که گردشگری خلاق به طور بالقوه می تواند به برخی از مشکلات موجود در مدل های گردشگری معاصر مربوط شود و می تواند به ایجاد مکان های متمایز و جذاب برای ساکنان و بازدید کنندگان به طور یکسان کمک کند دیوید روس و همکاران (۲۰۱۷)، در مقاله ای، گردشگری باستان شناسی را به عنوان رویکردی خلاق مد نظر قرار دادند. این مقاله نظری، نقش تأمین کنندگان گردشگری در تسهیل تجارب گردشگری خلاق را با توجه به سرمایه گذارهای مبتکرانه آنان، مفهومی می کند. محققان معتقدند میراث ملموس و ناملموس در حوزه باستان شناسی می تواند به پتانسیل گردشگری خلاق کمک کند. چین فو چن و شین هوان چو (۲۰۱۹)، علل و پیامدهای صمیمیت ادراک شده توسط نسل جدید را در بستر گردشگری خلاق به طور نمونه در مرکز هنرپیشه در تایوان مورد بررسی قرار داده است. به طور مشخص، در مدل تجربی گردشگری پیشنهاد شده، سه متغیر منحصر به فرد بودن، هویت و جذابیت

۱. Maryse & Georges



خلاق بیشترین اهمیت در شکل‌گیری شهر خلاق دارند. اسدی و محمدی (۱۴۰۰)، به بررسی برند سازی شهری در راستای توسعه گردشگری خلاق، به این نتایج رسیدند که توسعه گردشگری خلاق به کمک برند شهر به ایجاد یک مسیر گردشگری منجر می‌شود که به پیشبرد گردشگری، صادرات و سرمایه‌گذاری در شهر منجر می‌شود. قنبری و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی مدل میزبانی روستاییان در گردشگری خلاق؛ روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان پرداختند و نشان دادند که تاثیر عامل رفتاری بر میزبانی بیشتر بوده است.

### مواد و روش تحقیق:

پژوهش حاضر به لحاظ هدف توسعه ای - کاربردی و از لحاظ روش شناسی توصیفی - تحلیلی است که گرد آوری داده ها و اطلاعات به روش های کتابخانه ای، جست و جو در پایگاه های الکترونیکی اطلاعات و مطالعات میدانی شامل پرسشنامه محقق ساخته جمع آوری شد. جامعه آماری آن نیز کلیه شهروندان شهر ایزده و کارشناسان گردشگری در اداره میراث فرهنگی استان، شهرداری ها، اساتید دانشگاهی، مدیران شهری و کارشناسان امر گردشگری هستند. حجم نمونه برای شهروندان و کارشناسان ۳۲۵ نفر به روش تصادفی و گلوله برفی انتخاب شدند. در ادامه با استفاده از نرم افزار spss روند کار ادامه یافت. همچنین فرایند تحلیل شبکه برای شاخص‌های مرتبط با توسعه شهری در نرم افزار Geoda تحلیل گردید. در فرایند تحلیل شبکه شهری برای تولید نقشه‌ها از ابزار ( Network Analyst Tools) در محیط نرم افزار ArcGIS استفاده شده است.

صابری‌فر (۱۳۹۹) به بررسی نقش گردشگری خلاق در ماندگاری و اثر آن بر توسعه توسعه اقتصادی (نمونه موردی بشرویه خراسان جنوبی) پرداخت و نشان داد که در شرایط عادی به ازای ورود گردشگران داخلی در مجموع ۱۳۱ نفر بر تعداد شاغلین شهر افزوده شده و تولید شهر نیز از این لحاظ ۵۶۷ میلیارد ریال منفعت به دست می‌آورد. اما در سال مورد نظر (۱۳۹۸) و با بهره‌مندی از گردشگری خلاق، این میزان به ترتیب به سطح ۱۶۶ نفر و ۷۰۶ میلیارد ریال افزایش می‌یابد. موسوی و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی و تدوین سناریوهای گردشگری خلاق در شهر ارومیه پرداختند و به این نتایج رسیدند که شرایط نا امیدکننده ای برای توسعه گردشگری خلاق شهر ارومیه وجود دارد و لزوم برنامه‌ریزی جهت مقابله و کاهش تأثیرات منفی ناشی از وقوع آن‌ها و همچنین ضرورت توجه به سناریو مطلوب یا همان توسعه گردشگری خلاق شهر ارومیه را ضروری ساخته است. سالاری پور و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی و تبیین راهبردهای توسعه گردشگری خلاق در شهر رشت پرداختند. نتایج نشان داد که میان شاخص‌های شهر خلاق وضعیت شاخص اقتصادی شهر رشت نسب به سایر شاخص‌ها بهتر است. حکمت نیا و باقری (۱۳۹۹) به تحلیل اثرات گردشگری بر پایداری اقتصاد و در آمد شهروندی در شهر بابک - کرمان پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که گردشگری توانسته است موجبات توانمندی و پایداری اقتصاد شهری را در شهر بابک فراهم آورد. صفایی پور و جعفری (۱۴۰۰) به بررسی وضعیت مؤلفه‌های گردشگری خلاق در کلان شهر تبریز به عنوان پایتخت گردشگری کشورهای اسلامی پرداختند به این نتایج رسیدند که معیارهای زیرساخت‌های خلاقیت و طبقه

جدول (۳). ضریب آلفا بار شاخص‌های پژوهش

ضریب الفا	گویه	متغیر	شاخص
۰/۶۶	مشارکت ، مشارکت مدیران شهری و...	مشارکت	سرمایه اجتماعی
	تعامل و یادگیری بین مهمان و میزبان	یادگیری تعامل	
	مدارا بین میزبان و مهمان	مدارا و تحمل	
۰/۷۴	درآمد شخصی، بهبود در آمد	درآمد	کیفیت زندگی
	وقت آزاد، نیاز به اوقات فراغت و ...	وقت آزاد و سرگرمی	
	فکرغناهی فضای شهری و امکانات رفاهی.	غناهی فضای شهری	
۰/۸۰	هنرمندان، کار آفرینان و طبقه خلاق.	طبقه خلاق	گردشگری خلاق
	نیروی جوان، باهوش، تحصیلات عالی.	سرمایه‌های انسانی	
	صنایع بومی: صنایع دستی، شاهنامه خوانی، غذاهای محلی	صنایع خلاق	
۰/۷۵	آموزش عالی، مدارس فنی حرفه ایی و ...	زیرساخت پشتیبانی	زیرساخت فیزیکی
	موزه ها، بناهای تاریخی، عناصر طبیعی و گردشگری.	دارایی و میراث فرهنگی	
۰/۷۳	احساس نیاز مردم و مدیران شهری	نیاز، انگیزه	تجربه گردشگری
	فکر خلاق داشتن.	خلاقیت	
۰/۸۴	پذیرش تنوع قومی و قبیله‌ای، تنوع اجتماعی	پذیرش تنوع	توسعه شهری
	وحدت، همکاری و تعامل، مهمان نوازی و...	اعتماد اجتماعی	

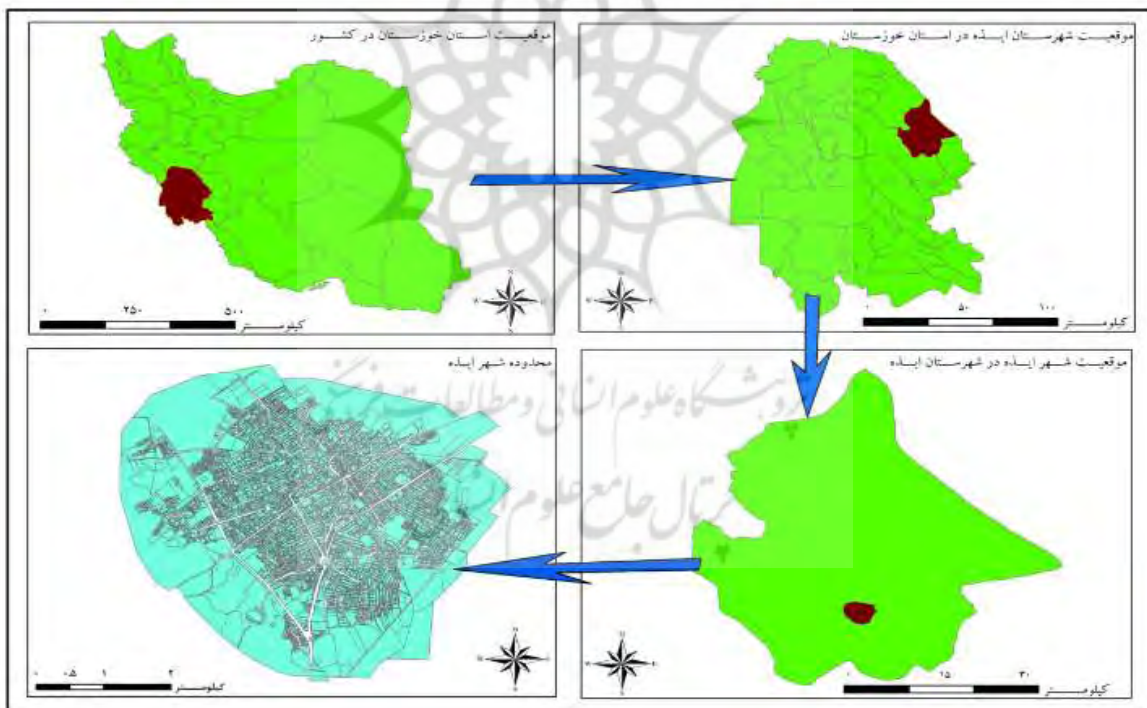
اقتصادی	اشتغال درآمد	ایجاد فرصت شغلی، گسترش خدمات، تنوع افزایش درآمد، افزایش قدرت خرید، افزایش ارزش	۰/۸۸
فرهنگی	کاهش مهاجرت تعاملات فرهنگی	سکونت و اشتغال، افزایش آگاهی، افزایش امنیت معرفی آداب رسوم، گسترش فرهنگ محلی	۰/۷۸
زیست محیطی	حفاظت از منابع طبیعی بهبود محیط زیست	حفاظت از منابع طبیعی، مصرف بهینه آب و خاک حفظ بهداشت عمومی، مدیریت مواد زائد و ...	۰/۸۷
کالبدی	تغییر کاربری افزایش امکانات	تغییر و برنامه‌ریزی کاربری‌های شهری، گسترش فضای خدماتی، افزایش فضای تفریحی ایجاد امکانات اقامتی، افزایش و بهبود کیفیت راه	۰/۸۸

(منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)

### قلمرو مطالعه:

های ایلخانی، اشکانیان، ایلامیان نو، الیمائی و هخامنشیان ایزده را منطقه ای برای سکونت فصلی یا دایم یا شکارگاه معتدله خود برگزیدند. ایزده با شهرستان‌های باغملک، مسجد سلیمان، اندیکا و با استان چهارمحال و بختیاری هم مرز است. شهرستان ایزده در جنوب غرب ایران است که پیشینه تاریخی آن بنا بر پژوهش‌های انجام شده، و وجود آثار و سنگ نبشته‌های باستانی مربوط به دوران ایلامیان می‌باشد. نام قدیمی این شهر در زمان اتابکان لر مال امیر (مالمیر) نیز نامیده می‌شد. ایزده همچنین پایتخت حکومت اتابکان لر بزرگ و الیمائی بوده‌است.

ایزده، شهری است که بخش بزرگی از تاریخ ایران را در خود نهفته دارد. وجود سنگ نبشته‌های دوره عیلام در این شهر نشان‌دهنده باستانی بودن شهر است. شهر ایزده که در یک دشت صاف و هموار شهرستان قرار گرفته است دارای آب و هوای معتدل کوهستانی است. ایزده به دلیل موقعیت خاص جغرافیایی و استراتژیک ناحیه ای و آرایش منطقه ای، وجود کوه‌های مرتفع و دشت وسیع و چهار راه ایلیاتی کوچ رو گرمسیر بیلاق مورد توجه پادشاهان و بزرگان دوران گذشته نیز بوده‌است. حکومت



شکل (۲). موقعیت شهر مورد مطالعه (نگارندگان، ۱۴۰۰)

نمونه بین ۳۱-۴۵ سال سن دارند. ۹۴ نفر (۲۸/۹ درصد) از اعضای نمونه دارای سنی بین ۱۵-۳۰ سال هستند. افرادی که بین ۳۰-۴۶ سال هستند، ۵۳ نفر (۱۶/۳ درصد) از اعضای نمونه را تشکیل می‌دهند. همچنین تنها ۷ نفر (۲/۲ درصد) از اعضای نمونه در طبقه سنی بالاتر از ۶۰ سال قرار دارند. همچنین در طبقه

### بحث و ارائه یافته‌ها:

#### ویژگی توصیفی پاسخگویان

بر اساس یافته‌های توصیفی حاصل از پرسشنامه تحقیق، ۱۹۳ نفر (۵۹/۴ درصد) از اعضای نمونه مرد و ۱۳۲ نفر (۴۰/۶ درصد) از اعضای نمونه زن بوده‌اند. ۱۷۱ نفر (۵۲/۶ درصد) از اعضای

### بررسی وضعیت مؤلفه های گردشگری خلاق در سطح شهر ایزه:

جهت بررسی تعیین وضع موجود شاخص‌های گردشگری خلاق در سطح شهر ایزه از آزمون تی تک نمونه ای استفاده می‌شود بر اساس نتایج جدول (۴) از بین شاخص‌های یاد شده؛ زیرساخت‌های فیزیکی دارای کمترین مقدار میانگین را در بین شاخص‌های یاد شده دارا بوده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آزمون پارامتریک تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که میانگین نظرات پاسخگویان در ارتباط با وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق به ترتیب (Mean=۳/۴۲) می‌باشد. که این عدد از مقدار میانگین فرضی که ۳ است، بزرگتر می‌باشد. از طرفی دیگر، با مد نظر گرفتن یک طرفه بودن آزمون و مثبت بودن حد بالا و پایین، مقدار میانگین از مقدار مورد آزمون بیشتر است. همچنین با توجه به معناداری (Sig) برآورد شده که کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد ( $P < 0/05$ )؛ در سطح ۹۵ درصد اطمینان می‌توان ادعا نمود که وضعیت شاخص‌های پنج گانه گردشگری خلاق در سطح شهر ایزه وضعیت مناسبی دارند.

سنی زیر ۱۵ سال هیچ یک از افراد نمونه قرار نداشتند، ۱۴۲ نفر (۴۳/۷ درصد) از اعضای نمونه در مقطع لیسانس تحصیلات داشتند. سپس ۷۷ نفر (۲۳/۷ درصد) از اعضای نمونه دارای فوق لیسانس بودند. همچنین دیپلم ۴۱ نفر (۱۲/۶ درصد) از اعضای نمونه را تشکیل می‌دادند. سپس فوق دیپلم‌ها ۳۳ نفر (۱۰/۲) درصد، افراد دارای مدرک دکتری ۱۸ نفر (۵/۵) درصد و زیردیپلم‌ها ۱۴ نفر (۴/۳) درصد از اعضای نمونه را تشکیل می‌دهند، ۸۷ نفر (۲۶/۸ درصد) از اعضای نمونه در محلات جنوبی سکونت داشتند. سپس ۷۲ نفر (۲۲/۲ درصد) از اعضای نمونه در محلات شمالی بودند. همچنین محلات مرکزی ۶۹ نفر (۲۱/۲ درصد) از اعضای نمونه را تشکیل می‌دادند. سپس محلات شرقی ۵۹ نفر (۱۸/۲) درصد و محلات غربی ۳۸ نفر (۱۱/۷) درصد از اعضای نمونه را تشکیل می‌دهند، ۱۴۰ نفر (۴۳/۱ درصد) از اعضای نمونه دارای شغل دولتی بودند. سپس ۱۱۰ نفر (۳۳/۸ درصد) از اعضای نمونه دارای شغل خصوصی بودند. همچنین دانشجویان ۷۵ نفر (۲۳/۱ درصد) از اعضای نمونه را تشکیل می‌دادند.

جدول (۴). بررسی و تحلیل وضع موجود شاخص‌های گردشگری خلاق

نام متغیر	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	میانگین فرضی	سطح معنی داری
سرمایه اجتماعی	۳۲۵	۴/۴۲	۰/۵۱	۳	۰/۰۰۰
کیفیت زندگی	۳۲۵	۳/۱۵	۰/۶۶	۳	۰/۰۰۰
استعداد گردشگری	۳۲۵	۳/۸۸	۰/۵۹	۳	۰/۰۰۰
زیرساخت فیزیکی	۳۲۵	۲/۶۹	۰/۷۱	۳	۰/۰۰۰
تجربه گردشگری	۳۲۵	۴/۱۲	۰/۶۰	۳	۰/۰۰۰

(منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)

جهت بررسی تعیین وضع موجود شاخص‌های توسعه شهری در سطح شهر ایزه از آزمون تی تک نمونه ای استفاده می‌شود. بر اساس نتایج جدول (۵) از بین شاخص‌های یاد شده؛ شاخص اقتصادی بیشترین مقدار میانگین را در بین شاخص‌های یاد شده دارا بوده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آزمون پارامتریک تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که میانگین نظرات پاسخگویان در ارتباط با وضعیت شاخص‌های توسعه شهری در سطح شهر ایزه وضعیت مناسبی دارند.

### بررسی وضعیت مؤلفه های توسعه شهری در سطح شهر ایزه:

جهت بررسی تعیین وضع موجود شاخص‌های توسعه شهری در سطح شهر ایزه از آزمون تی تک نمونه ای استفاده می‌شود. بر اساس نتایج جدول (۵) از بین شاخص‌های یاد شده؛ شاخص اقتصادی بیشترین مقدار میانگین را در بین شاخص‌های یاد شده دارا بوده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آزمون پارامتریک تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که میانگین نظرات پاسخگویان در ارتباط با وضعیت شاخص‌های توسعه شهری به ترتیب

جدول (۵). بررسی و تحلیل وضع موجود شاخص‌های توسعه شهری

نام متغیر	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	میانگین فرضی	سطح معنی داری
اقتصادی	۳۲۵	۴/۳۳	۰/۶۳	۳	۰/۰۰۰
اجتماعی- فرهنگی	۳۲۵	۴/۲۳	۰/۶۵	۳	۰/۰۰۰
زیست محیطی	۳۲۵	۴/۰۹	۰/۷۰	۳	۰/۰۰۰
کالبدی	۳۲۵	۴/۲۶	۰/۶۲	۳	۰/۰۰۰

(منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)

### بررسی تاثیر گردشگری خلاق بر توسعه شهری ایده:

برای مطالعه تاثیر همزمان مولفه‌های ۵ گانه گردشگری خلاق (متغیر مستقل) بر روی متغیر وابسته (توسعه شهری) از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شده است. برای این منظور، ابتدا متغیر توسعه شهری به عنوان متغیر وابسته و مولفه‌های ۵ گانه گردشگری خلاق (بعنوان متغیرهای مستقل وارد شده و با روش

گام به گام مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. بر اساس نتایج و اطلاعات مندرج در جدول (۶) می‌توان گفت: در تبیین توسعه شهری حاصله از مولفه‌های گردشگری خلاق وارد معادله رگرسیونی شده و در مجموع متغیرهای پیش‌بین حدود  $R^2 = 0/76$  از واریانس متغیر ملاک را تبیین می‌کنند. بدین صورت که وضعیت شاخص‌های یاد شده اثرات مثبتی را دارا می‌باشد که این وضعیت از حالت نرمال کمی کشیدگی دارد.

جدول (۶). بررسی تاثیر گردشگری خلاق بر توسعه شهری ایده

مولفه ها	R	R <sup>2</sup>	B	Beta	t	Sig
سرمایه اجتماعی	0/45	0/20	0/47	0/45	9/07	0/000
کیفیت زندگی	0/46	0/21	0/11	0/13	2/38	0/018
استعداد گردشگری	0/58	0/33	0/37	0/41	7/70	0/000
زیرساخت فیزیکی	0/60	0/36	0/15	0/20	3/62	0/000
تجربه گردشگری	0/66	0/44	0/32	0/36	6/80	0/000

(منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)

### مقایسه وضعیت توسعه گردشگری خلاق در ناحیه های مختلف شهر ایده:

جهت مقایسه وضعیت توسعه گردشگری خلاق در سطح شهر ایده از آزمون آنالیز واریانس یک طرفه استفاده شده و نتایج مورد نظر در جدول (۷) آورده شده است. بطور کلی هرگاه برابری بیش از دو میانگین مورد آزمون قرار گیرد، از آزمون تحلیل واریانس استفاده می‌شود. در مواردی که یک متغیر مستقل مقوله‌ای وجود داشته و آزمودنی‌ها به طور تصادفی به بیش از دو گروه تقسیم شده باشند، تحلیل یک عاملی واریانس بکار برده می‌شود. در تحلیل واریانس یک عاملی فرض صفر مبنی بر برابری تمام میانگین‌ها است. نتایج تحلیل واریانس یک طرفه نشان می‌دهد که مقایسه وضعیت توسعه گردشگری خلاق در

سطح شهر ایده در سطح ۹۵ درصد اطمینان معنادار بوده است ( $P > 0/05$ ) و ( $F = 0/745$ ). به این معنا که میزان وضعیت گردشگری خلاق در سطح شهر ایده در میان ناحیه‌های مختلف شهری، مقادیر متفاوتی بوده است. مقایسه میانگین در بین ناحیه‌های مختلف شهری نیز نشان می‌دهد که بالاترین میزان توسعه گردشگری خلاق مربوط به ناحیه‌های ۴ و ۲ شهری به ترتیب با میانگین‌های ۴/۳۰ و ۴/۲۷ و پایین‌ترین میزان نیز مربوط به ناحیه‌های ۱ و ۳ و ۵ شهری به ترتیب با میانگین‌های ۴/۱۷، ۴/۲۱ و ۴/۲۲ بوده است. به عبارت دیگر میزان وضعیت شاخص‌های توسعه گردشگری خلاق در ناحیه‌های ۴ و ۲ شهر ایده بیشتر از دیگر ناحیه‌های شهری آن می‌باشد. اما این تفاوت معنادار نبود.

جدول (۷). مقایسه وضعیت شاخص‌های توسعه گردشگری خلاق در ناحیه‌های مختلف شهری

نام ناحیه	تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار
ناحیه ۱	۷۲	۴/۱۷	0/55
ناحیه ۲	۸۷	۴/۲۷	0/48
ناحیه ۳	۵۹	۴/۲۱	0/63
ناحیه ۴	۳۸	۴/۳۰	0/46
ناحیه ۵	۶۹	۴/۲۲	0/56

(منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)

### تحلیل وضعیت پراکندگی اثرات و ابعاد شاخص‌های پایدار شهری و گردشگری خلاق از طریق خود همبستگی فضایی:

به منظور بررسی خود همبستگی فضایی بین عوارض (شاخص‌های منتخب) از طریق باکس Weights Manager از مجموعه ابزارهای موجود در نرم افزار Geoda وزن و ضریب در روند

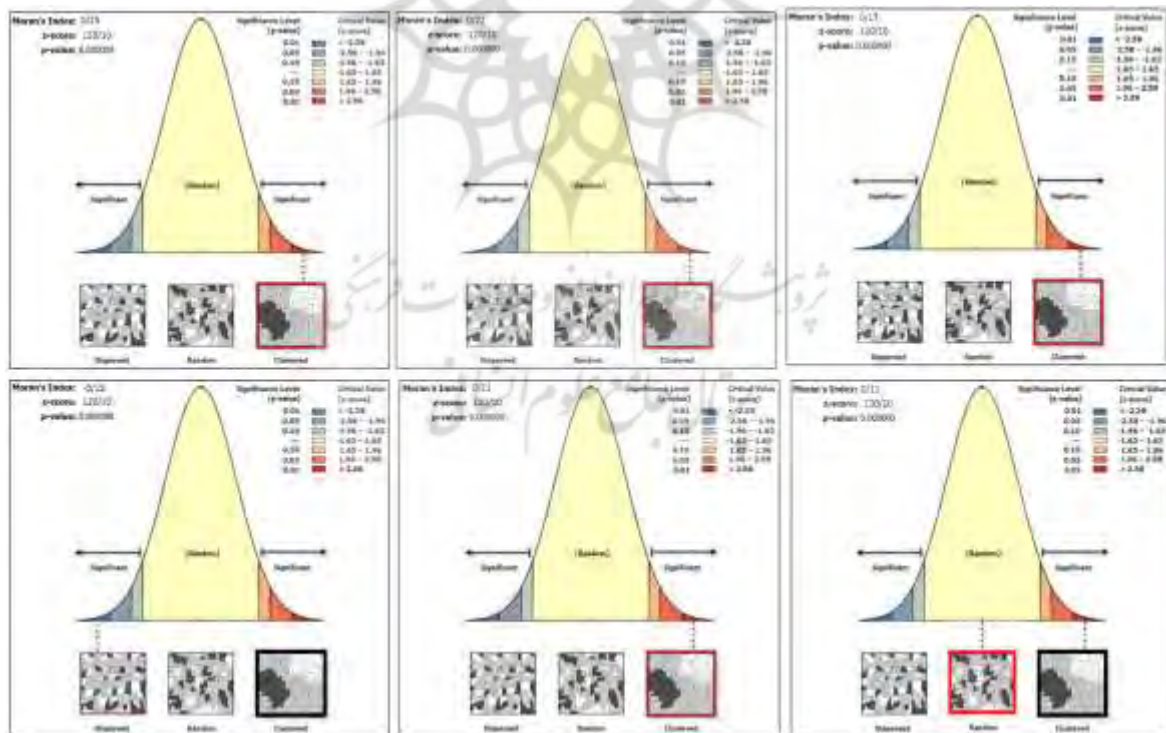
صورت خوشه‌ای، زیست محیطی و اقتصادی نیز به صورت رندم پراکنش داشتند در این الگو به وزن و اهمیت لایه‌های موثر به ترتیب با وزن نهایی موران ۰/۲۵، ۰/۱۳، ۰/۱۳ که نشان‌دهنده‌ی یک خودهمبستگی فضایی مثبت (الگوی متناسب) است. با توجه به مقدار Z که اعدادی مثبت هستند کمتر از ۳٪ درصد احتمال دارد که چنین الگوهایی از یک الگوی دیگر انتخاب و منجر شده باشد ( $p < .03$ ).

الگوی بدست آمده در لایه‌ها اعمال و در محیط Arc Gis اضافه شد شکل (۳). نتایج این مقادیر در هر شاخص قابل دسترسی هستند و به عنوان مقادیر خروجی مشتق شده برای استفاده بالقوه در مدل‌ها یا متون منتقل می‌شوند. با توجه به شکل نشان می‌دهد که منحنی جهانی موران I برای این مطالعه در هر شاخص متفاوت است به گونه‌ای که در شاخص‌های توسعه شهری مقادیر در شاخص سرمایه اجتماعی، کیفیت زندگی و استعداد گردشگری و تجربه گردشگری به صورت خوشه‌ای، و در شاخص زیرساخت فیزیکی به صورت پراکنده بودند و در شاخص گردشگری خلاق شاخص‌های اجتماعی و کالبدی به

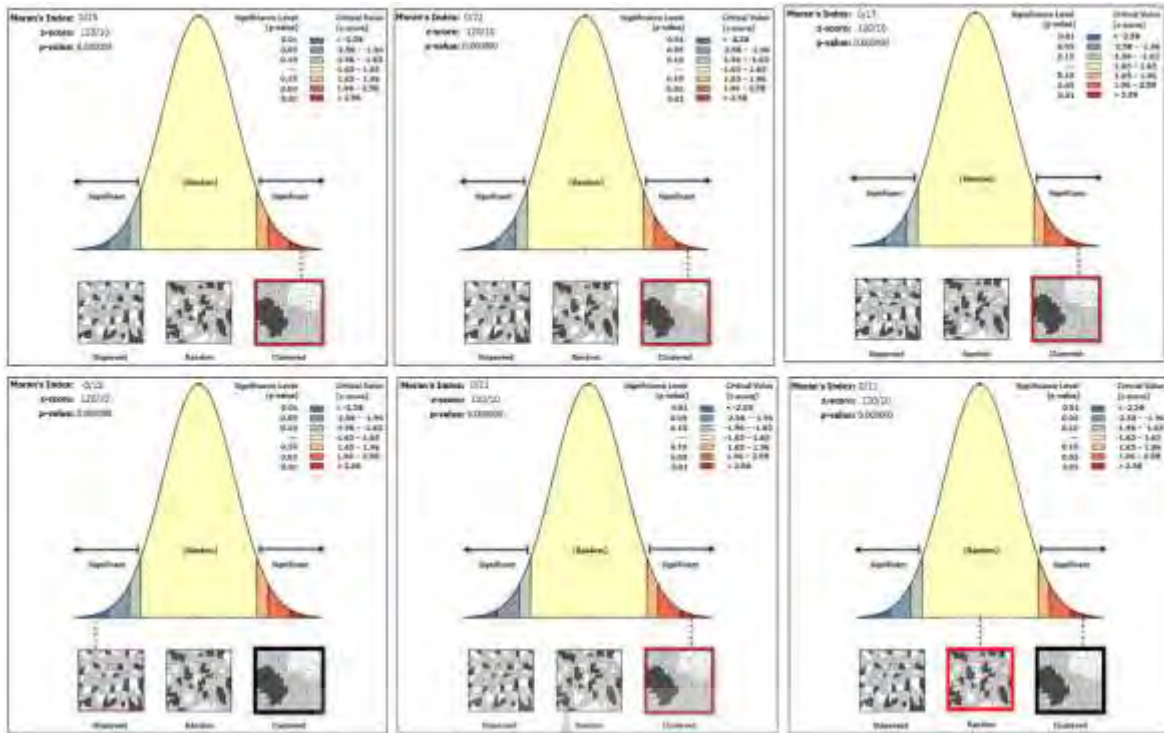
جدول (۸). وضعیت پراکندگی و الگوی توزیعی شاخص‌های توسعه شهری خلاق حاصل از گردشگری

شاخص	الگوی توزیعی	مقدار موران	مقدار p	مقدار Z
سرمایه اجتماعی	خوشه‌ای	۰/۲۵	۰/۰۰۰	۱۲۱/۱۰
کیفیت زندگی	خوشه‌ای	۰/۲۲	۰/۰۰۰	۱۲۱/۱۰
استعداد گردشگری	خوشه‌ای	۰/۱۷	۰/۰۰۰	۱۲۱/۱۰
زیرساخت فیزیکی	پراکنده	-۰/۱۳	۰/۰۰۰	۱۲۱/۱۰
تجربه گردشگری	خوشه‌ای	۰/۲۱	۰/۰۰۰	۱۲۱/۱۰
اجتماعی	خوشه‌ای	۰/۲۴	۰/۰۰۰	۱۲۱/۱۰
اقتصادی	رندم	۰/۱۲	۰/۰۰۰	۱۲۱/۱۰
زیست محیطی	رندم	۰/۱۱	۰/۰۰۰	۱۲۱/۱۰
کالبدی	خوشه‌ای	۰/۱۸	۰/۰۰۰	۱۲۱/۱۰

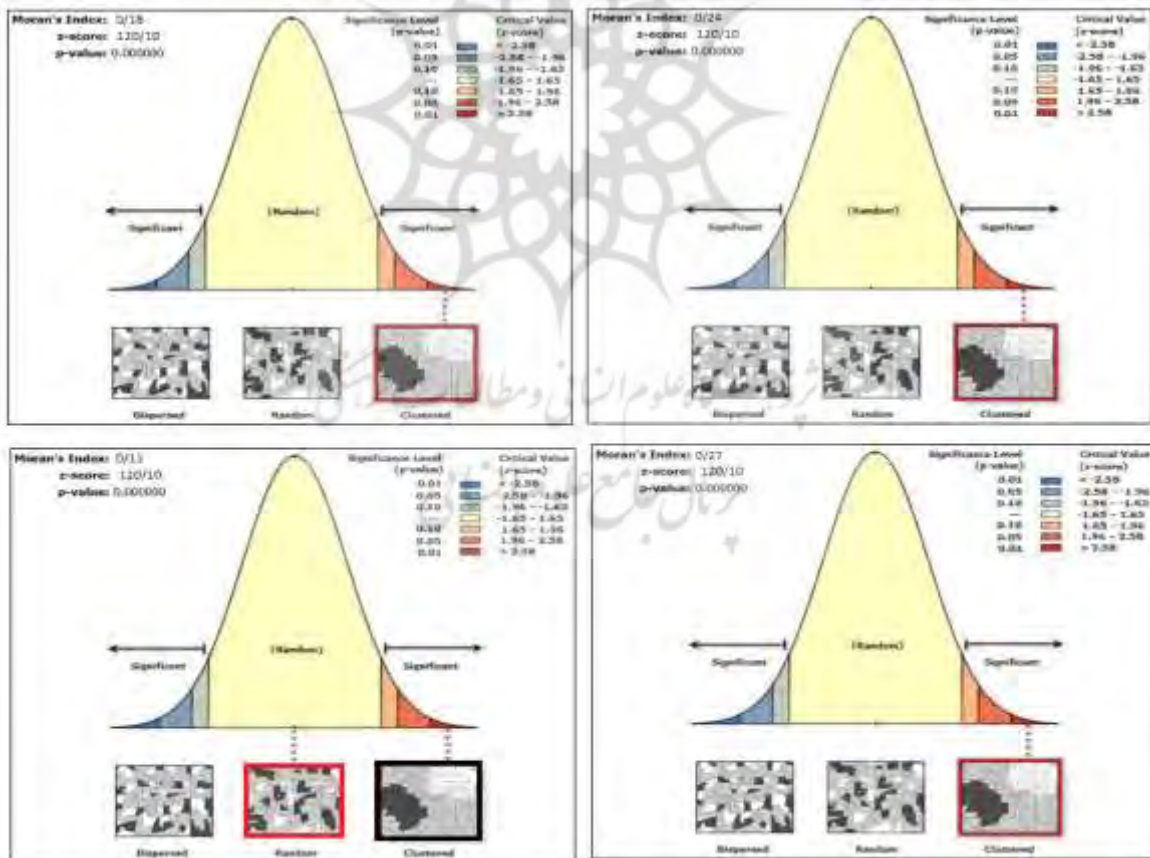
(منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)



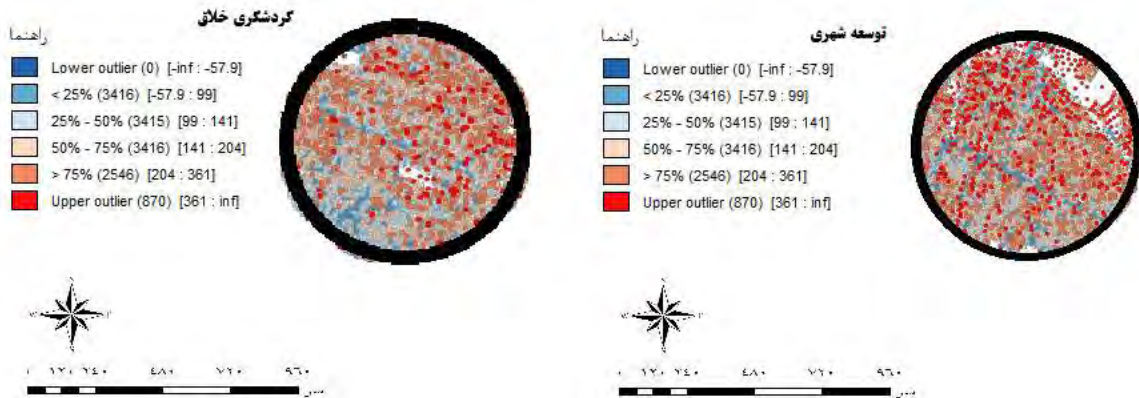
شکل (۳). وضعیت خود همبستگی فضایی در طبقه بندی شاخص‌های منتخب (منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)



ادامه شکل (۳). وضعیت خود همبستگی فضایی در طبقه بندی شاخص‌های منتخب (منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)



ادامه شکل (۳). وضعیت خود همبستگی فضایی در طبقه بندی شاخص‌های منتخب (منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)



شکل (۴). وضعیت خود همبستگی فضایی در طبقه بندی شاخص‌های گردشگری خلاق و توسعه شهری (منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)  
**بررسی ارتباط گردشگری خلاق و توسعه شهری:**

متغیرهای گردشگری خلاق و توسعه شهری ارتباط مثبت و معنادار قوی وجود دارد به گونه ای که هر چه وضعیت توسعه گردشگری خلاق افزایش یابد، میزان توسعه شهری ایزده نیز به تبع آن افزایش خواهد یافت و بالعکس .

به منظور بررسی ارتباط فی ما بین متغیرهای گردشگری خلاق و توسعه شهری از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده و نتایج و یافته‌های مورد نظر در جدول ۹ آورده شده است: بر اساس نتایج و اطلاعات مندرج در جدول زیر، سطح معناداری یا (Sig) آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد که بین

جدول (۹). بررسی ارتباط گردشگری خلاق و توسعه شهری

ردیف	متغیر	ضریب همبستگی	سطح معناداری
۱	گردشگری خلاق	۰/۶۰	۰/۰۰۰

(منبع: یافته‌ها و نتایج پژوهش، ۱۴۰۰)

همراه تپه‌های تاریخی که اکثراً در شهر و حومه شهری قرار دارند؛ بسترهای فرهنگی تاریخی قابل توجهی برای گردشگری می‌باشند که در صورت رویکرد خلاقانه گردشگری می‌تواند در توسعه منطقه و شهر ایزده مؤثر واقع شوند؛ اما متأسفانه علیرغم قابلیت گردشگری خلاق فراوان، شهر ایزده در این خصوص موفق عمل نکرده است. نتایج دیگر پژوهش نشان داد که در بین شاخص‌های گردشگری خلاق در سطح ۹۵ درصد اطمینان می‌توان ادعا نمود که وضعیت شاخص‌های پنج گانه گردشگری خلاق در سطح شهر ایزده وضعیت مناسبی می‌باشد و تنها در بخش زیرساخت‌های فیزیکی کمبود احساس می‌گردد. همچنین شاخص‌های مرتبط با توسعه شهری در سطح ۹۵ درصد اطمینان نشان داد که وضعیت شاخص‌های چهارگانه گانه توسعه شهری در سطح شهر ایزده وضعیت کاملاً نامناسبی دارد و تنها در بخش شاخص اقتصادی این عدد کمی از میانگین بیشتر است. در تبیین توسعه شهری حاصله از مولفه‌های گردشگری خلاق وارد معادله رگرسیونی شده و در مجموع متغیرهای پیش-بین حدود  $R^2 = 0/66$  از واریانس متغیر ملاک را تبیین می-کنند. بدین صورت که وضعیت شاخص‌های یاد شده اثرات مثبتی را دار می‌باشد که این وضعیت از حالت نرمال کمی

### نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها:

خلاقیت در حوزه گردشگری نگرشی نو به ابعاد ساختاری شهر و منطقه است. از سوی دیگر می‌توان در شهر به کمک اصطلاحاتی از قبیل «شهر خلاق» (لندری، ۲۰۰۸) و «طبقه خلاق» (فلوریدا، ۲۰۰۲) که بیانگر اهمیت فرهنگ و هنر در بافت شهری هستند، به موفقیت اقتصادی، اجتماعی، و حتی زیست محیطی آن یاری رساند. نتایج این پژوهش با نتایج فلوریدا (۲۰۰۲)، ساساکی (۲۰۱۰)، لندری و همیز (۲۰۱۳) مطابقت دارد؛ بر این اساس استعداد خلاق یکی از ابزارهای گردشگری خلاق برای ارتقای توسعه شهری است. بر اساس نتایج این پژوهش صنایع خلاق شهر ایزده می‌توان به فرهنگ و سنت های بومی، صنایع دستی فراوان، ادبیات بومی، شاهنامه خوانی، موسیقی محلی، تنوع قومی قبیله ای و گویش های متنوع زبانی اشاره کرد که طبق نظر کارشناسان امر گردشگری همۀ زمینه های لازم برای جذب استعداد خلاق در این شهر وجود دارد. همچنین شهر ایزده با داشتن قدمت تاریخی چند هزار ساله با بیش از ۵۰ اثر تاریخی و فرهنگی ثبت شده، و جاذبه‌های به جا مانده از دولت‌های باستانی و ده‌ها بقاع متبرکه و امام زاده به

شده باید گفت که شاخص‌های توسعه شهری مقادیر در شاخص سرمایه اجتماعی، کیفیت زندگی و استعداد گردشگری و تجربه گردشگری به صورت خوشه ای و در شاخص زیرساخت فیزیکی به صورت پراکنده بودند و در شاخص گردشگری خلاق شاخص‌های اجتماعی، فرهنگی و کالبدی به صورت خوشه ای، زیست محیطی و اقتصادی نیز به صورت رندم پراکنش داشتند در این الگو به وزن و اهمیت لایه‌های موثر به ترتیب با وزن نهایی موران ۰/۲۵، ۰/۱۳، -۰/۱۳- که نشان‌دهنده‌ی یک خودهمبستگی فضایی مثبت (الگوی مناسب) است. لذا با توجه به نتایج و یافته‌های تحقیق پیشنهادهای زیر برای توسعه این گردشگری خلاق در شهر ایذه پیشنهاد می‌شود:

❖ استفاده بهینه و خلاق از جاذبه‌های فراوان طبیعی، تاریخی و فرهنگی موجود در شهر جهت بستر سازی فضاهای خلاق شهری؛

❖ ایجاد سایت‌ها و وب سایت‌های اطلاعاتی قوی و افزایش اطلاعات عمومی مردم منطقه، ایران و جهان جهت اطلاع از جاذبه‌های گردشگری شهر ایذه؛

❖ با توجه به وجود ضعف در شاخص‌های گردشگری خلاق در ناحیه‌های شهری ۱ و ۳ و ۵، پیشنهاد می‌شود که این سه ناحیه مورد توجه برنامه‌ریزان شهری قرار گیرد.

**تعارض منافع:** بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

کشیدگی دارد. نتایج تحلیل واریانس یک طرفه نشان می‌دهد که مقایسه وضعیت توسعه گردشگری خلاق در سطح شهر ایذه در میان ناحیه‌های مختلف شهری، مقادیر متفاوتی بوده است. مقایسه میانگین در بین ناحیه‌های مختلف شهری نیز نشان می‌دهد که بالاترین میزان توسعه گردشگری خلاق مربوط به ناحیه‌های ۴ و ۲ شهری به ترتیب با میانگین‌های ۴/۳۰ و ۴/۲۷ و پایین‌ترین میزان نیز مربوط به ناحیه‌های ۱ و ۳ و ۵ شهری به ترتیب با میانگین‌های ۴/۱۷ و ۴/۲۱ و ۴/۲۲ بوده است. به عبارت دیگر میزان وضعیت شاخص‌های گردشگری خلاق در ناحیه‌های ۴ و ۲ شهر ایذه بیشتر از دیگر ناحیه‌های شهری آن می‌باشد. در بخش تحلیل شاخص موران برای مولفه‌های یاد

❖ با توجه به ضعف اساسی در زیرساخت‌های فیزیکی پشتیبانی گردشگری خلاق، پیشنهاد می‌شود که این مؤلفه مورد تاکید ویژه توسعه شهری و شهرستان قرار گیرد؛

❖ برگزاری همایش‌هایی با عنوان گردشگری خلاق جهت آشنایی بهتر مدیران منطقه به خصوص مدیران سازمان میراث و سازمان شهرداری و تمامی افراد درگیر در این صنعت؛

❖ استفاده بهینه و خلاق از شاخص اقتصادی- اجتماعی به خصوص در زمینه‌های فرهنگ و سنت‌های بومی محلی، صنایع دستی، ادبیات بومی، شاهنامه خوانی، موسیقی محلی و گویش‌های متنوع زبانی و ... جهت توسعه گردشگری خلاق؛

### ملاحظات اخلاقی:

**پیروی از اصول اخلاق پژوهش:** در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

**حامی مالی:** هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تأمین شد.

### References:

- Asadi, Z., Mohammadi, H. (2021). urban brand community to develop creative tourism with the help of urban brand management ( CBM ) model ; Quarterly Journal of Urban Studies, the Sample Case Study: ohneghan City, Journal of Urban Studies, 10(40), pp: 27-42.
- Bazrafshan, J., Bameri, A. (2018). Study and analysis of the status of creative tourism in Zahedan, Regional planning, 8(31), pp:167-180.
- Campbell, C. (2010). Creative Tourism Providing a Competitive Edge, Publisher: Visit Britain.
- Castro, C. M. D. (2012). New Technology and Creative Tourism: A Case Study For t City of Porto= As Novas Tecnologias E O Turismo Criativo, Estudo De Caso Da Cidade Do Porto (Doctoral Dissertation), PP: 1-92.
- Ching-Fu, C., Shih-Huan, C. (2019). Antecedents and consequences of perceived coolness for Generation Y in the context of creative tourism - A case study of the Pier 2 Art Center in Taiwan, TourismManagement, 72(3), pp:121-129.
- Cooke, P., Lazzeretti, L. (2008). Creative Cities, Cultural Clusters and LocalEconomicDevelopment, Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edwa Elgar,p articles/Europe in the creative Age 2004 pdf).
- David, R., Gunjan, S., Fernando, C., .., Pauline, D. (2017). Archaeological tourism: c reative approach Annals of Tourism Research, 67(2), pp: 37-47.



۸. Dadashpoumoghadam, M. (2020). analyzing the role of creative city indices into tourism development ( case study of isfahan cit), 5(1), pp: 87-96.
۹. Den Dekker, T., Tabbers, M. (2012). From Creative Crowds to Creative Tourism: A Search for Creative Tourism in Small and Medium Sized Cities, *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), PP: 129-142.
۱۰. Doosti, F., Zaal, M.H., Ramezanzadeh Lasbouee, M. (2019). Creative cities, Volume 6, Issue 2 Summer 2019, p 1.
۱۱. Florida, R., Iran, T. (2004). Europe in the Creative Age, Creative Class Group (february): 48 Retrieved
۱۲. Florida, R. L. (2012), *Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index*. Martin Prosperity Institute. Ghanbari, Yousef;
۱۳. Hasan, Ali; B., Mehrnoush, K., Befruee, M. (2018). The Design of Creative Tourism Conceptual Model, *Journal of tourism and development*, 6(2), pp: 81-105.
۱۴. Hekmatnia, H., Bagheri, A. (2021). Evaluation and analysis of the effects of tourism on sustainability of economy, municipalities' citizens' income (case study: Babak city-Kerman province), *Journal of Research and Urban Planning*, 11(43), pp: 102-114
۱۵. 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*, 19(2), pp: 269-278.
۱۶. Kalantari, M., RaJaei, A., Fotouhi Mehrabani, B. (2017). An analysis of Iran 's metropolises of using creative city indices, *Geographic planning of urban planning*, 4(1), pp: 587-612.
۱۷. Kalantari, M., RaJaei, A., Fotouhi Mehrabani, B. (2017). The creative city and the indices of the Iranian creative city, the scientific Quarterly, *Research and International Quarterly of the Iranian geographers*, 4(51), pp: 1-18.
۱۸. Korasani, M., Norouzi Fard, H. (2018). Strategic Planning of Rural Tourism Development in Rural Areas of Khuzestan Province Case Study: Shivand Village in Eizeh Township, creative city indices, *Geographic planning of urban planning*, 4(1), pp: 587-612.
۱۹. Landry, C., Hyams, J. (2012). The Creative City Index: Measuring the Pulse of the City, *Comedia* PP: 36-102.
۲۰. Mahleki, S., Miradifar, S., Hosinzade, A. (2016). prioritization of creative city indicators using the ANP network analysis model ( studied : urban areas 1 and 4 Zanzan cities ), *Sustainable City Journal*, 2(1), pp: 78-98.
۲۱. Mirabi, V., Sabet Eghlidi, M., Ghasemi, B., Norbakhsh, K. (2021). Presenting a geomarketing development model based on the development of urban tourism infrastructure Tehran; *Journal of Research and Urban Planning*, 12(45), pp: 1-20.
۲۲. Mousavi, M., Rasoli, N. (2021). Explaining Creative Tourism in the City Of Urmia with a Foresight Approach, *Urban Planning Knowledge*, 4(4), pp: 101-116.
۲۳. Pourahmad A., Ahmadifard, N. (2018). Role Of Creative Tourism In Regeneration Of Historical Texture (Case Study: District 12 Of Tehran), *Geographical Urban planning Research*, 6(1), pp: 75-90.
۲۴. Rahimi, R., Barghi, H. (2021). Rural Hosting Model in Creative Tourism; *Tourism Target Villages of Isfahan Province; GeograPhy and Planning*; 25(75), pp: 193-205.
۲۵. Rahimi, M., Pazand, F. (2017). Pattern of the urban creative tourism and present a proposal pattern for Iran (AHP), *Innovation And Creativity In Human Sciences*, 6(3), pp: 97-124.
۲۶. Richards, G. W., Raymond, C. (2000). *Creative Tourism, ATLAS News*, 23, PP: 120-131.
۲۷. Saberifar, R. (2020). The Role of Creative Tourism in Tourists Stay and its Impact on Economic Development (Case Study of Boshruyeh in South Khorasan), *The Journal of Spatial Planning*, 24(4), pp: 178-208.
۲۸. Safair Pour, M., Jafai, Y. (2021). Analysis of the status of creative tourism components in the metropolises of Tabriz as the capital of tourism in Islamic countries; *Journal of Applied*
۲۹. Safari Ali Akbari, M., Sadeghi H. (2020). The Role of Tourism of Izeh City in Peripheral Villages Changes, 1(2), pp: 59-70.
۳۰. Salaripour, A., Hesam, M., Hamidi, A. (2020). Explaining the Creative Tourism Development Strategies of Rasht City; *Journal of Urban TOURISM*, 7(3), pp: 127-142.
۳۱. Sasaki, M. (2010). Developing Creative Cities through Networking. *Policy Science, researches in Geographical Sciences*, (15) 3, pp: 45-59.

۳۲. Shafiei Zahed, F., Mirghadr, L. (2015). Isfahan's Potentials As A Creative City Of Crafts With Tourism Development Approach, 12(43), pp: 251-278.
۳۳. Tan Siow-Kian., Tan Siow-Hooi, Luh Ding-Bang., Kung Shiann-Far, (2015), Understanding tourist perspectives in creative tourism, Current Issues in Tourism, pp: 981-987.
۳۴. UNESCO, 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
۳۵. Zaall, M.H., Doos, F., Ramezanzadeh Lasbouee, M. (2019). Creative Tourism as a Tool for Urban Development (Case Study: Tabriz City), Geographical Urban Planning Research (GUPR), 6(4). pp: 753-768.

