

ارزیابی چالش‌ها و فرصت‌های ایجاد شهر خلاق در مناطق آزاد تجاری (مطالعه موردی: منطقه آزاد تجاری ارس)

احمد پوراحمد - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
اکبر حمیدی - دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
ابراهیم فرهادی* - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
مهدی حسین پور - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه شهید بهشتی تهران، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۲/۰۲

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۹/۲۴

چکیده

به کارگیری استراتژی‌های شهرهای خلاق یکی از راهکارهای پیش روی بسیاری از شهرهای امروزی است. شهرهایی که با مشکلاتی در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی مواجه‌اند، می‌توانند با اولویت قرار دادن عناصر خلاق در عرصه‌های مختلف، چنین مسائلی را تعدیل دهند. هدف تحقیق ارزیابی فرصت‌ها و چالش‌های ایجاد شهر خلاق در منطقه آزاد تجاری ارس می‌باشد. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و نوع تحقیق بنیادی است. در این نوشتار از روش‌های مختلفی چون؛ پرسش‌نامه، مشاهده میدانی و مصاحبه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. تکنیک سوات نیز برای تجزیه و تحلیل و ارائه راهبرد، به کار گرفته شده است. بررسی و تحلیل جنبه‌های گوناگون منطقه، بیانگر این نکته است که منطقه آزاد تجاری ارس دارای نقاط قوت و فرصت‌های بیشتری نسبت به نقاط ضعف و تهدیدها است. نتایج حاصل از تحقیق نشان می‌دهد که در بین نقاط قوت، قرارگیری در کریدورهای بین‌المللی حمل و نقل (۶ کریدور) با امتیاز وزنی ۰/۳۲، در بین نقاط ضعف، کم توجهی به حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی با امتیاز وزنی ۰/۲۱، از بین فرصت‌ها، داشتن موقعیت استراتژیک با امتیاز وزنی ۰/۲۸ و از بین تهدیدهای منطقه، تبلیغات، آژانس‌ها، دفاتر اجرایی و بازاریابی محدود با امتیاز وزنی ۰/۲۸ مهم‌ترین موارد هستند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که این منطقه با وجود داشتن قابلیت‌ها و زیرساخت‌های اساسی و هم چنین برخورداری از استراتژی تهاجمی، هنوز با شرایط مهم و ضروری یک شهر خلاق فاصله زیادی دارد.

واژگان کلیدی: خلاقیت، شهر خلاق، مدل SWOT، منطقه آزاد تجاری ارس

مقدمه

جهان امروز در حال گذار از عصر صنعتی به عصر خلاق است. انسان عصر خلاق علاوه بر تأمین نیازهای اساسی، در پی پاسخگویی به نیازهای خلاق خود نظیر نیاز به تخیل، چیرگی، سرزندگی، نوآوری و کنجکاوی نیز می‌باشد. خلاقیت یک اصل اساسی برای انسان بودن و یک منبع حیاتی برای فرد، جامعه و حیات علم اقتصاد است. جوامع خلاق و پرجنب و جوش و دارای اماکن انسانی، پرورش دهنده‌ی رشد فردی، درخشان در پیشرفت‌های فرهنگی و تکنولوژیکی، تولیدکننده‌ی شغل و ثروت و پذیرای تنوع شیوه زندگی و فرهنگ هستند (CCTF, 2008:4). می‌توان گفت که امروزه، خلاقیت به عنصر بسیار مهمی در برنامه‌ریزی شهری و سیاست‌های بازاریابی شهری در سراسر جهان تبدیل شده است. ظهور این در ساده‌ترین شکل ممکن به منزله مرحله متمایزی در توسعه سرمایه‌داری محسوب می‌شود، چنانکه براساس آن نیروی اصلی اقتصاد دیگر ابزارهای فناوری و سازمانی نیست، بلکه انسان است (Vanolo, 2008: 370). شهرها فضاهای ظرفیت هستند و همیشه چرخ‌های حرکت، تمرکز و هدایت انرژی خلاق بشر بوده‌اند (Florida, 2005: 1). بیشتر ادبیاتی که در زمینه‌ی شهرهای خلاق به نگارش درآمده‌اند، تنها به نقش خلاقیت در رشد و شکل‌دهی به شهر نپرداخته‌اند، بلکه بیشتر بر این تأکید دارند که با حذف محدودیت‌ها و موانع (فیزیکی، اجتماعی، فرهنگی و غیره) از شهرها، خلاقیت تبدیل به نیروی محرکه‌ی رشد و توسعه اقتصادی شهرها، مناطق و ملت‌ها خواهد شد.

پروژه‌های نوسازی مراکز شهری و انگیزه‌های تجاری برای وسوسه کردن شرکت‌هایی مورد استفاده قرار می‌گیرد که نیازمند جذب افراد بسیار خلاق نیستند. در عوض، مردم مکان‌هایی را برای زندگی ترجیح می‌دهند که دارای خصایصی نظیر نوآوری، تنوع و تسامح فرهنگی باشند (Florida, 2005: 33). برای جذب سرمایه‌های انسانی و خلاق، شهرها و مناطق وابسته به آن باید ویژگی‌های خاص داشته باشد که بتوانند به مکان خلاق تبدیل شوند، غیر از بسترهای دانش (دانشگاه‌ها و...) صنعت و به ویژه صنایع با فن‌آوری برتر، بسترهای فرهنگی و اجتماعی چون تنوع اجتماعی، مطلوبیت محل زندگی، کیفیت زندگی و برابری اجتماعی (Winden et al, 2007:529)، جایگاه مهمی به خود اختصاص داده‌اند. علاوه بر جذب سرمایه‌های خلاق در یک شهر و منطقه، هنر و فرهنگ به عنوان شاخص دیگری برای شهرهای خلاق به شمار می‌روند. در سال‌های اخیر، رویکرد مثبتی در کشورهای در حال توسعه برای حل مسائل منطقه‌ای از طریق مبادرت ورزیدن به ایجاد مناطق آزاد تجاری - صنعتی، اتخاذ شده است. ولی به طور عمده تنها در قسمت کوچکی از اهداف و سیاست‌گذاری‌های توسعه شهر و منطقه‌ای به مزیت‌های رویکرد شهر خلاق توجه شده است. پیدایش رویکرد خلاق موجب تغییر شیوه‌هایی شده که شهرها و مناطق به واسطه آن‌ها مزیت رقابتی را ایجاد و حفظ می‌کردند. مناطق آزاد تجاری به خاطر داشتن مجموعه‌ای از ویژگی‌هایی نظیر کارآفرینی، جذب سرمایه و سرمایه‌گذاری، توسعه مهارت‌های شغلی برای صنایع خلاق، فراهم کردن فضای خلاق مطلوب و زیرساخت‌ها، قابلیت توسعه با اصول شهر خلاق را دارند. در این میان، منطقه آزاد تجاری ارس دارای قابلیت‌های متمایزی نظیر ساختار اقتصادی پویا، امکانات گردشگری، فرهنگی، هنری، آموزشی، پیوند با طبیعت، پیشینه تاریخی قابل توجه نسبت به سایر مناطق آذربایجان است و هم‌چنین از آن به عنوان یکی از شش دروازه حیاتی ایران برای هم‌پیوندی اقتصادی محلی و ملی با اقتصاد جهانی نام می‌برند (Zaki et al, 2015:51). این نوشتار ضمن پرداختن به مفهوم شهر خلاق، چالش‌ها و فرصت‌های منطقه آزاد تجاری ارس را از این نظر بررسی نموده و ضرورت بکارگیری سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های صحیح را مطرح می‌نماید که موجب ارتقای جایگاه منطقه در نظام سکونتگاهی ملی در آینده خواهد شد و با ارائه راهبردهای مناسب، می‌تواند برنامه‌ریزی آتی این منطقه را مبتنی بر رویکرد شهر خلاق صورت دهد. با توجه به موارد اشاره شده، سوال اصلی پژوهش عبارت است از: چه راهبردهایی می‌تواند به شکل‌گیری شهر خلاق در منطقه آزاد تجاری ارس یاری رساند؟

اگر به اندازه کافی در تکوین نظریه شهر خلاق به عقب برگردیم، به جان راسکین و ویلیام موریس بر می‌خوریم که در عصر ویکتوریای انگلیس در مقابل اقتصادهای سودمندگرا، ایستادگی کردند و اقتصاد هنر را که تأکید بر فعالیت‌های

انسانی خلاق داشت، مورد تأکید قرار دارند (Gorbani et al, 2013: 3). به طور دقیق تر، درباره‌ی شهرها و مناطق خلاق دبور^۱ در سال ۱۹۶۷ مبحثی را تحت عنوان شهر تماشایی یا شهر نمایش مطرح کرد. نظر او ظهور پیش از موعد ایده‌ی تلفیق فضای اقتصادی و فرهنگی در مقیاس انسانی، به خصوص در موضوعاتی نظیر فضاهای مولد جدید، مجموعه‌های فرهنگی و به نمایش در آوردن محیط‌های بصری، می‌باشد (Hossein Pour et al, 2013: 135). در سال‌های اخیر مفاهیمی چون شهرهای خلاق و صنایع خلاق درگفتمان‌های سیاسی و آکادمیک ظهور کردند و محبوبیت زیادی نیز کسب نمودند. نویسندگانی نظیر پیتر هال^۲ (۱۹۹۸)، چارلز لندری^۳، (۲۰۰۰) (با الهام از ایده‌های جین جاکوبز^۴)، ریچارد فلوریدا^۵ (۲۰۰۰)، ریچارد کیوز^۶ و در آسیا افرادی نظیر ماسایوکی ساساکی^۷ (۲۰۰۱، ۱۹۹۷) و سازمان‌ها و نهادهایی چون دپارتمان فرهنگ، رسانه و ورزش دولت انگلستان در دهه ۱۹۹۰ میلادی، نقش مهمی در تأثیرگذاری این مفاهیم بر مباحث علمی و سیاست‌گذاری‌ها ایفا کردند. بعدها، تعداد قابل توجهی از سازمان‌های عمومی در سراسر جهان چه در سطح ملی و چه در سطح منطقه‌ای و محلی، توجه به این مفاهیم را در میان اولویت‌های خود قرار دادند و در نتیجه زمینه ساز گسترش شهر خلاق شدند. از جنبه جغرافیایی، انگلستان، خاستگاه اولیه این ایده است. در شماری از شهرهای جهان نظریه‌ی شهر خلاق به کار رفته است که می‌توان به شهرهای استرالیا، نیوزیلند، کانادا (تورنتو)، برخی نقاط دیگر در اروپا (برلین، دوبلین) و آسیای شرقی (اوزاکا و یوکوهوما)، اشاره کرد (Haj Hussein et al, 2014: 30).

در ادامه به برخی از پژوهش‌ها انجام شده در زمینه شهر خلاق اشاره می‌شود. ریچارد فلوریدا در اولین کتاب خود تحت عنوان طبقه خلاق^۸ در سال ۲۰۰۲ و پس از آن در سال ۲۰۰۵ کتاب دیگری را برای تقویت موضوع خود منتشر کرد. در سال ۲۰۰۷ نیز آلن اسکات با استفاده از ادبیاتی که ریچارد فلوریدا مطرح کرده بود، مباحثی را در ارتباط با شهرهای خلاق مطرح کند (Rafieian et al, 2011:12). هارتلی و همکاران (۲۰۱۲) در اثر تحت عنوان شاخص‌های شهر خلاق، به معرفی و مقایسه شاخص‌های مورد استفاده در ارزیابی شهرهای خلاق پرداخته‌اند و با ارائه شاخصی ترکیبی از شهرهای خلاق و شهرهای جهانی هشت شهر مختلف اروپا و استرالیا را مورد مطالعه قرار داده‌اند (Hartley et al, 2012). لندری در تحقیقی شاخص‌ها و ویژگی‌های شهر خلاق را مشخص نموده که شامل مدیریت راهبردی، اکتشافات و نوآوری، ساختارهای افقی و مشارکتی و با حداقل بوروکراسی، پرورش و تکریم نخبگان، تعامل و ارتباط میان دانشگاه‌ها و شهر در حل مسائل شهری، وجود نهادها و سازمان‌های دولتی کوچک و فعال، وجود افراد آینده نگر و پویا در بخش‌های مختلف، اولین مکان‌های بروز گرایش‌ها و تحولات جدید، وجود سیستم‌های حمل و نقل عمومی کارآمد، تعامل و ارتباط فرهنگ‌های مختلف، وجود خدمات هوایی و ریلی پیشرفته برای ورود و خروج افراد می‌باشد (Landry, 2014). براساس بررسی آلبرتو ونولو^۹ درباره "چشم انداز خلاق شهر تورین ایتالیا"، در پایان دهه ۱۹۹۰ سرمایه‌گذاری عظیمی در شهر تورین در استراتژی‌های برندسازی خلاق و فرهنگی به منظور تغییر تصویر سابق شهر از حالت یک شرکت صنعتی، شروع شده است. حدود هشت سال بعد از انجام این استراتژی‌ها و بحران اقتصادی موجود، به طور کلی چشم انداز شهر تورین و وضعیت اجتماعی و اقتصادی آن تغییر یافته است. در این بررسی، نقش و میراث گفتمان قدیمی در فرهنگ و خلاقیت به طور ویژه مورد توجه واقع شده و آثار برندسازی جدید مرتبط با مواد غذایی و بروز چشم انداز شهری هوشمند و خلاق انتشار شده است (Vanolo, 2015: 1).

1. Debor
2. Peter Hall
3. Charles Landry
4. Jane Jacobs
5. Richard Florida
6. Richard Caves
7. Masayuki Sasaki
8. Creative Class
9. Alberto Vanolo

مفهوم خلاقیت

واژه خلاقیت در لغت نامه دهخدا خلق کردن، آفریدن و به وجود آوردن معنا شده است. خلاقیت در ساده‌ترین سطح به معنای پدید آوردن چیزی که قبلاً وجود نداشته است. خلاقیت محصولی از ایده‌های جدید تخیلی است که شامل نوآوری رادیکال و یا راه حلی برای یک مشکل و همچنین یک فرمول رادیکال از مشکلات است (Sefertzi, 2000:2). هیچ تعریف ساده‌ای وجود ندارد که همه ابعاد این پدیده شگفت را در برگیرد. حتی در حوزه روانشناسی جایی که درباره خلاقیت فردی به تفصیل مطالعه می‌شود. در این مورد که خلاقیت یک ویژگی ذاتی است یا فرآیندی که ایده‌های اصیل و ناب از طریق آن تولید می‌شود، اتفاق نظر وجود ندارد. از این رو تنها کاری که در این زمینه می‌توان انجام داد، تبیین ویژگی‌های خلاقیت در عرصه‌های مختلف بشر است (Key Gobad et al, 2008: 2). بر این اساس خلاقیت را می‌توان از سه جنبه هنری، علمی و اقتصادی شناسایی کرد:

۱. خلاقیت هنری: ایی خلاقیت متضمن تخیل و توانایی آفرینش ایده‌های بدیع و روش‌های تازه برای تفسیر جهان در قالب متن، صدا و تصویر است.
۲. خلاقیت علمی: متضمن کنجکاوی و تشنگی برای تجربه و پی ریزی روابط جدید در حل مسئله.
۳. خلاقیت اقتصادی: فرآیند پویاست که به نوآوری در فناوری، شیوه‌های کسب و کار، بازاریابی و غیره می‌انجامد و پیوند با دستیابی به فرصت‌های رقابتی در اقتصاد دارد. در جدول (۱) متغیرهای تأثیرگذار بر خلاقیت و نوآوری در یک شهر آمده است.

جدول ۱. متغیرهای تأثیرگذار بر نوآوری و خلاقیت در یک شهر

متغیرها	شاخص‌ها
ثروت	سرانه تولید ناخالص منطقه‌ای، برابری قدرت خرید
رشد اقتصادی	درصد افزایش تولید ناخالص منطقه‌ای
نوآوری	هزینه تحقیق و توسعه به عنوان درصد (GRP) داده، ثبت اختراعات بر حسب هر یک میلیون نفر (خروجی)
ذوب فرهنگی	درصد افراد خارجی در جمعیت
استعداد	درصد نیروی کار با تحصیلات عالی
خدمات متمرکز بر دانش	درصد مشاغل موجود در بخش خدمات دانش محور در کل نیروی
شهرنشینی	تراکم جمعیت افراد مقیم بخش بر کیلو متر مربع

منبع: Gossling & Rutten, 2007: 257

مفهوم شهر خلاق و ارکان آن

شهر خلاق به صورت متنوع و وسیع به کار رفته است؛ تفسیر اصلی از شعار شهر خلاق، اذعان بر نقش طبقه خلاق در توسعه اقتصاد محلی و نیاز به محیط شهری غیرمتعارف است (Vivant, 2013: 57). در یک مفهوم شهرهای خلاق، شهرهایی که قادرند راه حل‌های جدیدی برای مشکلات روزمره شان ارائه دهند. مفهوم دیگر شهرهای خلاق بر تولیدات فرهنگی متمرکز است؛ یعنی تولید کالا و خدمات فرهنگی با فعالیت‌هایی در ارتباط قرار می‌گیرند که مرکز فعالیت به حساب می‌آیند. مفهوم دیگر بر ظرفیت و توانایی شهر بر جذب سرمایه انسانی خلاق تأکید می‌کند. باید این را دانست که ایده شهر خلاق یک نظریه به طور کامل پیشرو است و بر این موضوع تأکید دارد که هر نوع رابطه‌ای بین شهروندان با سازمان‌ها و نهادهای خصوصی و دولتی بایستی به طور کامل دوجانبه و مبتنی بر رفع چالش‌ها و ارتقا کیفیت زندگی باشد. نظریه شهر خلاق سعی دارد تا کیفیاتی را که تصویر ذهنی یک شهر برای شهروندان زیباتر می‌کند، تقویت نماید. خلاقیت به عنوان یک پیش زمینه و جزئی از هوش عمومی سنجیده می‌شود و افزایش توان نوآوری و تولید دانش در

این راه از جمله شاخص‌های سنجش میزان پیشرفت اجتماعی به حساب می‌آید (Hossein Pour et al., 2013: 137). ارکان شهر خلاق شامل (۱) مردم؛ (۲) بنگاه‌های اقتصادی؛ (۳) فضاها؛ (۴) پیوندها و (۵) چشم‌اندازها می‌باشد. در جدول شماره ۲ شاخص‌های شهر خلاق آورده شده است.

جدول ۲. شاخص‌های شهر خلاق

شهری مملو از نشانه‌ها، نمادها، المان‌ها و چشم‌اندازهای متنوع که در عین کثرت وحدتی یکپارچه دارند	منظر
ارتقای هنرهای جدید و تقویت میراث‌های هنری قدیمی شهر	هنر
شهری مملو از نژادها و قومیت‌های مختلف جهان و به غایت جهانگرد پذیر	تنوع
وجود پارک‌های متعدد، ساخت و ارتقای مکان‌های عمومی و فضاهای مدنی جدید	فضاهای عمومی
تعداد دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی در شهر	آموزش عالی

منبع: Vanolo, 2008: 377

شناخت ویژگی‌های شهر خلاق

ایده اصلی شهر خلاق زمانی جذابیت بیشتری داشت که مردم چگونه راهکارهای جدیدی برای برطرف نمودن مشکلات زندگی روزانه شان ابداع می‌کنند (Banks, 2013: 36). امروزه گستره وسیعی از گزینه‌های خلاق تولید و کار که با اقتصاد جدید پست فوردیسم مطرح شده در مناطق ابرشهری و کلان شهرها، جریان رو به رشد شهرهای خلاق را نمایان می‌کند. ویژگی اصلی که در مناطق خلاق مطرح می‌باشد ترکیب و تلفیق ابعاد مختلف اقتصاد و فرهنگ با شکلی نوین از نظم منطقی انسانی است (Mommas, 2004: 507). در رشد و شکوفایی شهر خلاق سه عامل اصلی مؤثر هستند که عبارتند از: سرمایه‌گذاری عقلانی، سرمایه‌گذاری خلاق و سرمایه‌گذاری اجتماعی. این سه عامل که تفاوت قابل توجهی را در جهان کارکنان دانش محور ایجاد می‌کند، موضوع بحث بسیاری از افراد صاحب نظر در حوزه شهرسازی خلاق می‌باشد. در بسیاری از متون مربوط به شهر خلاق، فهم پایداری و پویایی‌های جریان کاربرد دانش مورد تأکید قرار گرفته است. مفهوم شهر خلاق با بسیاری از مفاهیم دیگر پیوند خورده است. از جمله آن می‌توان به صنایع خلاق^۱، صنایع فرهنگی^۲، فعالیت‌های فرهنگی^۳، فعالیت‌های هنری^۴ شهری و اقتصاد دانایی اشاره نمود (Costa et al., 2007: 61). ریچارد فلوریدا، شهر خلاق را شهری دارای سه شاخص؛ "استعداد"، "تکنولوژی" و "مداراگری" می‌داند، اگرچه نظریه ی فلوریدا در مورد "طبقه‌ی خلاق" از جنبه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی مورد انتقادهای گسترده‌ای قرار گرفته است. همچنان در کانون توجه متخصصان این حوزه است. از جنبه اقتصادی وجود رابطه علیتی بین شاخص‌های مطرح شده توسط فلوریدا و توسعه اقتصادی شهر، به اثبات نرسیده است. از جنبه اجتماعی، مدنظر قرار ندادن تفاوت میان مداراگری جامعه و صرفاً متنوع بودن جامعه از لحاظ فرهنگی ایراد دیگر نظریه فلوریدا است. در ابتدای قرن بیست و یکم، به ویژه پس از بحران اقتصادی اخیر توجه جامعه جهانی به نقاط ضعف و محدودیت‌های کلان شهرهای جهانی^۵ معطوف شد و علاقه روز افزون به مفهوم خلاقیت در فرآیندهای توسعه شهری در عصر خلاق را به تدریج جایگزین تعریف عصر صنعتی از شهرها یعنی شهرهای جهانی کرد (Sasaki, 2010). ساساکی تفاوت‌های شهرهای جهانی و شهرهای خلاق را مطابق با جدول (۳) مطرح نموده است.

1. Creative Industries
2. Cultural Industries
3. Cultural activities
4. Artistic activity
5. Global Cities

جدول ۳: تفاوت‌های شهرهای جهانی و شهرهای خلاق طبق دیدگاه ساساکی (۲۰۱۰)

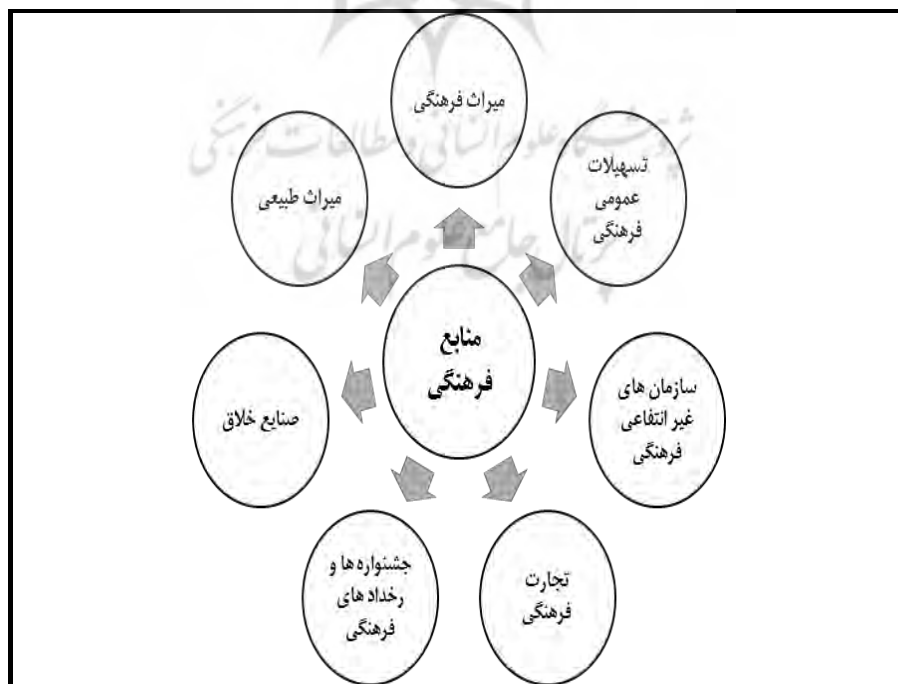
شهر جهانی	شهر خلاق
سلسله مراتب جهانی	شبکه‌ی افقی
مرکز مالی	صنعت خلاق
اقتصاد حبیبی	پایداری شهری
ریسک اجتماعی	محیط خلاق

منبع: Sasaki, 2010: S3-S9

عناصر کلیدی برای به وجود آمدن مناطق و شهرهای خلاق

۱. شبکه‌ای از شهروندان خلاق که از طریق زیرساخت‌های قوی (نرم افزاری و سخت افزاری) مرتبط هستند؛
۲. بازار نیروی کار محلی خلاق که می‌تواند در توسعه خلاقیت در شهر، منطقه و جهان اثرگذار باشد؛
۳. رقابت آزاد و همکاری بین مجموعه‌ای از شهرها که بتوانند عنصر خلاقیت را به شهر و منطقه تزریق کنند (Hossein Pour et al, 2013: 140).

اهداف اجتماعی یک شهر خلاق در سه نوع کلی ارزیابی می‌شوند: اجتماع محوری، برابری اجتماعی و توجه به امکانات عمومی. باید گفت که قطعاً بیش از سه نوع هدف اجتماعی وجود دارد اما این موارد منتخب در طراحی و برنامه‌ریزی شهری در نقاط مختلف جهان مورد توجه خاص قرار دارند. مهم‌ترین بخش برنامه‌ریزی خلاق اجتماعی - فرهنگی تلاش برای بیان تنوع و تفاوت محلی است. نوآوری‌های مربوط به برنامه‌ریزی فرهنگی خلاق بایستی ایجاد حوزه‌های فرهنگی، شناسایی و ارتقای تمایزات محلی، اعتلای احساس مثبت و قابل عرضه نسبت به مکان و حس تعلق را در دستور کار خود قرار دهد. برنامه‌ریزی فرهنگی خلاق با ابعاد محلی دارای جایگاهی است که امروزه به عنوان راه حلی برای بحران زوال شهرهایی که زمانی از عظمت و شکوه برخوردار بوده و چشم‌انداز مدرنیسم به شمار می‌رفتند، شمرده می‌شود. در شکل (۲) منابع فرهنگی اجتماع خلاق بیان شده است.



شکل ۱. منابع فرهنگی اجتماع خلاق (Source: Baeker and Murry, 2008)

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر تحلیلی - توصیفی و نوع تحقیق بنیادی است. روش گردآوری داده‌ها کتابخانه‌ای و پیمایشی می‌باشد، به گونه‌ای که ابتدا، اطلاعات نظری در رابطه با شهرهای خلاق، شاخص‌ها و ویژگی‌های آن و منطقه آزاد تجاری ارس جمع‌آوری شد و سپس جهت تهیه داده‌های خام مطالعات پیمایشی (مصاحبه و پرسش‌نامه) انجام شد و پرسش‌نامه نیز بر اساس طیف لیکرت تهیه شده بود. جهت سنجش روایی، سؤال‌های طراحی شده براساس شاخص‌ها به خبرگان آشنا به مفاهیم تحقیق تحویل و از آن‌ها خواسته شد، صحت تبدیل شاخص‌ها به سؤال‌ها ارزیابی شود. پس از تأیید خبرگان، پرسش‌نامه به محدوده مورد مطالعه برده شد و مفاد و اهداف آن با تعدادی از ساکنان این شهر به بحث گذاشته شد. و بدین ترتیب شکل ظاهری، معرفت محتوایی، قدر کفایت سنج‌ها و توانایی سؤال‌ها در انعکاس سنج‌ها تأیید شد. برای محاسبه ضریب پایایی، ابتدا در مرحله پیش‌آزمون، ۴۵ پرسش‌نامه توزیع و تکمیل گردید و در مرحله دوم با استفاده از نرم افزار SPSS ضریب آلفای ۰/۹۲۵ برآورد شد، بنابراین با توجه به اینکه میزان آلفای کرونباخ محاسبه شده بالاتر از ۰/۷ است، می‌توان گفت که پرسش‌نامه از پایایی لازم برخوردار است.

جامعه آماری تحقیق شامل مسئولان و ساکنان منطقه آزاد تجاری ارس است که براساس سرشماری ۱۳۹۰، مجموع جمعیت شهرستان جلفا و خداآفرین ۹۰۱۴۳ می‌باشد. حجم نمونه برای تکمیل پرسش‌نامه مطابق فرمول کوکران (رابطه شماره ۱) تعیین شد. دسترسی به نمونه نیز با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده عملی شد.

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} = \frac{\frac{1/96^2 (0/7)(0/3)}{(0/05)^2}}{1 + \frac{1}{90143} \left(\frac{(1/96^2)(0/7)(0/3)}{1/96^2} - 1 \right)} = 321 \quad \text{رابطه (۱)}$$

در این فرمول t اندازه متغیر در توزیع طبیعی؛ p درصد توزیع صفت در جامعه (درصد افرادی که دارای صفت مورد مطالعه است)؛ q درصد افرادی که فاقد آن صفت در جامعه هستند؛ d احتمال خطای برآورد؛ n حجم نمونه و N هم حجم جامعه است.

در نتیجه بررسی نظری و تجارب جهانی مطرح شده در بخش‌های پیشین، ۱۰ شاخص اصلی برای ارزیابی فرصت‌ها و چالش‌های ایجاد شهر خلاق در منطقه آزاد تجاری ارس استخراج شد و هر یک از عوامل داخلی و خارجی با توجه به شرایط محدوده مورد مطالعه و شاخص‌های زیر تدوین شدند:

۱. امکانات طبیعی (نوع اقلیم، دسترسی به آب) ۲. امکانات انسان ساخت (کافه‌های کناره پیاده رو، دانشگاه‌ها، ایستودیه‌های رقص، مسیرهای تفریحی) (Yigitcanlar, 2007: 15)؛ ۳. ساخت اجتماع جذاب برای مردم (Cotter, 2008: 33)؛ ۴. فستیوال‌های فرهنگی، اماکن و امکانات ورزشی (Roman and Trip, 2009: 4)؛ ۵. اولویت مسائل محیطی در دستور العمل برنامه‌ریزی شهری؛ ۶. ارائه خدمات اساسی و نیازهای زیرساختی به طور فراگیر؛ ۷. عرضه امکانات حمل و نقل، بازاریابی و سرمایه‌گذاری؛ ۸. دسترسی آسان و همگانی به مراکز هنری، فرصت‌های گردشگری و فضاهای ورزشی؛ ۹. تأکید بر هویت محلی، لزوم تنوع فرهنگی در نقاط مختلف شهر و پویایی شبکه‌ای (Jakob, 2010: 194-197) و ۱۰. مشخصه‌های اقتصادی (ترکیب محل کار و سکونت، ترکیب مراکز شغلی، هزینه خدمات، تنوع الگوی سکونت، هزینه سکونت، زیرساخت‌های قوی اقتصادی) (Fadaye, 2015: 10). برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تکنیک سوات (SWOT) استفاده شده است. این تکنیک، یکی از مناسب‌ترین فنون برنامه‌ریزی و تجزیه و تحلیل راهبردی است که امروزه طراحان و ارزیابان راهبردی از آن به عنوان ابزاری نوین برای تحلیل عملکردها و وضعیت شکاف استفاده می‌کنند (Shie and Kabiri, 2009: 40). برای ترسیم ماتریس، باید نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها مشخص شود. نقاط قوت و ضعف بیانگر وضعیت درونی، و فرصت‌ها و تهدیدها بیانگر عوامل بیرونی سیستم هستند. در مرحله بعد این چهار مؤلفه دوجه دو در مقابل هم قرار گرفته، که از این مقابله و ترکیب، راهبردها به

دست می‌آیند. در واقع با استفاده از این تکنیک، پژوهش حاضر به دنبال تحلیلی درست از توانایی‌ها و ضعف‌های منطقه آزاد تجاری ارس و ارائه راهبردهای مناسب جهت ایجاد شهر خلاق در منطقه است.

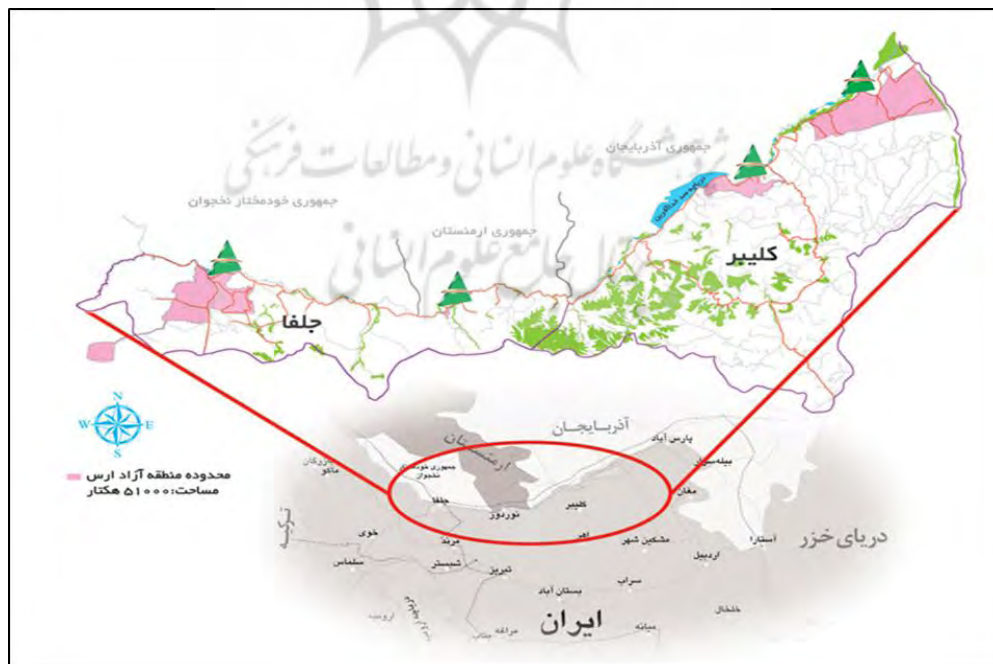
محدوده مورد مطالعه

منطقه آزاد ارس در شمال غرب ایران در نقطه صفر مرزی در مجاورت با کشورهای ارمنستان، آذربایجان و جمهوری خودمختار نخجوان استقرار یافته است. براساس مصوبه ی هیئت وزیران در سال ۱۳۸۴، محدوده منطقه آزاد ارس شامل ۹۷۰۰ هکتار از اراضی منطقه می‌شد که در سال ۱۳۸۷ و با مصوبه دیگری، محدوده این منطقه به ۵۱ هزار هکتار شامل بخش‌هایی از دو شهرستان جلفا و کلپیر افزایش یافت. این محدوده اصلی را از ۹۷۰۰ هکتار به ۲۰۵۰۰ هکتار افزایش داده است. در سه بخش منفصل نیز قسمتی از شهرستان کلپیر به وسعت ۲۴ هزار هکتار (موسوم به قلی بیگ لو)، زمین‌های اطراف سد خداآفرین به وسعت ۶۱۰۰ هکتار و محدوده گمرک نوردوز (مرز ایران با ارمنستان) به وسعت ۲۴۰ هکتار در مجموع به وسعت ۵۱ هزار هکتار کل محدوده منطقه آزاد ارس را تشکیل می‌دهد. بدین ترتیب محدوده چهارگانه آزاد ارس شامل نواحی زیر است (The free trade zone - Industrial Aras, 2009: 4).

جدول ۴: محدوده‌های چهارگانه منطقه آزاد ارس

نام محدوده	مرکزیت	کشورهای همسایه	وسعت (هکتار)
محدوده یک	جلفا	جمهوری خودمختار نخجوان	۲۰۵۰۰
محدوده دو	نوردوز	جمهوری ارمنستان	۲۴۰
محدوده سه	خداآفرین	جمهوری آذربایجان	۶۱۰۰
محدوده چهار	قلی بیگلو	جمهوری آذربایجان	۲۴۰۰۰

Source: The free trade zone - Industrial Aras, 2009: 4



شکل ۲. موقعیت جغرافیایی منطقه آزاد تجاری ارس (Source: The authors traced, 2016)

یافته‌ها و بحث

سنجش عوامل داخلی و بیرونی

در این مرحله با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته، مهم‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از دیدگاه ساکنان منطقه آزاد تجاری ارس و مسئولان بخش گردشگری، بازرگانی، حمل و نقل، صنایع، مراکز آموزشی و علمی، خدماتی و میراث فرهنگی مورد سنجش قرار گرفت. بر این اساس، مهم‌ترین ویژگی‌های محیط داخلی و خارجی محدوده مورد مطالعه به تفکیک هر کدام از ابعاد مورد بررسی، به شرح جداول (۵ تا ۸) می‌باشد. در ستون اول جدول عوامل خارجی و داخلی (۵ تا ۸) مهم‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی منطقه آزاد تجاری ارس ذکر شده‌اند. در ستون دوم، به هر یک از این عوامل بر اساس نتایج حاصل از پیمایش صورت گرفته، وزنی از یک (مهم‌ترین) تا صفر (بی‌اهمیت‌ترین) اختصاص یافته است؛ هر چقدر وزن یک عاملی بیشتر باشد، نقش آن در توسعه منطقه بر اساس رویکرد شهر خلاق بیشتر خواهد شد. در ستون سوم جدول مذکور، به هر عامل امتیازی از ۴ (بسیار خوب) تا ۱ (ضعیف) داده شده است. در ستون چهارم امتیاز وزنی عوامل محاسبه شده که با ضرب وزن به رتبه عوامل به دست آمده است. سرانجام امتیازات وزنی تمام عوامل خارجی و داخلی در ستون چهارم به طور جداگانه با یکدیگر جمع گردیده و محاسبه شده است. امتیاز وزنی کل نشان می‌دهد که یک سیستم چگونه به عوامل و نیروهای موجود و بالقوه در محیط بیرونی‌اش پاسخ می‌دهد. همیشه متوسط امتیاز وزنی کل در یک سیستم در یک زمینه، عدد ۳ است (Hunger and violins, 2005: 90-92)، چنانچه بالاتر از آن باشد، اهمیت آن بیشتر و اگر کمتر از آن باشد، از اهمیت و تأثیرگذاری کمتری برخوردار است.

بر اساس تحلیل‌های صورت گرفته، جمع وزن عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) برابر با ۱ بوده و مجموعه امتیاز وزنی عوامل خارجی برابر با ۳/۳۹ می‌باشد. نتایج حاصل از اولویت‌بندی نقاط فرصت‌ها و تهدیدها (عوامل خارجی) نشان می‌دهد که مهم‌ترین فرصت‌هایی که در زمینه توسعه منطقه آزاد تجاری بر اساس شاخص‌های شهرهای خلاق وجود دارد، عبارتند از: داشتن موقعیت استراتژیک با امتیاز وزنی ۰/۲۸ به عنوان مهم‌ترین فرصت، قابلیت‌های توسعه فعالیت‌های گردشگری در زمینه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی با امتیاز وزنی ۰/۲۴ دومین فرصت و امکان جذب سرمایه‌گذاران بزرگ خارجی به سرمایه‌گذاری در منطقه با امتیاز وزنی ۰/۲۰ سومین فرصت برای این مناطق شناخته شده‌اند. کم‌اهمیت‌ترین فرصت از دیدگاه پاسخ‌گویان، پیشینه غنی فرهنگی در پذیرش نوآوری و توسعه با امتیاز ۰/۰۶ و فراهم بودن زمینه‌های توسعه تکنولوژی مدرن با امتیاز وزنی ۰/۱۲ می‌باشد (جدول ۵).

جدول ۵. تجزیه و تحلیل فرصت‌های منطقه آزاد تجاری ارس در مسیر شکل‌گیری شهر خلاق

امتیاز وزنی	رتبه بندی (درجه بندی)	وزن	فرصت‌ها
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	O1. داشتن موقعیت استراتژیک
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O2. امکان تعامل فرهنگی با گردشگران و یادگیری الگوهای نوین اخلاقی و فرهنگی
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	O3. امکان جذب سرمایه‌گذاران بزرگ خارجی به سرمایه‌گذاری در منطقه
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	O4. توسعه مراکز پژوهشی و تحقیقاتی
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	O5. توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات اساسی
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	O6. پیشینه‌ی غنی فرهنگی در پذیرش نوآوری، توسعه
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	O7. فرودگاه در حال تأسیس جلفا با عملکرد فراملی
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	O8. قابلیت‌های توسعه فعالیت‌های گردشگری در زمینه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	O9. فراهم بودن زمینه‌های توسعه تکنولوژی‌های نوین (بیوتکنولوژی، نانو تکنولوژی، IT)
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	O10. کیفیت مکانی مناسب (محیط زیست سالم، پارک‌های فراوان و فضاهای باز)
۱/۶۸	-	۰/۵۱	جمع

مهمترین تهدیدهایی که براساس پیمایش به عمل آمده، مشخص شده است؛ تبلیغات، آژانس‌ها، دفاتر اجرایی و بازاریابی محدود با امتیاز وزنی ۰/۲۸ و نبود خدمات مورد نیاز طبقه خلاق در منطقه نیز با امتیاز وزنی ۰/۲۸ هر دو به عنوان مهمترین و اولین تهدید می‌باشند. در جایگاه دوم تهدیدها نیز دو عامل؛ کافی نبودن نیروهای مختلف تخصصی و علمی با امتیاز وزنی ۰/۲۴ و شروع بحران قره باغ و تداوم آن (بسته شدن راه ریلی جلفا - مسکو) نیز با امتیاز وزنی ۰/۲۴ قرار دارند. فعالیت اندک نهادهای اجتماعی و فرهنگی و امکان تهدید فرهنگ بومی منطقه با امتیاز وزنی ۰/۰۶ چندان تهدید مهمی برای شکل‌گیری شهر خلاق در منطقه آزاد ارس محسوب نمی‌شود (جدول ۶).

جدول ۶. تجزیه و تحلیل تهدیدهای منطقه آزاد تجاری ارس در مسیر شکل‌گیری شهر خلاق

امتیاز وزنی	رتبه بندی (درجه بندی)	وزن	تهدیدها
۰/۳۰	۴	۰/۰۵	T1. محدود بودن خدمات و تسهیلات ورزشی (مسابقات ورزشی استانی، ملی و بین‌المللی)
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	T2. تبلیغات، آژانس‌ها، دفاتر اجرایی و بازاریابی محدود
۰/۰۹	۳	۰/۰۳	T3. عدم تأمین نیازهای تکنولوژیکی طبقه خلاق در منطقه و کاهش جذابیت آن
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	T4. توزیع و تخصیص نامتوازن بودجه‌های عمرانی دولتی در بین مناطق آزاد تجاری
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	T5. وجود موانع بسیار در جذب سرمایه‌گذاری خارجی
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	T6. فعالیت اندک نهادهای اجتماعی و فرهنگی (مانند موسیقی، رقص و غیره)
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	T7. نبود خدمات مورد نیاز طبقه خلاق در منطقه
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	T8. امکان تهدید فرهنگ بومی منطقه
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	T9. کافی نبودن نیروهای مختلف تخصصی و علمی
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	T10. شروع بحران قره باغ و تداوم آن (بسته شدن راه ریلی جلفا - مسکو)
۱/۷۱	-	۰/۴۹	جمع

جمع وزن عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) برابر با ۱ بوده و مجموعه امتیاز وزنی عوامل داخلی برابر با ۳ می‌باشد. تحلیل‌های صورت گرفته در زمینه نقاط قوت منطقه آزاد تجاری ارس نشان می‌دهد که قرارگیری در کریدورهای بین‌المللی حمل و نقل (۶ کریدور) با امتیاز وزنی ۰/۳۲ مهمترین نقطه قوت بوده و به ترتیب، برخورداری از زیرساخت‌های توسعه فعالیت‌های بازرگانی با امتیاز وزنی ۰/۲۴ و ایفای نقش‌های متفاوت فرهنگی - اجتماعی با گرفتن امتیاز وزنی ۰/۲۱ دومین و سومین نقاط قوت می‌باشند. متوسط بودن شاخص سرمایه انسانی در منطقه با امتیاز وزنی ۰/۰۶ و ارائه محصولات دستی و سنتی اقوام گوناگون کشور در بازارچه‌های منطقه با امتیاز وزنی ۰/۰۸ کم‌اهمیت‌ترین نقطه قوت منطقه تعیین شده است (جدول ۷).

جدول ۷: تجزیه و تحلیل نقاط قوت منطقه آزاد تجاری ارس در مسیر شکل‌گیری شهر خلاق

امتیاز وزنی	رتبه بندی (درجه بندی)	وزن	نقاط قوت
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	S1. خدمات و تسهیلات فرهنگی (تئاتر، کنسرت، سینما، گالری‌های هنر)
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	S2. قرار گیری در کریدورهای بین‌المللی حمل و نقل (۶ کریدور)
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	S3. ایفای نقش‌های متفاوت فرهنگی - اجتماعی
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	S4. تعبیه کاربرهای جذاب و فعال در فضاهای همگانی
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	S5. بهره مندی نسبی از شبکه‌های زیربنایی (از جمله خطوط نفت و گاز و غیره)
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	S6. مشارکت فعال و خلاق گروه‌های اجتماعی و اقتصادی در منطقه
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	S7. سابقه ی تاریخی مرکزیت تجاری منطقه
۰/۳۴	۴	۰/۰۶	S8. برخورداری از زیرساخت‌های توسعه فعالیت‌های بازرگانی
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	S9. ارائه محصولات دستی و سنتی اقوام گوناگون کشور در بازارچه های منطقه
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	S10. متوسط بودن شاخص سرمایه انسانی در منطقه
۱/۵۷	-	۰/۵	جمع

مهمترین نقطه ضعف منطقه آزاد تجاری ارس در مسیر حرکت به سوی معیارهای شهرخلاق، کم توجهی به حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی با امتیاز وزنی ۰/۲۱ است که در بین سایر نقاط بیشتری امتیاز را کسب کرده است و بعد از آن عدم استفاده مناسب از ظرفیت‌های کشاورزی و صنعتی منطقه با امتیاز ۰/۱۸ قرار دارد که در جایگاه دوم جای می‌گیرد. در نهایت محدودیت دسترسی به فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی و هم چنین عدم سرمایه گذاری مناسب در عرصه صنایع خلاق با امتیاز وزنی ۰/۱۶ قرار دارند (جدول ۸).

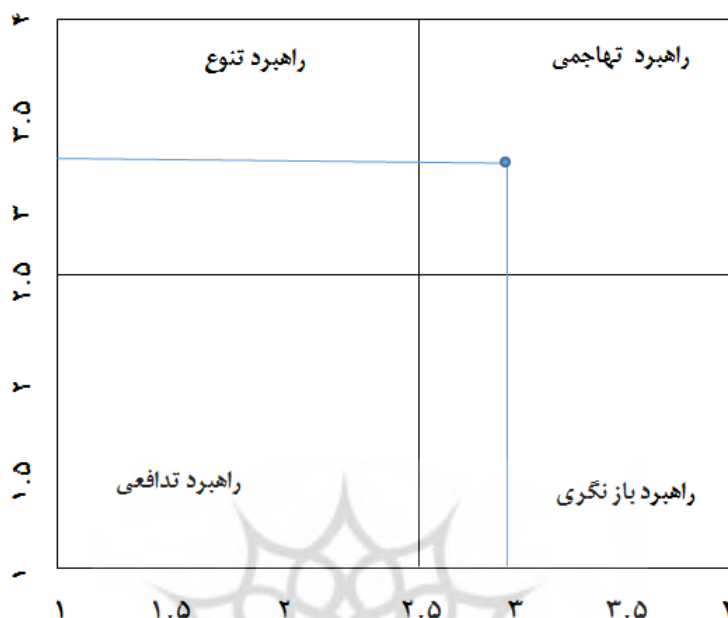
جدول ۸. تجزیه و تحلیل نقاط ضعف منطقه آزاد تجاری ارس در مسیر شکل‌گیری شهر خلاق

امتیاز وزنی	رتبه بندی (درجه بندی)	وزن	نقاط ضعف
۰/۱۸	۳	۰/۰۶	W1. عدم استفاده مناسب از ظرفیت‌های کشاورزی و صنعتی منطقه
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	W2. توجه صرف بر حوزه تجاری - صنعتی
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	W3. کم توجهی به حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	W4. محدودیت دسترسی به فن آوری ارتباطی و اطلاعاتی
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	W5. مرمت نشدن بناهای تاریخی موجود در منطقه
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	W6. عدم سرمایه گذاری مناسب در عرصه صنایع خلاق
۰/۱۴	۲	۰/۰۷	W7. پایین بودن مشارکت مردمی
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	W8. خدمات تفریحی ضعیف (مانند جشنواره‌ها)
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	W9. قرار گرفتن منطقه در کمربند فقر و محرومیت
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	W10. کمبود و توزیع نامناسب فرصت‌های اشتغال
۱/۴۳	-	۰/۵	جمع

تعیین راهبرد برتر

همان طور که شکل (۳) نشان می‌دهد، مجموع امتیاز وزنی عوامل درونی در خط افقی و مجموع امتیاز وزنی عوامل بیرونی در خط عمودی قرار می‌گیرد و بعد محل برخورد این‌ها، استراتژی بهینه را نشان می‌دهد. مجموع امتیاز وزنی عوامل درونی ۳ است و مجموع امتیاز وزنی عوامل بیرونی ۳/۳۹ به دست آمده است. بر طبق نتیجه بدست آمده، توجه به ارزیابی‌ها و تحلیل‌هایی که با استفاده از تکنیک سوات و ماتریس ارزیابی این تکنیک صورت گرفت، در مرحله ترسیم

مختصات، بیشترین کشیدگی به هر سمت که باشد، استراتژی در آن سمت می‌باشد. در نتیجه با توجه به اینکه کشیدگی به طرف راهبرد SO است، متمرکز شدن بر روی نقاط قوت و فرصت‌ها جهت توسعه خلاق منطقه، موفقیت‌آمیز خواهد بود. بنابراین می‌توان گفت که بهترین استراتژی و راهبرد برای این پژوهش، راهبرد تهاجمی است.



شکل ۳. ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدامات استراتژیک

تدوین راهبردها

راهبردها برای دست‌یابی به موقعیتی مطلوب‌تر تدوین می‌شوند. تدوین راهبردها، براساس ترکیب چهار عامل دخیل در مدل برنامه‌ریزی راهبردی صورت می‌گیرد که البته در جریان عمل، برخی از راهبردها با یکدیگر هم‌پوشانی داشته یا به طور هم‌زمان و هماهنگ با یکدیگر به اجرا در می‌آیند. در واقع، بر حسب وضعیت مورد مطالعه، چهار دسته راهبرد را که از نظر درجه کنشگری متفاوت هستند، می‌توان تدوین کرد:

۱. راهبردهای SO (راهبردهای تهاجمی): با بهره‌گیری از قوت‌ها، درصد بهره‌برداری از فرصت‌ها است.
۲. راهبردهای ST (راهبردهای تنوع): برای دوری از تهدیدها، از نقاط قوت استفاده می‌کند.
۳. راهبردهای WO (راهبردهای بازنگری): با بهره‌جستن از فرصت‌ها، نقاط ضعف را کاهش می‌دهد.
۴. راهبردهای WT (راهبردهای تدافعی): نقاط ضعف را کاهش و از تهدیدها دوری می‌کند (Pourahmad et al., 2013: 10-9). اکنون با توجه به مطالعات وضع موجود و با استنتاج از بررسی‌های موردی، برای منطقه آزاد تجاری ارس و تحرک بخشیدن به رشد و توسعه آن مطابق با شاخص‌های شهر خلاق، راهبردهای جامع و واقع‌بینانه پیشنهاد می‌شود. همان‌طور که شکل (۳) نشان می‌دهد، سنگینی عوامل در بردار SO متمرکز است. هم‌چنین با توجه به نتایج جداول تجزیه و تحلیل عوامل درونی و خارجی و اهداف کلانی که برای محدوده شناسایی شده‌اند، راهبردهایی برای توسعه منطقه آزاد تجاری در زمینه‌های خلاق و نوآوری ارائه می‌شود که مبتنی بر بخش‌های چهارگانه تکنیک سوات است.

جدول ۹. راهبردهای تدوین شده برای منطقه آزاد تجاری ارس در مسیر شکل‌گیری شهر خلاق

راهبردهای تنوع (ST)	راهبردهای تهاجمی (SO)
<p>ST1. فراهم سازی بسترهای لازم جهت استفاده مؤثر از ظرفیت نمایشگاه بین‌المللی تجاری و صنعتی تبریز (S1, S6, S7, T2, T3)</p> <p>ST2. برگزاری کارگاه‌های خلاقیت و کارآفرینی در زمینه هنرهای بومی و صنایع دستی در جلفا، خداآفرین، نوردوز و قلی بیگو (S8, S9, T6, T8)</p> <p>ST3. اولویت بخشیدن به ابعاد خلاق در بخش‌های فناوری، تجاری، تولیدی و مانند این‌ها جهت مقابله با تأثیرات منفی ایجاد منطقه آزاد ماکو و مناطق ویژه اقتصادی سهلان در مجاورت تبریز و سلماس (S3, S6, S8, T7, T3)</p> <p>ST4. استفاده مناسب از ظرفیت‌های تنوع فرهنگی منطقه آزاد ارس (حضور و همجواری با اقوام و ملیت‌های گوناگون مانند آذربایجان، گرجستان، ارمنستان و غیره) (S1, S3, T6, T8)</p> <p>ST5. توسعه ظرفیت خلاقیت در کلیه سطوح آموزش از طریق برنامه‌های آموزشی خلاقانه در منطقه آزاد ارس (S10, T9, T3)</p>	<p>SO1. تقویت و ارتقاء جایگاه حمل و نقل متنوع منطقه آزاد ارس از طریق احداث فرودگاه بین‌المللی جلفا، شروع به کار نمودن مجدد راه آهن جلفا-مسکو، قایق رانی در سواحل ارس و حمل و نقل زمینی موجود (S2, O5, O7)</p> <p>SO2. استفاده از توانایی دانشگاه‌ها و مراکز علمی همکار مانند دانشگاه تهران، دانشگاه تبریز، پردیس بین‌المللی ارس، دانشگاه علوم پزشکی تبریز جهت انجام پروژه‌های خلاقیت محور و در نتیجه جذب طبقه خلاق در سطح منطقه (S3, S10, O4, O5, O9)</p> <p>SO3. ایجاد و مکانیابی سایت‌های گردشگری در سواحل ارس بخصوص در سواحل سدهای خداآفرین و ارتقای جایگاه آن (S4, O2, O8, O10)</p> <p>SO4. تقویت موقعیت راهبردی استان آذربایجان شرقی (دارا بودن حدود ۷۰۰ واحد صنعتی متفاوت و پتانسیل تولید ویژه در حوزه فرش، کشاورزی، معدن، صنعت و برخورداری از بازارهای چهارگانه تبریز) (S2, S5, S8, O1, O5, O3)</p> <p>SO5. بهره‌مندی مطلوب از مزیت‌های منحصر به فرد منطقه آزاد ارس نسبت به سایر مناطق آزاد ایران که دسترسی به بازارهای اقتصادی اروپا و داشتن مرز زمینی فعال با کشور خارجی نمونه بارز آن است (S9, O9).</p>
راهبردهای تدافعی (WT)	راهبردهای بازنگری (WO)
<p>WT1. جذب صنایع خلاق و سرمایه‌گذاری‌های ملی و خارجی جهت رقابت پذیر و جذاب ساختن منطقه آزاد ارس نسبت به مناطق آزاد رقیب در مقیاس منطقه‌ای (ایجاد منطقه آزاد در بندر راهبردی پوتی با همکاری امارتی‌ها و ایجاد منطقه آزاد در جمهوری خودمختار نخجوان) (W9, W6, W2, T2, T3)</p> <p>WT 2. بهره‌مندی از موقعیت دسترسی آسان و سریع به شهرهای صنعتی (تبریز، ارومیه) نسبت به سایر مناطق آزاد کشور (چاه بهار، قشم، کیش) (W1, W4, T4, T10)</p> <p>WT 3. همکاری و تبادل همه‌جانبه با بازارهای هدف در واحدهای سیاسی همجوار (آذربایجان، جمهوری خودمختار نخجوان، ارمنستان، گرجستان) (W10, W4, T9, T10)</p> <p>WT 4. تشکیل سازمان‌های غیر دولتی برای مشارکت شهروندان در رسیدگی به اداره امور شهری و جلوگیری از بروز ناامنی و ناهنجاری و بزهکاری در سطح منطقه (W7, W9, T6, T8)</p> <p>WT 5. کارآمد ساختن استفاده از امکانات و ظرفیت‌های پسرکرانه سرزمین اصلی در حوزه مخابرات، مالی (بانکداری، بیمه و بورس)، بازرگانی (خدمات حرفه‌ای، حقوقی، حسابداری)، حمل و نقل و آموزش (W1, W2, W6, T1)</p>	<p>WO1. ایجاد کاربری‌های متنوع و جاذب گروه‌های مختلف اجتماعی در منطقه آزاد ارس (W5, W8, O5, O8)</p> <p>WO2. تلاش برای شناساندن و توسعه مکان‌ها و فضاهای طبیعی، فرهنگی و تاریخی در راستای ایجاد جذابیت محیطی در منطقه آزاد ارس؛ (مانند قلعه عباس میرزا، حمام کردشت، خانه‌های قدیمی، پل‌های تاریخی خداآفرین، منطقه حفاظت شده کیامکی و غیره) (W3, W2, O6)</p> <p>WO3. کاهش ناسازگاری فرهنگی ناشی از جذب جمعیت خارجی و داخلی با تأکید بر اشتراکات فرهنگی و از طریق تغییر زمان تراکم جمعیت از ایام تعطیلات نوروزی و تابستانی در تمام سال (W1, W3, O1, O2)</p> <p>WO4. تسریع روند آماده‌سازی فرودگاه با عملکرد فرامنطقه‌ای جلفا جهت رفع مسائل ارتباطی و دسترسی (W6, O1, O7, O10)</p> <p>WO5. به‌کارگیری مشارکت مردمی در تهیه و اجرای طرح‌های توسعه شهری و منطقه‌ای مانند طرح‌های عمرانی (طرح جامع حمل و نقل منطقه آزاد ارس، استراتژی توسعه شهری جلفا، طرح جامع شهرهای منطقه)، تفریحی (احداث پارک‌ها)، تجاری (بازارچه‌های مرزی) (W10, W4, O3, O6)</p>

نتیجه‌گیری

پرداختن به اصول و معیارهای شهرهای خلاق در مناطق آزاد هنوز نیازمند پژوهش بسیار است؛ پژوهش حاضر با هدف بررسی قابلیت‌های منطقه آزاد تجاری ارس در راستای دستیابی به شهر خلاق، به تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها پرداخته است. با توجه به بخش ملاحظیات نظری و هم‌چنین شرایط موجود منطقه آزاد تجاری ارس، ابعاد مختلف شهر خلاق در مهم‌ترین نقاط شهری آن (شهر جلفا - خدآفرین) از تلاقی قابلیت‌ها و محدودیت‌ها در چهارچوب مدل سوات بیان شد. آن‌چه از بررسی و تحلیل جنبه‌های گوناگون این منطقه حاصل شد، بیانگر این نکته است که منطقه آزاد تجاری ارس دارای نقاط قوت و فرصت‌های بیشتری نسبت به نقاط ضعف و تهدیدها می‌باشد. اما این منطقه با وجود داشتن قابلیت‌ها و زیرساخت‌های اساسی و هم‌چنین برخورداری از استراتژی تهاجمی، هنوز با شرایط مهم و ضروری یک شهر خلاق فاصله زیادی دارد. در واقع، برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در منطقه آزاد تجاری ارس متناسب با معیارهای شهر خلاق نبوده است.

نتایج نشان می‌دهد منطقه آزاد تجاری ارس در شاخص‌های برخورداری از سیستم‌های حمل و نقل متنوع، مراکز علمی و آموزشی، جاذبه‌های توریستی فراوان و موقعیت مکانی جذاب وضعیت مطلوبی دارد ولی شاخص‌های برگزاری فستیوال‌های فرهنگی، هنری و ورزشی در شرایط نامطلوبی قرار دارد که برطرف نمودن این کاستی‌ها موجب ارتقای جایگاه طبقه خلاق در منطقه می‌شود و زمینه برای شکل‌گیری شهر خلاق فراهم می‌شود. از مهم‌ترین موارد نامطلوب شاخص فرهنگی و هنری در محدوده مورد مطالعه، پایین بودن تعداد هنرمندان، هزینه‌های تحقیق و توسعه فرهنگی و هنری، تعداد سینماها، فرهنگسرا و رویدادهای هنری می‌باشد. ذکر این نکته ضروری است که کانون اغلب استراتژی‌ها و برنامه‌ریزها برای تبدیل شدن به شهر خلاق، تحکیم و تقویت فعالیت‌های هنری و فرهنگی مانند پشتیبانی از هنر و هنرمندان و زیرساخت‌های نهادی مورد نیاز می‌باشد. اینجاست که بر اساس رویکردهای شهر خلاق و با یک نگاه بینانه به دور از هر گونه ایده‌آل اندیشی به نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق در می‌یابیم که یک الگوی توسعه‌ای با در نظر گرفتن شرایط منطقه و با هدف بالفعل کردن پتانسیل‌های شهر خلاق تدوین شود. از بررسی تسهیلات و زیرساخت‌های تفریحی، چنین استنباط می‌شود، که این عناصر در سطح قابل قبولی قرار ندارند، در حالی که وجود این عناصر از عوامل اصلی ایجاد و توسعه شهر خلاق است.

مطالعه شرایط منطقه در قالب استراتژی‌های چهارگانه تدوین شده با شاخص‌های شهر خلاق بیانگر این نکته است که شرایط موجود در مناطق آزاد تجاری - صنعتی ارس در مقایسه با اغلب شهرها، می‌تواند زمینه ساز حضور طبقه خلاق و رونق صنایع خلاق باشد؛ چرا که این منطقه دارای پتانسیل‌های زیادی برای بروز خلاقیت است و می‌تواند سرمایه‌های انسانی خلاق را جذب کرده و حفظ نماید. این مسأله با متغیرهایی گوناگونی در ارتباط است که از جمله آن می‌توان به وجود ظرفیت‌های متنوع فرهنگی، علمی، اقتصادی، اجتماعی، تکنولوژیکی، حمل و نقل، گردشگری و امکانات طبیعی در منطقه آزاد تجاری ارس اشاره نمود. با توجه به اینکه منطقه آزاد تجاری ارس با اقوام و کشورهای مختلفی هم‌جوار است و در طول سال از این نواحی جمعیت جذب می‌کند (ارمنستان، آذربایجان، گرجستان، ترکیه، و اقوام ایرانی)، تنوع اجتماعی و ذوب فرهنگی به عنوان یکی از مهم‌ترین شاخص‌های شهر خلاق ظهور کرده و گسترش می‌یابد. در زمینه جذب طرفداران محیط زیست منطقه آزاد تجاری ارس ظرفیت گسترده‌ای دارد؛ قرار گرفتن بکرترین بخش جنگل‌های ارسباران به عنوان مرکز زیست کره جهان در شهرستان خدآفرین، منطقه حفاظت شده کیامکی (کمچی)، رود ارس و رودخانه‌های فراوان (سیه رود، دوزال چای، قولان چای، اوشتبیین چای، مرداناغوم چای، کلیبر چای) در محدوده جغرافیایی منطقه آزاد ارس بر جذابیت محیطی آن می‌افزاید و ضرورت برنامه‌ریزی متناسب با معیارهای شهر خلاق را نمایان می‌سازد.

از عناصر برجسته فرهنگی دیگر در منطقه آزاد ارس برگزاری ورزش‌های سنتی و محلی مانند برگزاری مسابقات اسب سواری عشایر در خداآفرین که در اردیبهشت ماه هر سال برگزار می‌شود و مورد استقبال مناسب نیز واقع می‌شود که آن نیز با برخی از ویژگی‌های شهر خلاق مطابقت دارد. منطقه آزاد تجاری ارس علی‌رغم توان‌های موجود در حوزه حمل و نقل و داشتن موقعیت استراتژیک، نتوانسته مطابق با شیوه‌های حمل نقل رایج در شهرهای خلاق توسعه یابد، یکی از مهم‌ترین علل این ناکامی، وقوع بحران قره باغ و تداوم آن که باعث بهره‌گیری نامناسب از توان‌های استراتژیکی و بسته شدن راه آهن جلفا - مسکو شده و بدین ترتیب از ظهور نقاط شهری خلاقدر منطقه جلوگیری کرده است. سرانجام می‌توان گفت که منطقه آزاد تجاری ارس هر چند در مراحل اولیه توسعه خود است و با کم و کاستی‌های بسیاری نیز مواجه است ولی ظرفیت بالایی برای توسعه هر چه بیشتر دارد و می‌تواند با معیارهای شهر خلاق وفق یابد و زمینه ساز تغییر و تحول منطقه‌ای شود. پیشنهادهایی که برای تحقق قابلیت‌های توسعه شهر خلاق در منطقه آزاد ارس در چهارچوب نظام اقتصادی و ایدئولوژیک حاکم بر ایران می‌توان ارائه داد، به شرح زیر می‌باشد:

- برگزاری نمایشگاه صنایع دستی (قالی بافی، جوراب بافی، فرش، کفش، گلیم بافی و لباس‌های محلی)، جشنواره‌های فرهنگی (جشن‌های محلی، موسیقی عاشیقی) در تمام نقاط منطقه آزاد تجاری ارس موجب پویای اقتصادی، بروز تنوع و خلاقیت می‌شود که از شاخص‌های اصلی شهر خلاق می‌باشد.

- مراکز علمی و پژوهشی منطقه آزاد ارس (پردیس بین المللی ارس، دانشگاه‌های آزاد خداآفرین، جلفا، شرکت‌های دانش بنیان می‌توانند با ارائه طرح و عناوین پژوهشی بر اساس نیازهای پژوهشی، پیشنهاد، طراحی و اجراء طرح‌های نوآورانه، برگزاری نمایشگاه‌های فناورانه، مدیریت مطالعات راهبردی و اداره کار گروه توسعه و پژوهش وابسته به دانشگاه در واحد شهرداری، برگزاری و مدیریت کنفرانس‌ها و همایش‌های علمی (شهری - منطقه‌ای) گامی مؤثری در راستای ایجاد شهر خلاق در منطقه بر دارند.

- تهیه طرح جامع منطقه‌ای و استراتژی توسعه شهری منطقه آزاد تجاری ارس با رویکرد مشارکت مردمی از مهم‌ترین عواملی هستند که می‌توانند در شکوفا شدن قابلیت‌های نهفته در منطقه تأثیر بسزایی داشته باشند و از این طریق شهر جلفا براساس شاخص‌های شهر خلاق شکل یابد.

- جهت دستیابی به شهر خلاق در سطح منطقه آزاد تجاری ارس می‌توان از قابلیت‌های توریستی آن نهایت استفاده را به عمل آورد و به هر یک از بخش‌های چهارگانه محدوده آزاد تجاری، کارکرد گردشگری ویژه‌ای را اختصاص داد؛

(الف) جلفا: گردشگری مذهبی (کلیسای سنت استپانوس، امامزاده سید محمد) و تجاری (بازارچه‌های مرزی)

(ب) خداآفرین: گردشگری فرهنگی و طبیعت گردی (عمارت آینالو)

(ج) نوردوز و قلی بیگلو: گردشگری روستایی.

منابع

۱. پوراحمد، احمد؛ حسینی، علی؛ اروچی، حسن و علیزاده، محمد. (۱۳۹۲). اولویت سنجش راهبردهای توسعه گردشگری فرهنگی در منطقه ی الموت قزوین، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۵ (۳)، ۱-۱۷.
۲. حسین پور، سید علی؛ غریب، امید؛ اکبری مطلق، مصطفی و نجفی، محدثه. (۱۳۹۲). شهر خلاق: اقتصاد پایدار. جلد دوم. تهران: طحان.
۳. حاج حسینی، حجت الله؛ اشتری، حسن و مهدنژاد، حافظا. (۱۳۹۳). نقش نظریه شهر خلاق در پویای اقتصاد فرهنگی و زندگی شهری. مجله ترویج علم، ۵ (۷)، ۱۵-۳۸.
۴. ذکی، یاشار؛ ولیقلی‌زاده، علی و زارعی، بهادر. (۱۳۹۴). تحلیل فضای وابستگی و فضا‌های پیوستگی منطقه آزاد تجاری - صنعتی ارس. فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای. ۵ (۱۷)، ۵۱-۷۰.

۵. رفیعیان، محسن. (۱۳۸۹). درآمدی بر مناطق و شهرهای خلاق. مجله شهرداری‌ها. ۱۱ (۱۰۰)، ۱۲-۱۵.
۶. کی قباد، مرضیه؛ فخرایی، مرضیه؛ علوی، سیده و زواری، سید عبدالمجید. (۱۳۸۷). شناخت صنعت فرهنگی. چاپ اول. تهران: اندیشکده صنعت و فناوری.
۷. مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران. (۱۳۸۸). طرح تدوین سند راهبردی توسعه منطقه آزاد تجاری - صنعتی ارس، شناخت وضعیت اقتصادی، اجتماعی و کالبدی منطقه آزاد ارس. سازمان منطقه آزاد تجاری - صنعتی ارس. جلد ۲ و ۵.
۸. شیعه، اسماعیل و کبیری، فاتح. (۱۳۸۸). گردشگری پایدار در پارک‌های طبیعی حومه شهرها با استفاده از رویکرد تحلیل راهبردی SWOT آرمان شهر. ۲ (۳)، ۹-۱.
۹. فدایی، دلناز. (۱۳۹۴). ساماندهی محله کوهسنگی مشهد با تأکید بر اصول شهر خلاق. هفتمین کنفرانس ملی برنامه‌ریزی و مدیریت شهری. مشهد، ۱-۲۰.
۱۰. قربانی، رسول؛ حسین آبادی، سعید و طورانی، علی. (۱۳۹۲). شهر خلاق، رویکردی فرهنگی در توسعه شهری. فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۳ (۱۱)، ۱-۱۸.
۱۱. هانگر، جی دیوید و توماس ال، ویلن. (۱۳۸۱). مبانی مدیریت استراتژیک. ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، چاپ اول. تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
12. A Creative City Task Force. (CCTF). (2008). *A Creative City Task Force Report London (CANADA)*.
13. Baeker, G., & Murry, G. (2008). *Creative City: Planning Framework*, A Supporting Document to the Agenda for Prosperity: Prospectus for a Great City, Toronto.
14. Banks, M. (2013). Creative Cities, Counter – Finance and the Aesthetics of Exchange: Copenhagen's Artmoney Project, *Journal of Cities*, No (33), 36-42.
15. Costa, P., Magalhael, M., Vasconcelos, B., & Gustavo Sugahara. (2007). A Discussion on the governance of creative cities: some insight for policy action, *Norwegian, Journal of Geography*, 1, 61.
16. Cotter, L. (2008). Urban Community Development Inspired by Culture: The Potential of Creative Cities, *Conference of Urban Community Development Inspired by Culture: The Potential of Creative Cities*, July 29- August 7. 2008. Published by the Japan Foundation, 3.
17. Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York: Basic Books.
18. Florida, Richard. (2005). *cities and creatives class*, Routledge, UAS.
19. Gossling, T., & Rutt, R. (2007). *Innovation in regions*. European Planning Studies. Vol. 15 (2), February.
20. Hartley, J., Potts, J., & Macdonal, T. (2012). Creative City Index, The ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation. Prepared for the (BJSS) and (BJAST). *Cultural Science Journal*, 5 (1).
21. Jakob, D. (2010). *Constructing the creative neighborhood: Hopes and limitations of creative city policies in Berlin*, City, Culture and Society, 193-198.
22. Landry, Ch. (2000). *The creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London. Comedia / Earthean.
23. Landry, Ch. (2014). *Helsinki Creative City Index*. Harnessing the Collective Imagination, Kaupungin tietokeskus: Helsinki.
24. Mommas, H. (2004). Cultural Cluster and the post – industrial city: Towards the remapping of urban cultural policy. *Urban Studies*, 41, 507-532.
25. Romein, A., & Jacob, T. (2009). *Key Elements of Creative City Development: An Assessment of Local Policies in Amsterdam and Rotterdam*. OTB Research Institute for Housing, Urban and Mobility Studies, Jaffalaan 9. Delft: the Netherlands, 1-19.
26. Sasaki, M. (2010). Urban regeneration through cultural creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study. *Journal of Cities*, 27, 3-9.

27. Sefertzi, E. (2000). *Creativity Report Produced for the EC funded project called INNOKEGIO: dissemination of innovation and knowledge management techniques*. Stockholm School of Economics in Riga.
28. Vanolo, A. (2008). The image of the creative city: Some reflections on urban branding in Turin. *Journal of Cities*, 25, 370-382.
29. Vanolo, A. (2015). The Image of the Creative City, eight years later: Turin, urban branding and the economic crisis taboo. *Journal of Cities*, 46, 1-7.
- Vivant, E. (2013). Creatives in the city: Urban contradictions of the creative city. *Society*, 4, 57-63.
30. Winden, W., Denberg, L., & Pol, P. (2007). European cities in knowledge Economy: Towards a typology. *Urban Studies*, 44 (3), 529.
31. Yigitcanlar, T., Baum, S., & Horton, S. (2007). Attracting and retaining knowledge workers in knowledge cities. *Journal of Knowledge Management*, 11 (5), 6-17.

