

Research Article

Dor: 20.1001.1.25385968.1402.18.4.4.7

Determination the key Factors of Creative Tourism Development Based on the Futures Research Approach (Case Study: Izeh City)

Masoud kavousi¹, Hamid Saberi^{2*}, Mhadi Momeni³ & Ahmad Khademolhoseiny⁴

1. Ph.D Candidate in Geography & Urban Planning, Tourism Research Center, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran

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

3. Assistate Professor, Department of Geography & Urban Planning, Tourism Research Center, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran

4. Assistate Professor, Department of Geography & Urban Planning, Tourism Research Center, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran

* Corresponding author: Email: Hamidsaberi2000@gmail.com.

Receive Date: 18 June 2022

Accept Date: 12 October 2022

ABSTRACT

Introduction: Creative Tourism is one of the issues that the authorities and urban planners have always considered; because in the case of growth and development of tourism in a city, the economy of the city is thriving and improves the quality of life of the inhabitants.

Research Aim: the purpose of this study is to determine the key factors affecting the development of creative tourism of izeh city with future research approach.

Methodology: The present study is an applied research in terms of nature based on the new methods of future research, analytical and exploratory, which has been done by combining qualitative and quantitative models. the collection method in this research is documentation and library. The qualitative data of the questionnaire is open and through interviews, and the quantitative data and data, the questionnaire has been developed and through the questionnaires, delphi method was used. the research population consisted of 60 exper. Finally, the mic mac was used to analyze the variables.

Studied Areas: The geographical area of this research is Izeh City.

Results: based on the finding, among the 45 variables studied, tourism training programs, urban attractive spaces, quality of life and the tourism information bank have been used in the area of effective factors and variables that were identified in the dichotomous spectrum have also the ability to become effective variables. Finally, based on the effects of variables, direct and indirect relationships of variables in 5 very weak, weak, moderate, moderately strong and very strong effects were classified.

Conclusion: The results of influencing factors indicate that physical – environmental, socio - cultural , economic and institutional factors have the most important effect on the creative tourism of Izeh City.

KEYWORDS: Key Factors, Creative Tourism, Futurology, Izeh City



فصلنامه علمی مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی
دوره ۱۸، شماره ۴ (پیاپی ۶۵)، زمستان ۱۴۰۲
شاپای چاپی ۰۵۹۶۸-۲۵۳۸ شاپای الکترونیکی ۰۵۹۵۵X-۲۵۳۸
<http://jshsp.iaurasht.ac.ir>
صص. ۷۰-۵۷

Dor: 20.1001.1.25385968.1402.18.4.7

مقاله پژوهشی

تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق مبتنی با رویکرد آینده پژوهی (نمونه موردی: شهر ایزده)

مسعود کاوسی^۱، حمید صابری^{۲*}، مهدی مومنی^۳ و احمد خادم الحسینی^۴

۱. دانش آموخته دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، مرکز تحقیقات گردشگری، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران
۲. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، مرکز تحقیقات گردشگری، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران
۳. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، مرکز تحقیقات گردشگری، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران
۴. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، مرکز تحقیقات گردشگری، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران

* نویسنده مسئول: Email: Hamidsaberi2000@gmail.com

تاریخ دریافت: ۲۸ خرداد ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش: ۲۰ مهر ۱۴۰۱

چکیده

مقدمه: گردشگری خلاق از جمله موضوعاتی است که مسئولان و برنامه‌ریزان شهری همواره آن را مورد توجه قرار می‌دهند؛ چرا که در صورت رشد و توسعه گردشگری در یک شهر، اقتصاد آن شهر رونق یافته و سبب بهبود کیفیت زندگی ساکنان می‌گردد.

هدف: در این پژوهش هدف تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق شهر ایزده با رویکرد آینده پژوهی است.

روش‌شناسی تحقیق: پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی از نظر ماهیت براساس روش‌های جدید علم آینده پژوهی، تحلیلی و اکتشافی است که با به کارگیری ترکیبی از مدل‌های کمی و کیفی انجام گرفته است. شیوه جمع‌آوری در این تحقیق اسنادی و کتابخانه‌ای بوده است. داده‌های کیفی پرسشنامه باز و از طریق مصاحبه و بررسی اسناد و داده‌های کمی مورد استفاده به صورت عددی و از طریق وزن دهی پرسشنامه‌ها به صورت دلفی تهیه شده است. جامعه آماری تحقیق را ۶۰ نفر از کارشناسان تشکیل داده‌اند. در نهایت جهت تجزیه و تحلیل متغیرها از نرم‌افزار Mic Mac بهره گرفته شد.

قلمرو جغرافیایی پژوهش: قلمرو جغرافیایی این پژوهش، شهر ایزده می‌باشد.

یافته‌ها: براساس یافته‌ها، در بین ۴۵ متغیر مورد بررسی، برنامه‌های آموزشی گردشگری، فضاهای جذاب شهری، کیفیت زندگی و بانک اطلاعات گردشگری، درحیطه عوامل تأثیرگذار قرار گرفته‌اند و متغیرهایی که در طیف دو وجهی شناسایی شدند نیز قابلیت تبدیل شدن به متغیرهای اثرگذار را نیز دارند. در نهایت براساس تأثیرات متغیرها، روابط مستقیم و غیرمستقیم متغیرها در ۵ طیف بسیار ضعیف، ضعیف، متوسط، نسبتاً قوی و تأثیرات بسیار قوی دسته بندی شده‌اند.

نتایج: نتایج عوامل تأثیرگذار و تأثیرپذیر نشان دهنده آن است عوامل کالبدی - محیطی، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و نهادی - سازمانی، بیشترین تأثیرگذاری را بر گردشگری خلاق شهر ایزده دارند.

کلیدواژه‌ها: پیشران‌های کلیدی، گردشگری خلاق، آینده پژوهی، شهر ایزده

مقدمه

گردشگری یکی از صنایع خلاق محسوب می‌شود که علاوه بر جذب گردشگر سبب توسعه اقتصادی می‌شود. کاهش فقر، ارتقای سطح زندگی و تعاملات مثبت فرهنگی به دنبال دارد (طالبی فرد، ۱۴۰۰: ۲۱). شهرها به دلیل دارا بودن جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و انسان ساخت همواره به عنوان مقاصد گردشگری مورد توجه بوده‌اند (قائم‌ی راد و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۳۰) اما به دلیل اثرات مثبت گردشگری، شهرها در پی رقابت با یکدیگر بر سر جذب گردشگران‌اند و تلاش می‌کنند خود را از رقبایشان متمایز جلوه دهند (Crouch, 2010: 39). کلید موفقیت در صنعت رقابتی تأمین تقاضای گردشگران از طریق عرضه محصول و خدمات خلاق است (Horng et al., 2016: 10). عامل دیگر برای مزیت رقابتی شهرها، استعداد خلاق است که ترکیب مفاهیم خلاقیت و گردشگری برای رشد چنین استعدادهایی ضروری به نظر می‌رسد (مصاحبی‌پور فرد و همکاران، ۱۴۰۰: ۱). که ریچاردز^۱ این ترکیب را گردشگری خلاق معرفی و نامگذاری نمود. گردشگری خلاق نوع جدیدی از گردشگری است که در ادامه گردشگری فرهنگی باعث تحول این صنعت گردیده است. تکیه بر تجربه گردشگری، مشارکت واقعی گردشگر در موقعیت‌های منحصر به فرد باعث شده است تا این نوع گردشگری بتواند طیف گسترده‌ای از سهم عرضه و تقاضا را در بازار گردشگری به خود اختصاص دهد (موسوی و همکاران، ۱۴۰۰: ۶۲). هدف گردشگری خلاق، جلب توجه هر چه بیشتر گردشگران از طریق تشویق آنها به درک عمیق‌تر محل مورد بازدید است که به پویا شدن صنعت گردشگری محلی کمک می‌کند (Yorch, 2010: 13). گردشگری خلاق که زمینه‌ساز برقراری ارتباط بیشتر بین گردشگران و جوامع محلی و همچنین تجربه عینی زندگی فرهنگ‌های مختلف در بردارد، به دنبال ایجاد فوائد عاطفی، روحی، روانی و اجتماعی است (Aksit Askin, 2014: 787). این نوع گردشگری، آخرین زنجیره تکامل گردشگری است و امروزه می‌توان شاهد فراگیر شدن تقاضا برای محصولات گردشگری خلاق بود. به گردشگران فرصت می‌دهد تا از طریق مشارکت فعال در دوره‌ها و تجارب یادگیری که مشخصه مقصد مورد نظر می‌باشد بتوانند پتانسیل‌های خلاقانه خود را توسعه دهند. این گردشگری مزایای بیشتری نسبت به گردشگری فرهنگی سنتی دارد. این گردشگری راحتی بیشتر، نوآوری در زمینه محصولات جدید، ارائه منابع خلاقانه پایدار و خلاقیت بیشتری را برای گردشگران فراهم می‌آورد (Fu Chen & Huan Chou, 2019: 49). با توجه به اهمیت گردشگری خلاق، استفاده و اهمیت مطالعات آینده نیز در این صنعت مورد توجه قرار گرفته است و بررسی‌هایی نیز در این زمینه انجام شده است (رسولی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۰۵). عدم توانایی در پیش‌بینی دقیق آینده گردشگری و همچنین پیچیدگی‌های ناشی از تغییرات روزافزون آن، باعث شده تا محققان از قابلیت‌های دانش نوظهور آینده‌پژوهی بهره‌برده و آینده‌نگاری را وارد بطن فعالیت‌های برنامه‌ریزی و پیش‌بینی تحولات کنند، چه بسا رویکرد آینده‌نگرانه به برنامه‌ریزی، ریشه‌های تسلط آنان بر جهان آینده بیش از پیش مستحکم‌تر می‌کند (نظم‌فر و علی‌بخشی، ۱۴۰۰: ۶۰).

در همین راستا شهر ایزه به دلیل داشتن پیشران‌های مؤثر در گردشگری خلاق باید مورد توجه برنامه‌ریزان توسعه شهری با رویکرد آینده‌پژوهی قرار گیرد. شهر ایزه به دلیل قرار گرفتن در دامنه‌های جنوبی کوه‌های زاگرس، شرایط اقلیمی بسیار دلپذیر به ویژه در فصول تابستان و بهار با وجود گرمای طولانی و طاقت فرسا در سایر نقاط استان خوزستان، طبیعت سرسبز و دل‌انگیز آن در اوایل بهار و جاذبه‌های گردشگری بی‌نظیر اطراف آن همچون وجود کوه‌های برفگیر منگشت و سفیدکوه، پوشش جنگلی و گیاهی مناسب به همراه مناظر زیبای دلنواز و همچون آبشارها، چشمه سارها، تالاب‌ها، کوه‌ها و ارتفاعات مناسب جهت کوهنوردی و از همه مهمتر روستاهایی که به لحاظ داشتن شرایط طبیعی و انسانی منحصر به فرد خود، همه در زمره بسترهای طبیعی قابل توجه برای توسعه گردشگری می‌باشند. همچنین شهر ایزه 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 آینده‌پژوهی در گردشگری خلاق می‌تواند در توسعه پایدار منطقه و شهر ایزه مؤثر واقع شوند و از بیکاری و مهاجرت جوانان به شهرهای کلان جلوگیری خواهد نمود. با توجه به موارد مذکور این پژوهش به دنبال تعیین پیشران‌های مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق شهر ایزه مبتنی بر رویکرد آینده‌پژوهی می‌باشد.

گردشگری یکی از پویاترین فعالیت‌های اقتصادی عصر حاضر است که در توسعه پایدار محلی نقش مهمی دارد و اولویت توسعه آن نیازمند شناخت عوامل تأثیرگذار و محدودکننده طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در هر منطقه است (نجفی و

همکاران، ۱۳۹۸: ۱۳۹). گردشگری به عنوان یک پدیده انبوه، بزرگ‌ترین تحرک اجتماعی در پهنه جغرافیایی جهان به شمار می‌رود. گردشگری یکی از صنایع رشدیافته نیمه دوم قرن بیستم است و اغلب به مثابه کلیدی برای رشد اقتصادی، هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای درحال توسعه، استفاده شده است. این فعالیت به عنوان ابزاری قوی برای توسعه، رشد و تنوع اقتصادی، اشتغال و غیره عمل می‌کند. به طوری که گردشگری در هزاره جدید به بزرگترین منبع درآمد جهانی تبدیل شد (علی اکبری و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۷). با وجود اثرات اقتصادی دولت‌ها را بر آن داشت که به گردشگری به عنوان یکی از شیوه‌های حل بیکاری و ایجاد و توسعه کسب و کار، نگاه کنند (Yfantidou et al., 2016: 1160). صاحب نظران به پایداری گردشگری خلاق باور دارند (بسته نگار و همکاران، ۱۳۹۶).

ریشه‌های گردشگری خلاق احتمالاً در پرتغال در اواسط دهه ۱۹۹۰ ظاهر شد، زمانی که کمیسیون اروپا به منظور کمک به تولیدکنندگان صنایع دستی برای تشخیص محصولات دست‌سازشان از کسانی که به تولید انبوه می‌پرداختند، پروژه یوروتکس^۱ را پایه گذاری کرد (Kampel, 2010: 3). پس از آن ریچاردز بر مبنای مطالعاتی که انجام داد (۱۹۹۹)، به نقل از کمپل (۲۰۱۰) متوجه شد که اگر مردم از روند کار این کالاها آگاه نباشند آنها مایل نخواهند بود که قیمت بالایی برای آن بپردازند. بنابراین، هنر و صنعت "التو مینهو"^۲ به منظور ارائه فرصتی به بازدیدکننده که نه تنها با هنرمندان در تماس باشد بلکه بایستی بخشی از روند کار ساخت این محصولات دست‌ساز را نیز خودش انجام دهد تا به ارزش واقعی این کالاها پی ببرد، توسعه یافت. ریچاردز و ریموند (۲۰۰۰) برای اولین بار از گردشگری خلاق به عنوان نوعی از گردشگری یاد کرده اند که به بازدیدکنندگان فرصتی می‌دهد تا به توسعه پتانسیل خلاق خود از طریق مشارکت فعال در دوره‌ها و تجارب یادگیری، که از مشخصه‌های مقصدی هستند که در آنجا به سر می‌برند، بپردازد (Binkorest, 2007: 125). یونسکو (۲۰۰۶) گردشگری خلاق را به عنوان سفری به سمت تجربه درگیر و معتبر، با یادگیری مشارکتی در هنر، میراث فرهنگی و یا شخصیت خاصی از یک مکان، تعریف کرده و آن را ارتباط با کسانی که در این محل اقامت داشته و فرهنگ زندگی مخصوص به خود را دارند، می‌داند. در کشور نیوزیلند، که در آن اولین تلاش‌ها برای توسعه استراتژی گردشگری خلاق با ایجاد گردشگری خلاق نیوزیلند صورت گرفته است، این اصطلاح به عنوان شکل پایداری از گردشگری تعریف می‌شود که احساس واقعی برای فرهنگ محلی از مجاری غیر رسمی، کارگاه‌های آموزشی محلی و تجارب خلاق ایجاد می‌کند (Kastro, 2012: 18). هال و زازنبرگ^۳ (۲۰۱۲) مشاهده کردند در حالی که گردشگری فرهنگی مشاهده منفعل از چیزهای مربوط به دوران گذشته در نظر گرفته می‌شود اما گردشگری خلاق انتقال از گذشته به حال و آینده از طریق ایجاد ارتباط بین مردم محلی و بازدیدکنندگان است (جدول ۱).

جدول ۱. گردشگری فرهنگی و خلاق

نوع گردشگری	زمان	تمرکز فرهنگی	مصروف	یادگیری
گردشگری فرهنگی	گذشته و حال	فرهنگ بالا، فرهنگ مشهور	محصول، فرایند	منفعل
گردشگری خلاق	گذشته، حال و آینده	فرآیندهای خلاق	تجربه، همکاری بین گردشگر و جامعه محلی	فعال و توسعه مهارت‌ها

منبع: بسته نگار و همکاران، ۱۳۹۶

در طول دهه‌های گذشته، مفاهیم و رویکردهای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری نیز تکامل یافته‌اند. در گذشته تاکید بیشتری روی مرحله پایانی (برنامه جامع) می‌شد، که بنظر می‌رسید برای هدایت و کنترل الگوهای آینده توسعه کافی باشد. لیکن چنین برنامه‌هایی غیر قابل انعطاف بودند، تغییرات شیوه زندگی، پیشرفت‌های تکنولوژی و دیگر ویژگی‌های زمان در آنها، نقشی نداشتند و برای اجرا طی دوره‌های طولانی، عملی نبودند. از دید امروزین برنامه‌ریزی، یک فرایند مداوم و نموی است و باید متناسب با تغییر شرایط، قابل انعطاف بوده در عین حال، به اهداف اساسی توسعه دست یابد. اگرچه درگیر نمودن مردم در فرایند برنامه‌ریزی، مستلزم تخصیص زمان بیشتری برای فرایند برنامه‌ریزی است اما از آنجا که چنین صرف وقتی تضمین کننده حضور، حمایت و پشتیبانی ساکنین محلی، از برنامه‌ریزی تنظیم شده و مشارکت سرمایه آنان در طرح‌های توسعه است از هر نظر قابل توجیه خواهد بود (گودرز، ۱۳۹۴: ۱۸). که در این راستا جدول (۲). زمینه‌ها، اهداف و راهبردهای توسعه خلاق با رویکرد گردشگری نشان داده شده است.

1. Eurotex
2. Altomino
3. Hull Sassenberg

جدول ۲. زمینه‌ها، اهداف و راهبردهای توسعه خلاق با رویکرد گردشگری

زمینه / هدف / راهبرد		
زمینه	هدف	راهبرد
اقتصادی	پویایی اقتصادی	بالا بردن سطح درآمد ساکنان و پایین آوردن بار تکفل با ایجاد فرصت‌های شغلی
	محله	رونق مشاغل محلی
		استفاده از نیروی کار محلی در رونق و اداره مراکز جهانگردی
اجتماعی	تقویت حیات اجتماعی در محله	ایجاد نظارت اجتماعی
		ایجاد کاربری‌های گذران اوقات فراغت
		از بین بردن ناهمگونی‌های اجتماعی
		از بین بردن کاربری‌های ناسازگار
		ایجاد کاربری‌های محمل حیات مدنی
		جلب مشارکت مردمی
فرهنگی	احیای هویت فرهنگی محله و	احیای هنجارهای رفتاری کهن
		احیای ارزش‌های کالبدی کهن
		تکیه بر آن در برنامه - شناساندن ارزشهای تاریخی فرهنگی محله به گردشگران
		ریزی گردشگری
کالبدی	ایجاد محیط مطلوب جهت ساکنان و گردشگران	معاصر سازی عملکردها
		از بین بردن کاربری‌های ناسازگار
		اقدامهای زیست‌محیطی و بهداشتی (دفع فاضلاب و آبهای سطحی)
		تداوم سازمان فضایی کهن
		تعریف شبکه پیاده
		محدود ساختن ترافیک سواره
		ایجاد تسهیلات پارکینگ

گردشگری یکی از بزرگترین و سریع‌الرشدترین فعالیت‌ها در جهان است. همچنین، یکی از مهمترین منابع درآمد، اشتغال و ثروت در بسیاری از کشورهاست (فدایی، ۱۴۰۱: ۶۰۰). توسعه صنعت گردشگری یکی از موضوعات مهم و اساسی است که می‌تواند با آینده‌نگری منجر به بهبود رشد اقتصادی و بالا رفتن کیفیت زندگی افراد شود. در واقع آینده‌نگاری تلاشی نظام‌مند برای نگاه به آینده بلندمدت درحوزه‌های دانش، فناوری، اقتصاد، محیط‌زیست و جامعه است که با هدف شناسایی فناوری‌های نو ظهور و تعیین آن دسته از بخش‌هایی که سرمایه‌گذاری در آن‌ها احتمال سوددهی اقتصادی و اجتماعی بیشتری دارد، انجام می‌شود (نظم فر و علی بخشی، ۱۴۰۰: ۶۳).

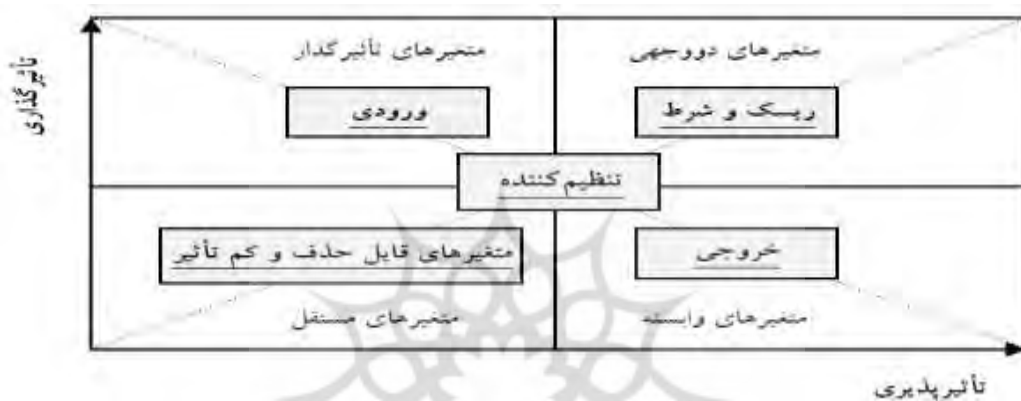
با توجه به اهمیت گردشگری خلاق، استفاده و اهمیت مطالعات آینده نیز در این صنعت مورد توجه قرار گرفته است و بررسی‌هایی نیز در این زمینه انجام شده است. توجه به آینده‌نگاری گردشگری در دهه ۱۹۳۰ و ۱۹۷۰ در ایالات متحده و اروپا با تأکید بر پیش بینی تقاضا آغاز شد که این روش به تدریج در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی جذابیت خود را از دست داد. با این وجود آینده‌نگاری می‌تواند انگیزه‌ای برای نوآوری در بازار رقابت باشد (رسولی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۰۵). از منظر برنامه‌ریزی، اجرای مطالعات آینده‌پژوهی را می‌توان به سه مرحله تقسیم کرد. این سه مرحله عبارتند از: (۱) مرحله پیش‌آینده‌نگاری: در این مرحله، مطالعات آماده‌سازی برای اجرای مطالعات آینده‌نگاری انجام می‌گیرد. (۲) مرحله اصلی آینده‌نگاری: در این مرحله روش‌های اصلی در آینده‌نگاری مانند دلفی پیاده می‌شود (۳) مرحله پس‌آینده‌نگاری: در این مرحله مطالعات مربوط به انتشار نتایج، اشاعه نتایج بین سیاست‌گذاران، حتی پیاده‌سازی نتایج و بهره‌برداری از نتایج انجام می‌گیرد (زالی، ۱۳۸۸: ۲۶).

در راستای مبانی نظری تحقیق، پیشینه تجربی تحقیق می‌توان گفت فلوریدا^۱ (۲۰۱۱)، در پژوهشی به بررسی ویژگی‌های محیطی شهر خلاق از نظر گردشگری پرداختند و به این نتیجه دست یافت ایجاد محیطی خلاق برای موفقیت اقتصادی شهرها نیز امر حیاتی محسوب می‌شود. شهر خلاق چهره‌ای فرهنگی است (شاید باشد) که در مقایسه با سایر شهرها، نهادها، نشانه‌ها و عملکرد منحصر به فردی دارد. گردین^۲ و همکاران (۲۰۱۲)، در تحقیقی به بررسی توریسم خلاق در سن پترزبورگ پرداخت و به این نتایج رسید که خلاقیت می‌تواند به هر حوزه از زندگی شهری از جمله حوزه اجتماعی، خرید، خدمات، ارتباطات از راه دور و غیره مربوط شود؛ بنابراین مفهوم گردشگری خلاق فراتر از حوزه فرهنگی و صنایع فرهنگی است. تان^۳ و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی به بررسی مدل تجربه خلاق در گردشگری خلاق پرداخت و نشان داد که فعل و انفعالات بیرونی و بازتاب‌های درونی، سازنده مدل تجربه خلاق گردشگران است. بخش تجربی در بردارنده هوشیاری، آگاهی، و خلاقیت است و بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که آگاهی شرط لازم برای ایجاد تجربه خلاق بوده و موجب آن از سایر تجربیات می‌باشد. هورن^۴ و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیقی به عنوان توریسم خلاقانه در سوئیس (مهارت‌های فکر کننده در خلاقیت) به این نتیجه رسیدند که گردشگری به عنوان یکی از خلاقترین صنایعی شناخته می‌شود که کلید موفقیت در صنعت رقابت گردشگری، تأمین تقاضای گردشگران از طریق ارائه محصول و خدمات خلاق است. رودریگز - گوتیرز^۵ و همکاران (۲۰۲۰)، در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین گردشگری خوراکی در شهر خلاق پابلوی کلمبیا براساس روش معادلات ساختاری نشان دادند که اهمیت تجربیات آشپز گردشگر در انتخاب مقصد مؤثر است و به منزله واسطه‌ای تأثیرگذارتر در رضایتمندی گردشگران عمل می‌کند. ماروجو^۶ و همکاران (۲۰۲۰)، در تحقیقی به تجربه گردشگری خلاق در منطقه آنتیجو کشور پرتغال با استفاده از پرسش‌نامه گردشگرانی که در فعالیت خلاقانه لیدرکریتورز شرکت کرده‌اند به این نتیجه رسیدند که شرکت کنندگان در فعالیت‌های خلاق جوان و حرفه‌ای‌اند و مدارک تحصیلی بالاتر و مسافرت بیشتری از دیگر گروه‌ها دارند. همچنین به دنبال تجربیات خلاقانه تری‌اند. ده زاده سیلابی و احمدی‌فرد (۱۳۹۸)، در تحقیقی به تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده پژوهی (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان مازندران)، سیزده عامل اصلی به مثابه پیشران‌های کلیدی در آینده توسعه گردشگری شهرستان‌های استان مازندران شناسایی شدند. از میان پیشران‌های مورد بررسی، متغیرهای بخش زیر ساختی بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری مناطق مورد مطالعه و عوامل طبیعی کمترین درجه تأثیرگذاری را به خود اختصاص دادند. صابری‌فر (۱۳۹۹) به بررسی نقش گردشگری خلاق در ماندگاری گردشگران و اثر آن بر 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. رسولی و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی و تدوین سناریوهای گردشگری خلاق در شهر ارومیه پرداختند و به این نتایج رسیدند که شرایط نا امیدکننده‌ای 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. صفایی‌پور 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 زیر ساخت‌های خلاقیت و طبقه خلاق بیشترین اهمیت در شکل‌گیری شهر خلاق دارند. قنبری و همکاران (۱۴۰۰) به بررسی مدل میزبانی روستاییان در گردشگری خلاق؛ روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان پرداختند و نشان دادند که تأثیر عامل رفتاری بر میزبانی بیشتر بوده است. بدین مفهوم که ادراک، نگرش و مشارکت روستاییان پیش‌بینی‌کننده‌های خوبی برای تحقق میزبانی خلاق خواهند بود. زیاری و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی به عنوان الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد باز آفرینی فرهنگ محور با تأکید بر ایده شهر خلاق نشان

1. Florida
2. Gordin
3. Tan
4. Horng
5. Rodríguez-Gutiérrez
6. Marujo

دادند که الگوی گردشگری خلاق می‌تواند، با بهره‌گیری از تمرکز فرهنگی بر ظرفیت بالقوه فرایندهای خلاق در بافت تاریخی شهر خلاق سندج، سبب رشد اقتصاد خلاق شود و امکان مشارکت بین گردشگران و ساکنان را فراهم آورد. لازم به ذکر است که در داخل کشور آینده پژوهی گردشگری خلاق کمتر مورد توجه بوده است. در راستای تحقیق حاضر نیز تنها می‌توان به تحقیق رسولی و همکاران که در سال ۱۳۹۹ انجام گرفته اشاره کرد. لذا به کارگیری آینده پژوهی در گردشگری خلاق و تدوین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر آن، از جمله تفاوت تحقیق حاضر با پیشینه تحقیق است. با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش مدل مفهومی پژوهش به شرح ذیل قابل مطرح است:

برای تحلیل نتایج در مدل آینده پژوهی در نخستین قدم با یک روش ساده می‌توان دریافت که تأثیر متغیرها با در نظر گرفتن تعداد گروه‌های ارتباطی در ماتریس تشکیل شده، قابل سنجش است. متغیری که بر تعداد محدودی از متغیرها اثر مستقیم دارد، تأثیرگذاری اندکی نیز در کل سیستم دارد. همه متغیرها و محیط در برگیرنده آن‌ها را می‌توان با نمایش در یک نمودار مفهومی با یک محور مشخصات (تأثیرگذاری - تأثیرپذیری)، نمایش داد (زالی و عطریان، ۱۳۹۵: ۱۱۷-۱۱۶). در شکل (۱)، انواع متغیرها در مشخصات نشان داده شده‌اند.



شکل ۱. پلان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری (منبع: زالی و عطریان، ۱۳۹۵: ۱۱۷)

(۱) متغیرهای تعیین‌کننده یا اثرگذار: این متغیرها بیشتر تأثیرگذار بوده و کمتر تأثیرپذیر هستند. این متغیرها در قسمت شمال غربی نمودار نشان داده می‌شود. (۲) متغیرهای دوجویی: این متغیرها در نمودار حول و حوش خط قطری ناحیه شمال شرقی قرار دارند و ظرفیت بسیار بالایی برای تبدیل شدن به بازیگران کلیدی سیستم را دارا هستند. (۳) عوامل تنظیمی: این متغیرها در نزدیکی مرکز ثقل نمودار قرار دارند و در واقع حالت تنظیمی داشته و گاهی به عنوان اهرمی ثانویه عمل می‌کنند. (۴) عوامل تأثیرپذیر یا نتیجه: این متغیرها در قسمت جنوب شرقی نمودار استراتژیک قرار گرفته‌اند و می‌توان آن‌ها را متغیرهای نتیجه نیز نامید. این متغیرها از تأثیرپذیری بسیار بالا از سیستم و تأثیرگذاری بسیار پایین در سیستم برخوردار هستند. (۵) عوامل مستقل: این متغیرها دارای تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پایینی هستند و در قسمت جنوب غربی نمودار قرار دارند (الداعی و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۶).

روش پژوهش

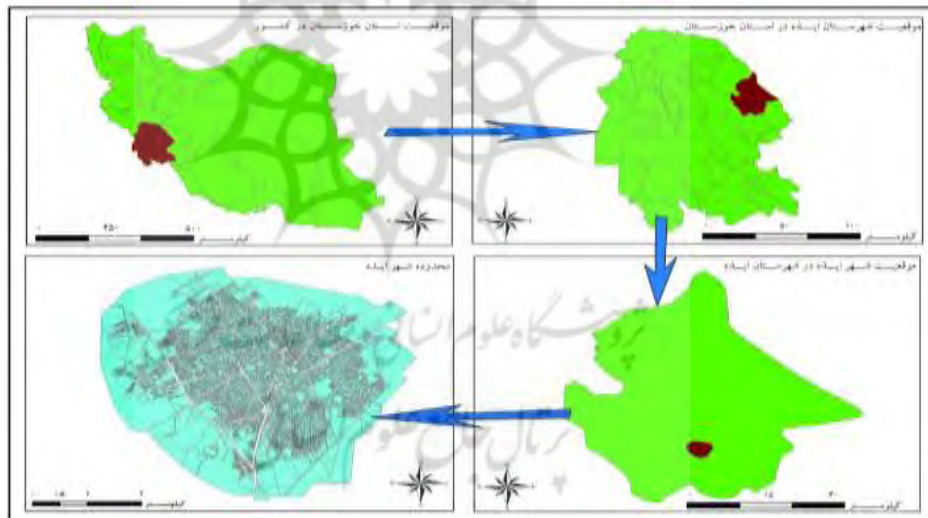
این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی از نظر ماهیت براساس روش‌های جدید علم آینده پژوهی، تحلیلی و اکتشافی است که با به کارگیری ترکیبی از مدل‌های کمی و کیفی انجام گرفته است. شیوه‌های کتابخانه‌ای در این تحقیق اسنادی و کتابخانه‌ای بوده است. داده‌های کیفی بار پرسشنامه باز و از طریق مصاحبه و بررسی اسناد و داده‌های کمی مورد استفاده به صورت عددی و از طریق وزن دهی پرسشنامه‌های بصورت دلفی تهیه شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان شهرداری و شورای سلامی شهر ایذه، فرمانداری، میراث فرهنگی و گردشگری و اساتید دانشگاه، بوده است. مصاحبه با خبرگان تا جایی ادامه پیدا کرد که نظرات به اشباع رسیده‌اند. لازم به ذکر است که مصاحبه بین ۶۰ نفر از کارشناسان صورت گرفته است. پس از گردآوری شاخص‌ها و متغیرها (جدول ۳)، ماتریس آثار متقابل در دو مرحله تشکیل شد، به طوری که شاخص‌ها در سطرها و ستون‌های آن قرار گرفته‌اند. نمره عددی برای وزن دهی بین ۰ تا ۳ بوده که صفر به معنی بدون ارتباط، ۱ ارتباط کم، ۲ ارتباط متوسط و ۳ ارتباط زیاد، است. در نهایت جهت تجزیه و تحلیل متغیرها از نرم افزار Mic Mac بهره گرفته شد.

جدول ۳. شاخص‌های پژوهش

شاخص	گویه
کالبدی - محیطی	برخورداری از آب و هوای معتدل، برخورداری از جاذبه‌های طبیعی، باغات و مزارع، امکانات بهداشتی، مراکز اقامتی متنوع، وجود زیرساخت‌های نرم مانند کافه، کافی شاپ و...، وجود زیرساخت‌های سخت (موزه‌ها و مکان‌های نمادین فرهنگی)، وجود مراکز خرید، رستوران‌ها و غذاخوری‌ها، مناسب بودن راه‌های ارتباطی، شبکه حمل و نقل منطقه‌ای (هوایی، زمینی، ریلی و...)، شبکه حمل و نقل شهری (اتوبوس، تاکسی و...)، تأسیسات زیربنایی و خدمات رفاهی، دفاتر و آژانس‌های گردشگری، فضای سبز شهری، فضاهای جذاب شهری، زیرساخت‌های پشتیبان (دسترسی به دانشگاه‌ها، مدارس فنی، سازمان‌های تحقیقاتی، کتابخانه‌ها و سازمان‌های فرهنگی و گردشگری).
اجتماعی - فرهنگی	بانک اطلاعات گردشگری، برنامه‌های آموزشی گردشگری، مشارکت و همبستگی، برگزاری رویدادهای ورزشی، فرهنگی و هنری بومی - محلی، برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های بومی محلی مانند شاهنامه خوانی، موسیقی و...، فرهنگ پذیرش، صنایع دستی خلاق، آداب و رسوم خاص منطقه، برخورداری از آثار تاریخی قدیمی، آثار تاریخی ثبت یونسکو، تنوع قومی، تنوع غذاهای محلی، کیفیت زندگی (درآمد شخصی، وقت آزاد، امکانات رفاهی و...)، طبقه خلاق (فعالیت هنرمندان، دانشجویان، مهندسان و...) در صنایع دستی، صنایع خلاق (تعداد شرکت‌ها و اشتغال در صنایع فرهنگی خلاق مانند صنایع دستی، موسیقی و...).
اقتصادی	فرصت‌های شغلی گردشگری، سرمایه‌گذاری و تخصیص اعتبارات و بودجه در گردشگری، افزایش زیرساخت‌های گردشگری، جذب گردشگر، رقابت پذیرش بخش خصوصی، مشارکت بخش خصوصی، کارآفرینی گردشگری، ایجاد بازار جدید.
نهادی - سازمانی	حمایت از طبقه خلاق، توسعه کارآفرینی گردشگری کاهش محدودیت‌های گردشگری، بازاریابی خلاق، تبلیغات خلاق، بکارگیری و رشد سخت افزاری و نرم افزاری صنعت گردشگری (استفاده از فناوری اطلاعات مانند وب سایت‌ها و برنامه‌های هوشمند، فضاهای خلاق، موزه‌ها و مکان‌های نمادین و غیره در صنعت گردشگری).

قلمرو و جغرافیایی پژوهش

شهر ایذه در جنوب غرب ایران است که پیشینه تاریخی آن بنا بر پژوهش‌های انجام شده با وجود آثار و سنگ نبشته‌های باستانی مربوط به دوران ایلامیان می‌باشد که بخش بزرگی از تاریخ ایران را در خود نهفته دارد. ایذه با شهرستان‌های باغملک، مسجد سلیمان، اندیکا و با استان چهارمحال و بختیاری هم‌مرز است. نام قدیمی این شهر در زمان اتابکان لر مال امیر (مال‌میر) نیز نامیده می‌شد. ایذه همچنین پایتخت حکومت اتابکان لر بزرگ و الیمائی بوده است.



شکل ۲. موقعیت جغرافیایی شهر ایذه

یافته‌ها و بحث

جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان شهرداری و شورای اسلامی شهر ایذه، فرمانداری، میراث فرهنگی و گردشگری و اساتید دانشگاه، بوده است. یافته‌های توصیفی تحقیق نشان داده‌اند که حدود ۸۴/۷ درصد به لحاظ جنسیت مرد و ۱۵/۳ زن، به لحاظ تحصیلات؛ بیشترین دارای مدرک لیسانس و فوق لیسانس بوده‌اند. همچنین به لحاظ جامعه آماری ۳۳/۹ درصد خبرگان را کارشناسان شهرداری و شورای اسلامی شهر ایذه، ۳۵/۲ را کارشناسان فرمانداری، ۲۰/۴ درصد را اساتید دانشگاه و دانشجویان دکتری، ۱۰/۵ درصد کارشناسان را مجموعه میراث فرهنگی و گردشگری شهر ایذه تشکیل داده‌اند. تجزیه و تحلیل پیشران‌های کلیدی مؤثر بر گردشگری خلاق در شهر ایذه با استفاده از نرم افزار Mic Mac، صورت گرفته است. نتایج عوامل تأثیرگذار و

تأثیرپذیر نشان دهنده آن است عوامل کالبدی - محیطی، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و نهادی - سازمانی، بیشترین تأثیرگذاری را بر گردشگری خلاق شهر ایزده دارند نتایج این پژوهش با پیشینه تحقیق رودریگز - گوتیرز، که اهمیت تجربیات آشپز گردشگر در انتخاب مقصد مؤثر است و به منزله واسطه ای تأثیرگذارتر در رضایتمندی گردشگران عمل می کند مشابه می باشد. همچنین با تحقیق صابری فر (۱۳۹۹) به بررسی نقش گردشگری خلاق در ماندگاری گردشگران و اثر آن بر توسعه اقتصادی (نمونه موردی: بشرویه خراسان جنوبی) پرداخت مشابهت دارد. لازم به ذکر است که تأثیرپذیری عوامل فرهنگی - اجتماعی بیشتر از عوامل کالبدی - محیطی است (جدول ۴).

جدول ۴. عوامل تأثیرگذار و تأثیرپذیر بر گردشگری خلاق

شاخص	گویه	میزان تأثیرگذاری	میزان تأثیرپذیری
کالبدی - محیطی	برخورداری از آب و هوای معتدل	۱۹	۶۹
	برخورداری از جاذبه های طبیعی، باغات و مزارع	۲۹	۷۱
	امکانات بهداشتی	۱۱	۴۶
	مراکز اقامتی متنوع	۸۱	۷۴
	وجود زیرساخت های نرم مانند کافه، کافی شاپ و...	۶۱	۸۸
	وجود زیرساخت های سخت (موزه ها و مکان های نمادین فرهنگی)	۸۳	۹۰
	وجود مراکز خرید	۳۹	۵۹
	رستوران ها و غذاخوری ها	۲۹	۵۶
	مناسب بودن راه های ارتباطی	۸۰	۷۸
	شبکه حمل و نقل منطقه ای (هوایی، زمینی، ریلی و...)	۸۲	۸۱
	شبکه حمل و نقل شهری (اتوبوس، تاکسی و...)	۸۰	۸۳
	تاسیسات زیربنایی و خدمات رفاهی	۸۱	۸۲
	دفاتر و آژانس های گردشگری	۵۳	۵۶
	فضای سبز شهری	۴۲	۳۷
اجتماعی - فرهنگی	فضاهای جذاب شهری	۸۹	۶۲
	زیرساخت های پشتیبان (دسترسی به دانشگاه ها، مدارس فنی، سازمان های تحقیقاتی، کتابخانه ها و سازمان های فرهنگی و گردشگری)	۱۰۲	۷۲
	جمع	۱۱۰۴	۹۶۱
	بانک اطلاعات گردشگری	۷۸	۵۷
	برنامه های آموزشی گردشگری	۱۰۰	۶۱
	مشارکت و همبستگی	۵۱	۶۰
	برگزاری رویدادهای ورزشی، فرهنگی و هنری بومی - محلی	۱۰۰	۹۱
	برگزاری جشنواره ها و نمایشگاه های بومی محلی مانند شاهنامه خوانی، موسیقی و...	۱۰۵	۸۶
	فرهنگ پذیرش	۵۲	۶۵
	صنایع دستی خلاق	۷۷	۷۷
	آداب و رسوم خاص منطقه	۶۷	۶۹
	برخورداری از آثار تاریخی قدیمی	۹۷	۸۳
	آثار تاریخی ثبت یونسکو	۸۰	۸۰
	تنوع قومی	۵۴	۶۳
اقتصادی	تنوع غذاهای محلی	۴۲	۵۳
	کیفیت زندگی (درآمد شخصی، وقت آزاد، امکانات رفاهی و...)	۷۸	۵۸
	طبقه خلاق (فعالیت هنرمندان، دانشجویان، مهندسان و...) در صنایع دستی	۱۰۲	۷۵
	صنایع خلاق (تعداد شرکت ها و اشتغال در صنایع فرهنگی خلاق مانند صنایع دستی، موسیقی و...)	۹۶	۸۸
	جمع	۱۰۶۶	۱۱۷۹
	فرصت های شغلی گردشگری	۱۰۹	۸۷
	سرمایه گذاری و تخصیص اعتبارات و بودجه در گردشگری	۱۱۲	۹۱
	افزایش زیرساخت های گردشگری	۹۹	۹۳
	جذب گردشگر	۱۰۳	۹۰
	رقابت پذیرش بخش خصوصی	۹۲	۸۶

۸۵	۸۸	مشارکت بخش خصوصی	
۷۹	۶۱	کارآفرینی گردشگری	
۸۶	۶۷	ایجاد بازار جدید	
۷۳۱	۶۹۷	جمع	
۸۰	۶۸	حمایت از طبقه خلاق	
۸۵	۶۵	توسعه کارآفرینی گردشگری	
۸۲	۴۸	کاهش محدودیت های گردشگری	نهادی -
۷۹	۱۰۰	بازاریابی خلاق	سازمانی
۷۸	۱۰۶	تبلیغات خلاق	
۸۴	۹۷	بکارگیری و رشد سخت افزاری و نرم افزاری صنعت گردشگری (استفاده از فناوری اطلاعات مانند وب سایت ها و برنامه های هوشمند، فضاهای خلاق، موزه ها و مکان های نمادین و غیره در صنعت گردشگری)	
۹۷	۸۴	جمع	

بر اساس نتایج به دست آمده متغیرها به ۵ دسته؛ عوامل تعیین کننده یا اثرگذار، عوامل دوجویی، عوامل تنظیمی، عوامل تأثیرپذیر و عوامل مستقل، تقسیم بندی شدند. در بین ۴۵ متغیر مورد بررسی، برنامه‌های آموزشی گردشگری، فضاهای جذاب شهری، کیفیت زندگی و بانک اطلاعات گردشگری، در حیطه عوامل تأثیرگذار قرار گرفته‌اند. در میان متغیرهای مورد بررسی، سرمایه گذاری و تخصیص اعتبارات و بودجه در گردشگری، مراکز اقامتی متنوع، وجود زیرساخت‌های سخت (موزه‌ها و مکان‌های نمادین فرهنگی)، شبکه حمل‌ونقل منطقه‌ای (هوایی، زمینی، ریلی و...)، شبکه حمل‌ونقل شهری (اتوبوس، تاکسی و...)، زیرساخت‌های پشتیبان (دسترسی به دانشگاه‌ها، مدارس فنی، سازمان‌های تحقیقاتی، کتابخانه‌ها و سازمان‌های فرهنگی و گردشگری)، برگزاری رویدادهای ورزشی، فرهنگی و هنری بومی - محلی، برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های بومی محلی مانند شاهنامه خوانی، موسیقی و...، صنایع دستی خلاق، برخورداری از آثار تاریخی قدیمی، طبقه خلاق (فعالیت هنرمندان، دانشجویان، مهندسان و...) در صنایع دستی، فرصت‌های شغلی گردشگری، جذب گردشگر، رقابت پذیرش بخش خصوصی، مشارکت بخش خصوصی، بازاریابی خلاق، تبلیغات خلاق، بکارگیری و رشد سخت افزاری و نرم افزاری صنعت گردشگری (استفاده از فناوری اطلاعات مانند وب سایت‌ها و برنامه‌های هوشمند، فضاهای خلاق، موزه‌ها و مکان‌های نمادین و غیره در صنعت گردشگری، جزم‌تغییرهای دوجویی شناسایی شدند. متغیرهای آداب و رسوم، تنوع قومی، کارآفرینی گردشگری، توسعه کارآفرینی، ایجاد بازار جدید و وجود زیرساخت‌های نرم به منزله متغیرهای تنظیمی به دست آمدند. این متغیرها قابل ارتقا به متغیرهای تأثیرگذار و یا دوجویی هستند. نوع دیگر متغیرهای شناسایی شده متغیرهای تأثیرپذیر یا نتیجه هستند. این متغیرها دارای تأثیرگذاری بسیار پایین و تأثیرپذیری بسیار بالا هستند. متغیرهایی چون، کاهش محدودیت‌های گردشگری، جاذبه‌های طبیعی و آب و هوای معتدل در حیطه متغیرهای تأثیرپذیر قرار گرفته‌اند. در نهایت متغیرهایی چون، فرهنگ پذیرش، مشارکت و همبستگی، دفاتر و آژانس‌های گردشگری، وجود مراکز خرید، تنوع غذاهای محلی، امکانات بهداشتی، رستوران‌ها و غذاخوری‌ها به منزله متغیرهای مستقل شناسایی شدند این متغیرها هیچ گونه واکنشی در دیگر متغیرها ایجاد نمی‌کنند. در جدول (۵) و شکل (۳)، جایگاه و طبقه‌بندی متغیرهای شناسایی شده نمایش داده شده است.

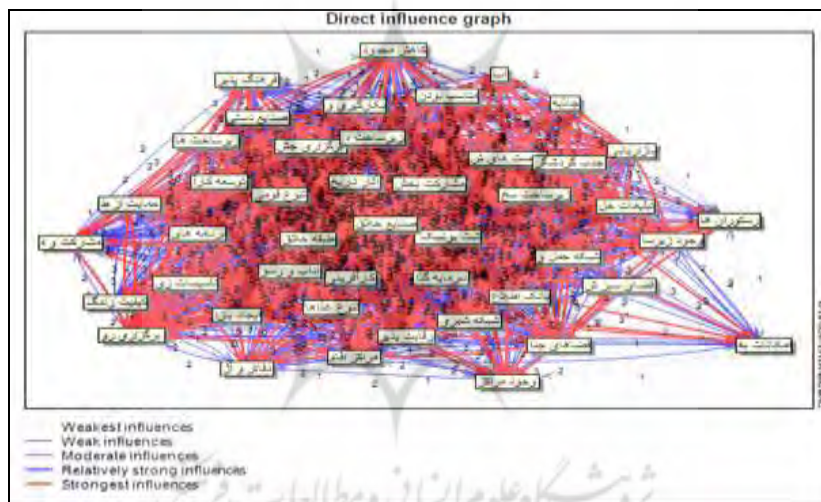
جدول ۵. جایگاه و طبقه بندی متغیرهای کلیدی شناسایی شده

طبقه بندی متغیرها	طبقه بندی عوامل
عوامل تعیین کننده یا تأثیرگذار	برنامه های آموزشی گردشگری، فضاهای جذاب شهری، کیفیت زندگی، بانک اطلاعات گردشگری
عوامل دوجویی	سرمایه گذاری و تخصیص اعتبارات و بودجه در گردشگری، مراکز اقامتی متنوع، وجود زیرساخت‌های سخت (موزه‌ها و مکان‌های نمادین فرهنگی)، شبکه حمل و نقل منطقه‌ای (هوایی، زمینی، ریلی و...)، شبکه حمل و نقل شهری (اتوبوس، تاکسی و...)، زیرساخت‌های پشتیبان (دسترسی به دانشگاه‌ها، مدارس فنی، سازمان‌های تحقیقاتی، کتابخانه‌ها و سازمان‌های فرهنگی و گردشگری)، برگزاری رویدادهای ورزشی، فرهنگی و هنری بومی - محلی، برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های بومی محلی مانند شاهنامه خوانی، موسیقی و...، صنایع دستی خلاق، برخورداری از آثار تاریخی قدیمی، طبقه خلاق (فعالیت هنرمندان، دانشجویان، مهندسان و...) در صنایع دستی، فرصت‌های شغلی گردشگری، جذب گردشگر، رقابت پذیرش بخش خصوصی، مشارکت بخش خصوصی، بازاریابی خلاق، تبلیغات خلاق، بکارگیری و رشد سخت افزاری و نرم افزاری صنعت گردشگری (استفاده از فناوری اطلاعات مانند وب سایت‌ها و برنامه‌های هوشمند، فضاهای خلاق، موزه‌ها و مکان‌های نمادین و غیره در صنعت گردشگری)
عوامل تنظیمی	آداب و رسوم، تنوع قومی، کارآفرینی گردشگری، توسعه کارآفرینی، ایجاد بازار جدید، وجود زیرساخت‌های نرم
عوامل تأثیرپذیر یا نتیجه	کاهش محدودیت‌های گردشگری، جاذبه‌های طبیعی، آب و هوای معتدل
عوامل مستقل	فرهنگ پذیرش، مشارکت و همبستگی، دفاتر و آژانس‌های گردشگری، وجود مراکز خرید، تنوع غذاهای محلی، امکانات بهداشتی، رستوران‌ها و غذاخوری‌ها

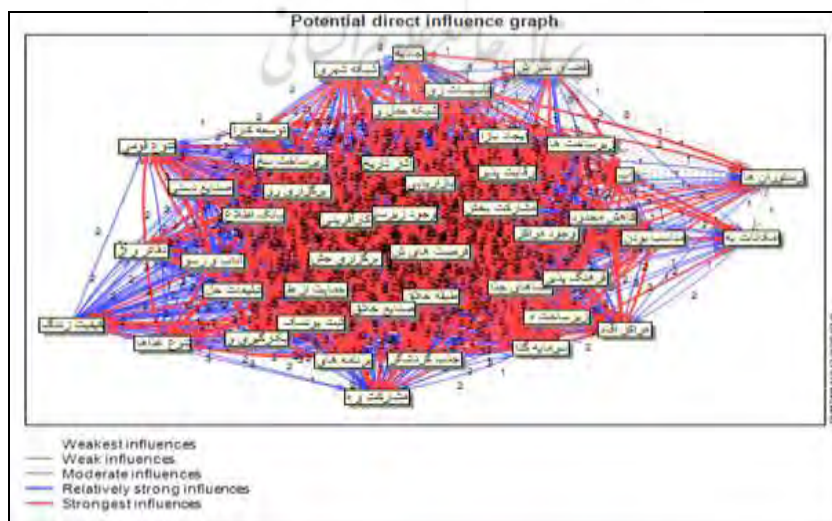


شکل ۳. پیشران‌های کلیدی مؤثر بر گردشگری خلاق شهر ایذه

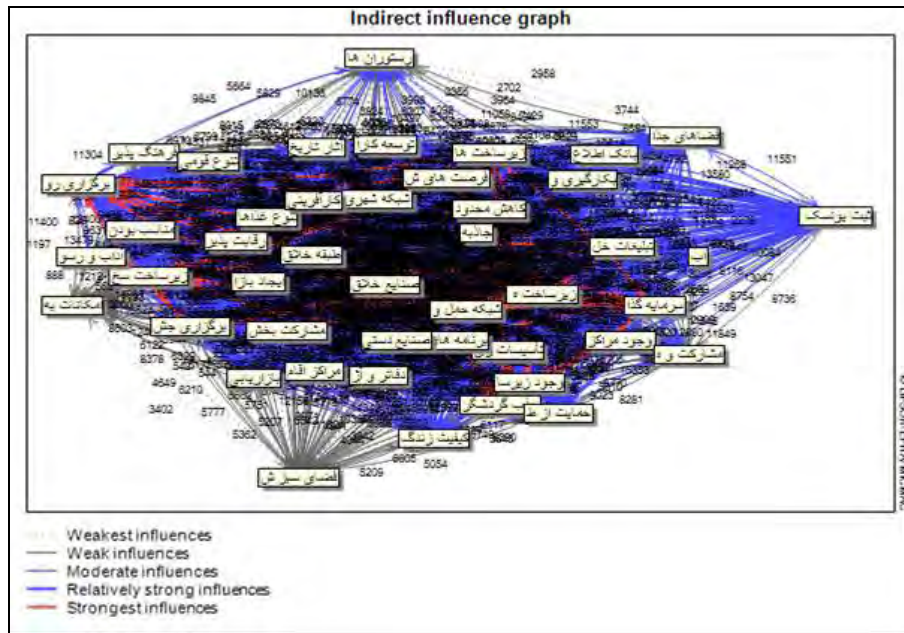
پس از شناسایی پیشران‌های مؤثر کلیدی گردشگری خلاق در شهر ایذه، چگونگی روابط مستقیم و غیرمستقیم هر کدام از متغیرها شناسایی شده و براساس ۵ پوشش ۰/۰۵، ۰/۰۲۵، ۰/۰۷۵ و ۰/۱۰۰ تحلیل شدند. هر کدام از این پوشش‌ها، تأثیرات بسیار ضعیف، ضعیف، متوسط، نسبتاً قوی و تأثیرات بسیار قوی، را نشان می‌دهند. در واقع خطوط قرمز نشان دهنده اثرگذاری شدید عوامل بر یکدیگر است و خطوط آبی با تفاوت در ضخامت، روابط متوسط تا ضعیف را نشان می‌دهد. اشکال (۴) تا (۷) اثرات مستقیم، اثرات مستقیم بالقوه، اثرات غیرمستقیم و اثرات بالقوه غیرمستقیم را نشان می‌دهد.



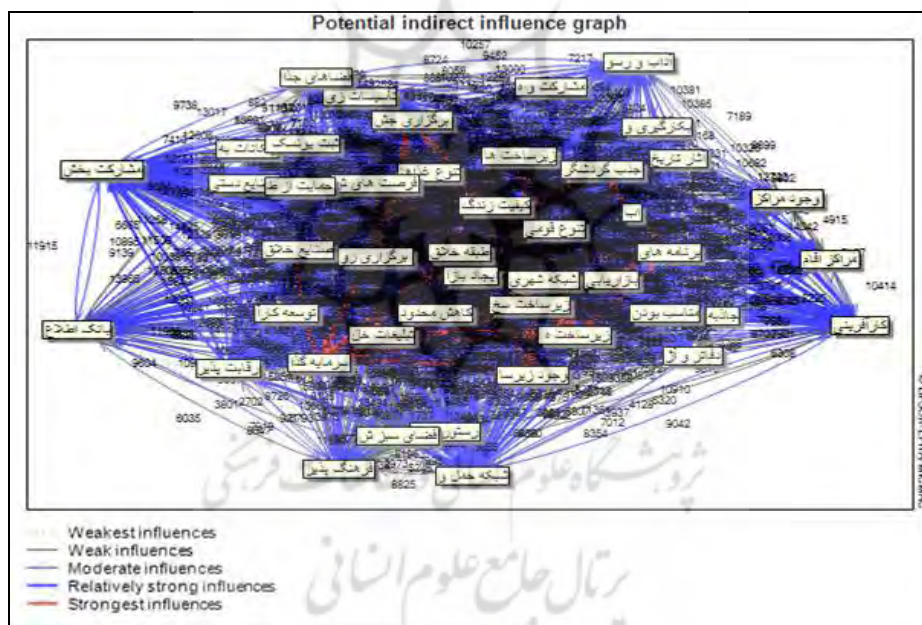
شکل ۴. چرخه اثرگذاری مستقیم با پوشش ۱۰۰ درصد



شکل ۵. چرخه اثرگذاری مستقیم بالقوه با پوشش ۱۰۰ درصد



شکل ۶. چرخه اثرگذاری غیر مستقیم با پوشش ۱۰۰ درصد



شکل ۷. چرخه اثرگذاری غیر مستقیم بالقوه با پوشش ۱۰۰ درصد

نتیجه گیری

خلاقیت عنصری ضروری در توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی شهرهاست که برای افزایش ظرفیت تجاری شهرها ضرورت دارد. این امر تبادل دانش و تجربه‌های میان تمامی اقشار را آسان می‌کند و سبب می‌شود هنرمندان تمامی حوزه‌ها، به ویژه حوزه فرهنگ مهارت‌های نوآورانه را کسب کنند و تولیدات فرهنگی را ارتقا دهند. در شهری که بتوان خلاقیت را در همه بخش‌ها و ساکنان آن پرورش داد، مقوله‌هایی مانند جذابیت، تنوع و نوآوری در تمامی زمینه‌های اقتصاد شهری شکل می‌گیرد و مهاجرت نیروی کار از بین می‌رود. یکی مقوله‌هایی که می‌تواند به اقتصاد شهری کمک نماید، گردشگری است. اما گردشگری به شکل امروزی تکرار و خسته کننده شده است. بنابراین در سال‌های اخیر نویسندگان بر گردشگری خلاق تمرکز پیدا کردند. گردشگری خلاق شکل جدیدی از گردشگری فرهنگی است که در آن گردشگر شبیه یک شهروند رفتار می‌کند و به آنها این امکان

را می‌دهند تا در بطن جامعه از طریق شرکت فعال در کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزشی بومی قابلیت‌های خلاقانه خود را به منصفه ظهور برسانند. در این تحقیق به تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر گردشگری خلاق شهر ایزه پرداخته شده است. جهت تجزیه و تحلیل پیشران‌های کلیدی مؤثر از نرم افزار Mic Mac، استفاده شده است. نتایج عوامل تأثیرگذار و تأثیرپذیر نشان دهنده آن است عوامل کالبدی - محیطی، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و نهادی - سازمانی، بیشترین تأثیرگذاری را بر گردشگری خلاق شهر ایزه دارند. لازم به ذکر است که تأثیرپذیری عوامل فرهنگی - اجتماعی بیشتر از عوامل کالبدی - محیطی است. نتایج این پژوهش با پیشینه تحقیق رودریگز - گوتیرز، که اهمیت تجربیات آشپز گردشگر در انتخاب مقصد مؤثر است و به منزله واسطه‌ای تأثیرگذارتر در رضایتمندی گردشگران عمل می‌کند مشابه می‌باشد. در بین ۴۵ متغیر مورد بررسی، برنامه‌های آموزشی گردشگری، فضاهای جذاب شهری، کیفیت زندگی و بانک اطلاعات گردشگری، در حیطه عوامل تأثیرگذار قرار گرفته‌اند. متغیرهایی چون، سرمایه‌گذاری و تخصیص اعتبارات و بودجه در گردشگری، مراکز اقامتی متنوع، وجود زیرساخت‌های سخت (موزه‌ها و مکان‌های نمادین فرهنگی)، شبکه حمل و نقل منطقه‌ای (هوایی، زمینی، ریلی و...)، شبکه حمل و نقل شهری (اتوبوس، تاکسی و...)، زیرساخت‌های پشتیبان (دسترسی به دانشگاه‌ها، مدارس فنی، سازمان‌های تحقیقاتی، کتابخانه‌ها و سازمان‌های فرهنگی و گردشگری)، برگزاری رویدادهای ورزشی، فرهنگی و هنری بومی - محلی، برگزاری جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های بومی محلی مانند شاهنامه خوانی، موسیقی و...، صنایع دستی خلاق، برخورداری از آثار تاریخی قدیمی، طبقه خلاق (فعالیت هنرمندان، دانشجویان، مهندسان و...) در صنایع دستی، فرصت‌های شغلی گردشگری، جذب گردشگر، رقابت پذیرش بخش خصوصی، مشارکت بخش خصوصی، بازاریابی خلاق، تبلیغات خلاق، بکارگیری و رشد سخت افزاری و نرم افزاری صنعت گردشگری (استفاده از فناوری اطلاعات مانند وب سایت‌ها و برنامه‌های هوشمند، فضاهای خلاق، موزه‌ها و مکان‌های نمادین و غیره در صنعت گردشگری، جز متغیرهای دوجوهی هستند و ظرفیت تبدیل شدن به متغیرهای اثرگذار را نیز دارا هستند. پس از شناسایی پیشران‌های مؤثر کلیدی گردشگری خلاق در شهر ایزه، چگونگی روابط مستقیم و غیرمستقیم هر کدام از متغیرها شناسایی شده و تحلیل شدند. هر کدام از این پوشش‌ها، تأثیرات بسیار ضعیف، متوسط، نسبتاً قوی و تأثیرات بسیار قوی، را نشان می‌دهند. با توجه به نتایج به دست آمده، این تحقیق با برخی از پژوهش‌های موجود در سابقه تحقیق همگرایی داشته است که عبارتند: ده ده زاده سیلابی و احمدی فرد (۱۳۹۸)، در تحقیقی به تعیین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری با رویکرد آینده پژوهی (مطالعه موردی: شهرستان‌های استان مازندران)، سیزده عامل اصلی به مثابه پیشران‌های کلیدی در آینده توسعه گردشگری شهرستان‌های استان مازندران شناسایی شدند. از میان پیشران‌های مورد بررسی، متغیرهای بخش زیر ساختی بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری مناطق مورد مطالعه و عوامل طبیعی کمترین درجه تأثیرگذاری را به خود اختصاص دادند. صابری‌فر (۱۳۹۹) به بررسی نقش گردشگری خلاق در ماندگاری گردشگران و اثر آن بر 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. لازم به ذکر است که در داخل کشور آینده پژوهی گردشگری خلاق کمتر مورد توجه بوده است. در راستای تحقیق حاضر نیز تنها می‌توان به تحقیق رسولی و همکاران که در سال ۱۳۹۹ انجام گرفته اشاره کرد. لذا به کارگیری آینده پژوهی در گردشگری خلاق و تدوین پیشران‌های کلیدی مؤثر بر آن، از جمله تفاوت تحقیق حاضر با پیشینه تحقیق است. شهر ایزه به دلیل جوانی جمعیت، درصد بالای جمعیت تحصیل کرده، وجود آثار تاریخی، فرهنگ غنی بومی - محلی، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی، آداب رسوم خاص و...، این ظرفیت را دارد که در صورت حمایت و ایجاد زیرساخت‌های لازم، تبدیل به شهر خلاق در حوزه گردشگری شود. طبق تحقیق و پژوهش صورت گرفته، رونق و شکل‌گیری گردشگری خلاق علاوه بر نقش مهمی که در پویایی اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و کالبدی 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. با توجه به نتایج تحقیق پیشنهادهایی به شرح ذیل ارائه می‌شود:

- توجه به زیرساخت‌های فیزیکی پشتیبانی گردشگری خلاق از قبیل: حمل و نقل، هتل، رستوران‌ها و ... با رویکرد آینده پژوهی
- استفاده بهینه و خلاق از شاخص فرهنگی - 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 با رویکرد آینده پژوهی؛
- ایجاد سایت‌ها و وب سایت‌های اطلاعاتی قوی و افزایش اطلاعات عمومی مردم منطقه، ایران و جهان جهت اطلاع از جاذبه‌های گردشگری شهر ایزه؛

- ایجاد دانشکده و رشته‌های تخصصی در حوزه‌های گردشگری، اقتصاد، کارآفرینی، کسب و کار، خلاقیت و هنر در شهر ایذه با رویکرد آینده پژوهی؛

- تمرکز فعالیت‌های گردشگری بر بهره برداری از منابع و جاذبه‌های موجود و بلا استفاده توریستی مانند هوای معتدل کوهستانی، چشم اندازهای زیبای طبیعی، آثار تاریخی به جا مانده از دوره‌های باستانی قدیم و تپه‌های تاریخی به منظور کسب درآمد و ایجاد اشتغال و توسعه شهری با رویکرد آینده پژوهی؛

تقدیر و تشکر

این مقاله مستخرج از رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری بوده که در دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد از آن دفاع شده است.

منابع

- احمدی فرد، نرگس و دادزاده سیلابی، پروین. (۱۳۹۸). تعیین عوامل کلیدی توسعه گردشگری براساس رویکرد تحقیقات آتی (طالع موردی: استان مازندران). *مجله جغرافیا و محیط زیست*، ۹(۱)، ۸۹-۷۳.
- الداعی، زهرا، ابراهیمی، عبدالحمید، شجاعی، سامره، دیده خانی، حسین. (۱۳۹۹). تدوین سناریوهای توسعه منطقه گردشگری استان گلستان با رویکرد آینده پژوهی. *فصلنامه جغرافیا و توسعه*، ۱۸(۵۸)، ۷۴-۵۹.
- بسته نگار، مهرنوش؛ حسنی، علی و خاکزار بفرولی، مرتضی. (۱۳۹۶). طراحی مدل مفهومی گردشگری خلاق، *فصلنامه گردشگری و توسعه*، ۶(۲)، ۸۱-۱۰۸.
- خراسانی، محمدامین و نوروزی فرد، هاشم. (۱۳۹۶). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری روستایی در نواحی روستایی شهرستان ایذه (نمونه مورد مطالعه روستای شیوند). *مجله جغرافیا و آمایش شهری- منطقه‌ای*، ۶(۱۸)، ۱۳۴-۱۱۹.
- رسولی، نشمیل؛ موسوی، میرنجف و هوشیار، حسن. (۱۳۹۹). تدوین سناریوهای گردشگری خلاق در شهر ارومیه. *فصلنامه دانش شهرسازی*، ۴(۴) ۱۰۱-۱۱۶.
- زال، محمد حسین؛ دوستی، فرشته و رمضان‌زاده، مهدی. (۱۳۹۸). سنجش ظرفیت‌های گردشگری خلاق در کلان‌شهر تبریز. *نشریه گردشگری*، ۶(۲)، ۱۳-۱.
- زالی، نادر. (۱۳۸۸). آینده نگاری توسعه منطقه‌ای با رویکرد برنامه‌ریزی سناریو مینا (موردی: استان خوزستان). رساله دکتری تخصصی، رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تبریز.
- زالی، نادر و عطریان، فروغ. (۱۳۹۵). تدوین سناریوهای توسعه گردشگری منطقه ای براساس اصول آینده پژوهی (موردی: استان همدان). *نشریه آمایش سرزمین*، ۱(۱)، ۱۳۱-۱۰۷.
- زیاری، کرامت‌الله؛ اردلان، سعید؛ سعیدی رضوانی، نوید و حبیبی، کیومرث. (۱۴۰۱). الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد بازآفرینی فرهنگ‌محور با تأکید بر ایده شهر خلاق، *فصلنامه گردشگری و توسعه*، ۱۱(۱)، ۵۲-۳۵.
- سالاری پور، علی اکبر؛ حسام، مهدی؛ برادران شکر لو، آرش و حمیدی، آرمان. (۱۳۹۹) توضیح راهبردهای توسعه گردشگری خلاق شهر رشت. *فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه پایدار گردشگری*، ۷(۳)، ۱۴۲-۱۲۷.
- صفایی پور، مسعود؛ جعفری یحیی. (۱۴۰۰). تحلیل وضعیت مؤلفه‌های گردشگری خلاق در کلان شهر تبریز به عنوان پایتخت گردشگری کشورهای اسلامی. *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۲۱(۶۰)، ۱۲۶-۱۰۷.
- صابری فر، رستم. (۱۳۹۹). نقش گردشگری خلاق درماندگاری گردشگران و اثر آن بر توسعه اقتصادی (نمونه موردی بشرویه خراسان جنوبی). *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، ۲۴(۴)، ۱۷۷-۲۰۷.
- طالبی فرد، رضا؛ ملکی، سعید؛ علی اکبری، افسانه و حسینی شه پری، نبی الله. (۱۳۹۹). ارزیابی اثرات اقتصادی و اجتماعی گردشگری بر روستاهای جذاب گردشگری شهرستان‌های ایذه و باغملک. *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۱۰(۳)، ۳۷-۲۱.
- علی اکبری، اسماعیل؛ مرصوصی، نفیسه و جلال آبادی، لیلا. (۱۳۹۹). تدوین سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری شهر کرمان با رویکرد آینده پژوهی. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۵(۵۰)، ۶۰-۳۵.
- فدایی، مهرناز؛ سلیمانی، حسین؛ گندمکار، امیر و غفاری، سید رامین. (۱۴۰۱). بررسی نقش بافت‌ها با ارزش روستایی در توسعه گردشگری روستاهای دهستان سماس شهرستان املش در استان گیلان. *فصلنامه مطالعات و برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۷(۳)، ۶۱۱-۵۹۹.

- قائمى راد، طيبه؛ حاتمى نژاد، حسين؛ زيارى، كرامت الله و پوراحمد، احمد. (۱۴۰۱). بررسى وضعيت زيست محيطى گردشگرى شهري با استفاده از روش جاى پاى اکولوژيك (مورد مطالعه : شهر رشت). *فصلنامه مطالعات و برنامه‌ريزى سکونتگاه‌هاى انسانی*، ۱۷ (۱)، ۱۱۹-۱۳۰.
- قنبرى، يوسف؛ رحيمى، راضيه و برقى، حميد. (۱۳۹۹). تأثير عوامل محيطى - رفتارى بر تحقق گردشگرى خلاق در روستاهای هدف گردشگرى استان اصفهان. *فصلنامه برنامه‌ريزى توسعه گردشگرى*، ۹ (۳۲)، ۱-۱۸.
- مصاحبى پورفرى، مريم؛ خادم الحسينى، احمد؛ صابرى، حميد و مختارى ملك آبادى، رضا. (۱۴۰۰). شاخص سازى گردشگرى خلاق شهري با رويکرد ايرانى اسلامى (موردى: شهر اصفهان). *فصلنامه گردشگرى و توسعه*، ۱۰ (۴)، ۱-۷۱.
- مكيان، سادات و بذرافشان، مرتضى. (۱۳۹۶). *گردشگرى خلاق*. تهران: انتشارات مهكامه.
- موسوى، على؛ بيگ محمدى، حسن و صرامى، حسين. (۱۴۰۰). تحليلى بر نقش گردشگران خلاق در جذب گردشگران (موردى: شهر اصفهان). *نشریه جغرافيا و مطالعات محيطى*، ۱۰ (۳۷)، ۶۱-۷۱.
- نجفى، اكبر؛ گراوند، يونس؛ قومى اوبلى، على و قاسمى وسمه جاني، على. (۱۳۹۸). انتخاب منطقه نمونه گردشگرى در استان خراسان جنوبى با استفاده از تكنيك ANP. *فصلنامه جغرافيا و توسعه*، ۱۷ (۵۶)، ۱۵۸-۱۳۹.
- نظم‌فر، حسين و على بخشى، آمنه. (۱۴۰۰). آینده پژوهى برنامه‌ريزى توسعه گردشگرى (موردى: استان اردبيل). *نشریه تحقيقات کاربردى علوم جغرافيايى*، ۲۱ (۶۳)، ۷۹-۵۹.
- Aksit, A. N. (2014). Creative Tourism. *The Journal of International Social Research*, 7(31), 775-798.
- 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), 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), 121-129.
- Campbell, C. (2010). Creative Tourism Providing a Competitive Edge. *Publisher Visit Britain*, 3(20), 55-68.
- Crouch, G. I. (2010). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*, 5(1), 27- 45.
- Florida, Richard L. (2011). Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index. Martin Prosperity Institute, 1-45.
- Gordin, V., & Matetskaya, M. (2012). Creative Tourism in Saint Petersburg: The State of the Art. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), 55-68.
- Hornig, J. S., Tsai, C. Y., Yang, T. C., & Liu, C. H. (2016). Exploring the Relationship Between Proactive Personality, Workenvironment And Employee Creativity Among Tourism And Hospitality Employees. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 25-34.
- Marujo, N., Serra, J., & Do Rosário Borges, M. (2020). The creative tourist experience in the Alentejo region: A case study of the Creatour project in Portugal. In *Advances in Tourism. Technology and Smart Systems*, 171, 705-714.
- ozcu, Ö. K., & İçöz, O. (2010). A Model Pro-posal on the Use of Creative Tourism Experiences in Congress Tourism and the Congress Marketing Mix. *PASOS Revistade Turismoy PatrimonioCultural*, 8(3), 105-113.
- Richards, G. W., & Raymond, C. (2000). *Creative Tourism*. ATLAS News, No. 23, PP. 120.
- Rodríguez-Gutiérrez, P, Santa Cruz, F. G., Gallo, L. S. P., & López-Guzmán, T. (2020). Gastronomic satisfaction of the tourist: Empirical study in the Creative City of Popayán, Colombia. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 1-12.
- Tan, Siow-Kian., Kung, Shiann-Far., & Luh, Ding-Bang. (2013). A Model of Creative Experience in Creative Tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 153-174.

How to cite this article:

Kavousi, M., Saber, H., Momeni, M., & Khademolhoseiny, A (2024). Determination the key Factors of Creative Tourism Development Based on the Futures Research Approach (Case Study: Izeh City). *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 18(4), 57-70.

ارجا به این مقاله:

كاوسى، مسعود؛ صابرى، حميد؛ مومنى، مهدى و خادم‌الحسينى، احمد. (۱۴۰۲). تعيين پيشران‌هاى كليدى مؤثر بر توسعه گردشگرى خلاق مبتنى با رويکرد آینده پژوهى (نمونه موردى: شهر ایزه). *فصلنامه مطالعات برنامه‌ريزى سکونتگاه‌هاى انسانی*، ۱۸ (۴)، ۷۰-۵۷.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی