

Identifying and Prioritizing the Indicators of the Creative Tourism City in Babolsar

Neda Begum Sharifian¹, Fereshteh Ahmadi^{*2}, Amir Gandamkar³, Mohammad Massoud⁴, Hamid Saberi⁵.

- 1- PhD Student in Urban Planning, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran
- 2- Assistant Professor of Urban Planning, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran
- 3- Associate Professor of Geography, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran
- 4- Associate Professor of Urban Planning, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran
- 5- Assistant Professor of Geography, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran

Received: 24 September 2021

Accepted: 26 January 2022

Extended Abstract

Introduction

One of the ways to achieve creative cities is to take advantage of the potential of cities in various fields, especially tourism. Creating creative tourism cities, in addition to paving the way for attracting more tourists and promoting the city as an active tourism destination, can increase the economic empowerment of residents and create jobs related to tourism, and also improve the quality of residents. Therefore, urban planning is very important in turning them into creative tourism cities. Babolsar city has the potential to become a creative city with an emphasis on the tourism approach due to its location and geography and high tourism potentials in various fields, but it is still far from the creative city of tourism. Utilizing these capabilities and opportunities requires identifying and extracting indicators that can be effective in the planning process and turning this city into a creative tourism city. Therefore, in the present study, by examining the criteria and indicators of the creative tourism city, an attempt was made to provide a suitable ground for this city to become a creative tourism city.

Methodology

This is an applied research and its method is descriptive-analytical. The required data were collected through library and field studies and was analyzed using exploratory and confirmatory factor analysis. The statistical population of the study consists of 59966 people living in Babolsar. The sample size was 383 based on Cochran's formula and the statistical sample selection method was random. In the analysis of questionnaire data, first, with the help of exploratory and confirmatory factor analysis in SPSS and AMOS software environment, the most important effective indicators in achieving the model of creative tourism city were extracted.

Result and discussion

Based on the findings of Kolmogorov-Smirnov test, it was determined that the dimensions of the creative tourism city both have an abnormal distribution and therefore, Pearson correlation coefficient test was used to measure the relationship between variables and factor analysis in SPSS and AMOS software was exerted to measure factor loadings. The results of Pearson correlation coefficient in this study showed that there is a significant relationship between

* Corresponding Author (Email: fereshteahmadi2004@yahoo.com)

physical, social, economic and tourism potentials of Babolsar. The calculated correlation coefficient between social, physical and economic components with tourism potentials of Babolsar is equal to 0.676, 0.428, 0.370, respectively. To determine the relationship and prediction between the research variables, regression analysis between social, physical and economic variables as an independent variable (predictor) and the creative tourism city of Babolsar as a dependent variable (criterion) was used by the simultaneous method. The results of multiple correlation coefficient show that there is a direct and significant relationship between social, physical and economic variables. Also, the coefficient of determination R^2 shows that 57.5% of the variance of urban tourism is related to social, physical and economic variables and 42.5% of the variance is related to factors outside the model. The results of multivariate regression also indicate that social, physical, and economic variables are eligible to predict the creative tourism city. Also, the results of regression line slope (B) for all predictor components show that there is a direct relationship between predictor components. The beta coefficient (B) is also used as a measure of the relative importance of the variables. Therefore, comparing the social variable (0.089), economic variable (0.375) and physical variable (0.105), we can understand the importance of the economic variable dimension compared to the other ones. Accordingly, these components, based on importance, include economic, social and physical variables, respectively. Based on the regression relationship, achieving a creative tourism city will depend on changes in social, economic and physical variables. Considering the above relationship, for each unit of economic variable 0.789, social variable 0.681 and physical variable 0.498 will be added to achieve creative tourism city in Babolsar. The results of factor analysis showed that all factors such as business processes and tourism economy, creative and innovative thinking, cultural and spiritual capital, sustainable infrastructure, attractiveness and diversity, tradition and identity, quality of tourism, knowledge, education, deepening the tourist relationship with the host community, multiplicity and diversity of tourism products, and strengthening the participation of residents, respectively, have most factor loadings to achieve a creative tourism city. Based on the appropriate fit of the research conceptual model, the consistency of the conceptual model with the collected data is confirmed.

Conclusion

In the present study, the local criteria of the creative tourism city in Babolsar were extracted and explained. The results of Pearson correlation coefficient in this study showed that there is a significant relationship between physical, social, economic and tourism potentials of Babolsar city equal to 0.676, 0.428, 0.370, respectively. The results of factor analysis also showed the all factors such as business processes and tourism economy, creative and innovative thinking, cultural and spiritual capital, sustainable infrastructure, attractiveness and diversity, tradition and identity, quality of tourism, knowledge, education, deepening the tourist relationship with the host community, multiplicity and diversity of tourism products, and strengthening the participation of residents, respectively, have most factor loadings to achieve a creative tourism city. As a result, Babolsar city has a high potential to become a creative tourism city. In fact, according to the cultural, social, economic, environmental and physical potentials and strategic location of Babolsar, this city can take effective steps to become a creative tourism city.

Keywords: Creative City, Creative Tourism, Creative Tourism City, Babolsar

شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های شهر خلاق گردشگری در شهر بابلسر*

ندا بیگم شریفیان - دانشجوی دکتری شهرسازی، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران
فرشته احمدی^۱ - استادیار شهرسازی، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران
امیر گندمکار - دانشیار جغرافیا، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران
محمد مسعود - دانشیار شهرسازی، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران
حمید صابری - استادیار جغرافیا، واحد نجف‌آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف‌آباد، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۰۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۰۲

چکیده

شهر خلاق، یک شهر نیرومند از لحاظ یادگیری فرهنگی و بین فرهنگی است. در این شهر هر شهروند به استفاده از ظرفیت‌های علمی، فنی، هنری و فرهنگی اطمینان خاطر دارد. سیستم فرهنگی یک شهر خلاق متشکل از تجارت‌ها، خلاقیت‌ها، مراسم و فستیوال‌ها است که مستعد کارآفرینی و خلاقیت‌هاست و شهر را قادر می‌سازد تا استفاده خود را جهت ارتباط مردم، ایده‌ها و تشکلهای بکار ببندد. تلفیق ایده‌های شهر خلاق و گردشگری می‌تواند زمینه‌ساز ایده شهر خلاق گردشگری باشد. این ایده در شهرهای مختلف از جمله بابلسر که دارای پتانسیل‌های بالقوه گردشگری هستند می‌تواند موجب دستیابی به توسعه پایدار شهری گردد. در این میان شناسایی معیارهایی بومی جهت بهره‌گیری حداکثری از این موضوع اهمیت بسزایی دارد. با توجه به این موضوع، هدف پژوهش، شناخت معیارهای بومی شهر خلاق گردشگری در شهر بابلسر است. پژوهش حاضر از نظر ماهیت در حوزه تحقیقات کاربردی و روش انجام آن توصیفی-تحلیلی است. آمار و اطلاعات، از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی اسناد و مدارک و تهیه، توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه محقق ساخته انجام گرفت. در تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد بین متغیرهای کالبدی، اجتماعی، اقتصادی و پتانسیل‌های گردشگری بابلسر به ترتیب با ۰/۶۷۶، ۰/۴۲۸، ۰/۳۷۰ همبستگی مثبت وجود دارد. یافته‌های مدل تحلیل عاملی نشان می‌دهد پنج عامل فرآیندهای کسب‌وکار و اقتصاد گردشگری، تفکر خلاق و نوآورانه، سرمایه فرهنگی و معنوی، زیرساخت‌های پایدار، جذابیت و تنوع، بالغ‌بر ۶۱/۹۵ درصد مقدار واریانس را به خود اختصاص داده‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت شهر بابلسر با دارا بودن پتانسیل‌های بالقوه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، محیطی و کالبدی و موقعیت استراتژیک می‌تواند گام‌های مؤثری جهت تبدیل شدن به شهر خلاق گردشگری بردارد. لذا نگهداشت طبقه خلاق و زمینه‌سازی جذابیت بیشتر شهر بابلسر برای سکنی‌گزینی این طبقه در بابلسر از اهمیت بسزایی برخوردار است.

واژگان کلیدی: شهر خلاق، گردشگری خلاق، شاخص شهر خلاق گردشگری، بابلسر.

* مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری سرکار خانم ندا بیگم شریفیان به راهنمایی نویسنده‌های دوم و سوم و مشاوره چهارم و پنجم در دانشکده هنر، معماری و شهرسازی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد می‌باشد.

مقدمه

امروزه رقابت بین شهرها به یک اقدام مشترک برای کسب منابع از بخش‌های خصوصی و عمومی تبدیل شده است؛ حتی تخصیص منابع توسط حکومت مرکزی در برخی کشورها، بر مبنای رقابت صورت می‌پذیرد (افصح حسینی و همکاران، ۱۳۹۷: ۷۹). شهرها نیز در تلاش‌اند تا در امروز و آینده محیطی را فراهم سازند که متخصصان به زندگی در آن راغب شوند و در مقابل، تخصص خود را بدون دغدغه در اختیار جامعه قرار دهند؛ اما باید توجه داشت که این مزیت‌های رقابتی در هر مکان و هر شهری مستقر نمی‌شوند (Musterd, 2010: 2). برای جذب سرمایه‌های انسانی و خلاق، شهرها و مناطق وابسته آن باید با داشتن ویژگی‌های خاص بتوانند به شهر خلاق تبدیل شوند (Florida, 2005: 8). یک شهر خلاق، اغلب دارای فضاهای پویا و سالم و محیط مساعدی برای تربیت انسانی بوده و زمینه پرورش خلاقیت ساکنین آنجا را فراهم می‌آورد (شه‌ایبان و رهگذر، ۱۳۹۱: ۶۷). از زمینه‌های دستیابی به شهرهای خلاق، بهره‌گیری از پتانسیل‌های بالقوه شهرها در حوزه‌های مختلف به‌ویژه گردشگری است. گردشگری با کالبد شهر با ارتباطی دوسویه و متقابل و تعامل پیچیده‌ای دارد که گاهی از هم قابل تفکیک نیست. از طرفی شهر با ظرفیت‌ها، خدمات و عناصر خود به گردشگری کمک می‌کند و از طرف دیگر گردشگری باعث افزایش رونق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شهر شده و حتی کالبد شهر را نیز تغییر می‌دهد (شاطریان، ۱۳۹۸: ۵۰-۴۹). امروزه صنعت گردشگری از فرمول سابق گردشگری آفتاب، ماسه و دریا که از قرن ۱۸ به بعد در اروپا متداول شد، دور شده و به‌سوی تعطیلات هدفمند و مسافرتی که نیازهای استراحتی و ذهنی را باهم داشته باشد، حرکت می‌کند (Nekouie Sadri, 2009: 10). این تغییر نگرش سبب شکل‌گیری نسل جدیدی از گردشگری با عنوان گردشگری خلاق شده است. حرکت به‌سوی گردشگری خلاق و درنهایت کسب جایگاه شهر خلاق می‌تواند فرصت‌های بسیار مهمی در تعاملات شهری، به‌ویژه در عرصه‌های فراملی برای هر مکان شهری مهیا سازد (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۵۲). این اقدام دستیابی به شهرهای خلاق گردشگری را که الگوی بهینه توسعه پایداری شهری در هزاره سوم نیز به شمار می‌آید، هموارتر خواهد نمود. در مورد شهر خلاق و گردشگری و به‌تبع آن گردشگری خلاق شهری، مطالعات متعددی صورت پذیرفته و هرکدام از زاویه‌ای متفاوت به موضوع پرداخته‌اند. در ادامه برخی پژوهش‌های مرتبط با حوزه مورد مطالعه ارائه شده است. فلوریدا (۲۰۰۲) در تحقیق خود با عنوان "ظهور و ارتقاء طبقه خلاق و نحوه به وجود آمدن آن" به ظهور طبقه خلاق در شهر پرداخته و موفقیت اقتصادی شهر را درگرو جذب استعداد خلاق می‌داند. مک‌گراهان و جان^۱ (۲۰۰۷) با الهام از کار فلوریدا بر این که طبقه خلاق به سمت مناطقی کشیده می‌شوند که از سطح بالایی از کیفیت زندگی برخوردار باشد تأکید کرد. نتایج پژوهش استیون سو و مسوس^۲ (۲۰۱۳) نشان می‌دهد که استعداد خلاق، مبنایی برای مزیت رقابتی شهرها است و ترکیب مفاهیم خلاقیت و گردشگری، برای رشد این استعدادها ضرورت می‌یابد. هارونگ و همکاران^۳ (۲۰۱۶) معتقدند کلید موفقیت در صنعت گردشگری، به‌عنوان یکی از خلاق‌ترین صنایعی شناخته می‌شود که نه‌تنها منجر به جذب گردشگران بلکه سبب بهبود توسعه اقتصادی، سیاسی و اجتماعی می‌شود. مارکس و بوریا^۴ (۲۰۱۷) بیان می‌دارند استفاده از فناوری دیجیتال در ایجاد گردشگری خلاق منجر به توسعه دموکراسی می‌شود. باستومی و پامانکس^۵ (۲۰۱۸) معتقدند سیاست‌های گردشگری بر اساس منابع انسانی، منابع پولی و منابع ابزاری می‌تواند در شهر خلاق باندونگ مؤثر واقع شوند. موضوع خلاقیت شهری و گردشگری از دید پژوهشگران داخلی نیز دور نمانده و تحقیقات متعددی در این زمینه انجام شده است از جمله شفییعی و همکاران (۱۳۹۳). معتقدند تمرکز بر توسعه صنعت گردشگری و کاربرد راهبردهای شهرهای خلاق، از راهکارهای پیش روی امروز است. کلانتری و همکاران (۱۳۹۵) به استخراج شاخص‌های شهر خلاق، تعیین مهم‌ترین شاخص‌ها و سنجش برخورداری کلان‌شهرهای ایران پرداخته‌اند. بذرافشان و بامری (۱۳۹۷) پس از

1. Mcgranhn wajan
2. Stevenson and Matthews
3. Hornig
4. Marques & Borba
5. Bustomi & Pamungkas
6. Bandung

بررسی و تحلیل وضعیت گردشگری خلاق در شهر زاهدان، دریافتند که بین گردشگری خلاق و شاخص‌های (مالی، گردشگری، فرآیندهای داخلی کسب‌وکار و یادگیری و رشد)، همبستگی بالایی وجود دارد. ایجاد شهرهای خلاق گردشگری، علاوه بر زمینه‌سازی برای جذب گردشگران بیشتر و مطرح‌شدن شهر به‌عنوان یک مقصد گردشگری فعال، می‌تواند بر بالا رفتن توانمندی اقتصادی ساکنین و ایجاد شغل‌های مرتبط با گردشگری اثرگذار بوده و ارتقای سطح کیفی ساکنین را نیز به همراه داشته باشد. بنابراین برنامه‌ریزی شهرها در تبدیل آن‌ها به شهرهای خلاق گردشگری حائز اهمیت است.

بابلسر به‌عنوان مرکز شهرستان بابلسر از شهرهای میانی کشور در استان مازندران است. این شهر با توجه به موقعیت مکانی و جغرافیایی و پتانسیل بالای گردشگری در حوزه‌های مختلف فرهنگی، طبیعی و تفریحی، امکان تبدیل به یک شهر خلاق با تأکید بر رویکرد گردشگری را دارد ولی هنوز با شهر خلاق گردشگری فاصله دارد. استفاده از این قابلیت‌ها و فرصت‌ها مستلزم شناسایی و استخراج شاخص‌هایی است که بتواند در روند برنامه‌ریزی و تبدیل این شهر به شهر خلاق گردشگری تأثیرگذار باشد. بنابراین در پژوهش حاضر سعی بر شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های شهر خلاق گردشگری در راستای دستیابی به الگوی شهر خلاق گردشگری در این شهر است.

مبانی نظری

شهرهای خلاق

فلسفه ایده شهر خلاق این بود که «همیشه بیشتر از پتانسیلی که در یک مکان وجود دارد یا ما فکر می‌کنیم می‌توانیم از آن استفاده کرد» (Redaelli, 2011: 87). شهر خلاق روش جدیدی در برنامه‌ریزی شهری است که چگونگی این‌که مردم بتوانند فکر، برنامه و عمل خلاقانه در شهرها داشته باشند را توضیح می‌دهد و نشان می‌دهد چگونه می‌توان شهرها را از طریق بارگیری از تفکرات و استعداد‌های مردم، زنده و زیست پذیر نمود (Landry, 2012: 11). ایده شهر خلاق که از دهه ۱۹۸۰ ظهور کرد، تلاشی برای بازسازی شهر در سطح جهانی بود (Ratiua, 2013: 125). سپس این موضوع به جنبشی جهانی مبدل شد که بر الگوی جدید برنامه‌ریزی شهری برای شهرها بازتاب یافت. تئوری شهر خلاق با مطالعات گسترده افرادی چون مالبرگ و زندر (۱۹۹۶)، اندرسون (۱۹۸۵) و جین جیکوبز (۱۹۹۱) نیز حمایت شد. ریچارد فلوریدا در پایان‌نامه خود به ظهور طبقه خلاق در شهر می‌پردازد. در جهت پاسخ به این سؤال که چرا برخی نقاط، رشد و رفاه بالایی دارند. درحالی‌که دیگران با تلاشی که می‌کنند چنین رفاهی را ندارند (Zimmerman, 2008: 232). فلوریدا عنوان می‌کند که افراد طبقه خلاق، آهن‌رباهایی هستند که مؤسسات و شرکت‌های متحرک با رشد و فناوری بالا را جذب می‌کنند. فلوریدا در رابطه با جذب این گروه می‌گوید که وجود چنین افراد در مکانی موجب می‌شود صنایع با فناوری بالا بتوانند در آن مکان تحرک ایجاد کنند (Pratt, 2008:4). البته این پیشینه نظری بدان معنی نیست که شهر خلاق پدیده‌ای مربوط به زمان حاضر است. پیتر هال نیز در کتاب «شهرهای شاهکار در شهرنشینی» نشان می‌دهد شهر خلاق پدیده‌ای است که می‌تواند در هر دوره‌ای وجود داشته باشد. اما هیچ محیط شهری‌ای برای همیشه به‌صورت خلاق عمل نمی‌کند (Hospers, 2003:11).

شاخص‌های شهر خلاق

این مسئله که به چه شاخص‌ها و ویژگی‌هایی برای ارزیابی ظرفیت‌های یک شهر به‌منزله شهری خلاق باید توجه نمود، چالش بزرگ پیش روی مسئولان شهری است. به‌طور کلی، همه شاخص‌های بیان‌شده برای یک شهر خلاق شامل دو گروه عمده هستند: الف) شاخص‌های خلاقیت فرهنگ محور؛ شاخص‌های گروه اول، بر اساس نظریه طبقه خلاق، مهاجران را به دلیل وجود تنوع و آزادی و صبر به خود جذب می‌کنند. این شاخص‌ها سعی دارند نوسان بخش‌های خلاق را در بازدهی، استخدام، مشارکت و استعداد اندازه‌گیری کنند. ب) شاخص‌هایی که به‌طور وسیعی بر وضعیت جهان، یکپارچگی جهانی و فناوری اطلاعات و ارتباطات تمرکز دارند. این شاخص‌ها، شاخص‌های شهرهای قدرتمند جهانی‌اند

که نمی‌توان آن‌ها را با شاخص‌های شهر خلاق مقایسه کرد و کمتر به آن‌ها پرداخته شده است. درحالی‌که توسعه شهر برای پوشش فضای جذاب شهر؛ فعالیت‌های بازرگانی، امکان زندگی، محیط‌زیست، حمل‌ونقل و قابلیت دسترس و فناوری برنامه‌ریزی شده است، این حوزه وسیع تمایل به تغییر راهبرد از فرهنگ و خلاقیت به سمت زیرساخت‌های شهر و خدمات پایه و نوآوری اطلاعات، تغییر بین‌المللی و ترکیب شبکه‌ای دارد (Landry & biachni, 1994: 33). جدول زیر شاخص‌های اصلی مطرح‌شده در ارتباط با ایده شهر خلاق را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱. شاخص‌های ارزیابی شهر خلاق از دیدگاه‌های مختلف

نظریه‌پرداز	شاخص
ریچارد فلوریدا	استعداد، فناوری و تسامح و تساهل و مکانی شامل تنوع (کارکردی، اقتصادی و فضایی، همسایگی، متمایز و تراکم کافی) مطبوعیت ویژه (تسهیلات ورزشی اختصاصی، سرانه تفریحی، فضای عمومی عامه‌پسند)، سرزندگی و فرهنگ (رویداد فرهنگی، هنری، سرانه مکان نمایش صحنه‌های زنده) زیبایی‌شناختی، معماری منحصربه‌فرد و جذاب، پارک و میراث شهری، محیط و پایداری (قابلیت محیط طبیعی و ...)
لندری	زیست‌پذیری، میزان آسایش و رفاه شهری، ارتباطات و شبکه ارتباطی شهری، آزادی، تسامح و تساهل، سیستم آموزشی و کارآموزی، اقتصاد و صنعت، تسهیلات عمومی، ساختار اجتماعی و تنوع فضایی شهر
یونسکو	ادبیات، فیلم و سینما، موسیقی، صنایع‌دستی و فولکلور، هنرهای چندرسانه‌ای، غذا و تغذیه
موسسه پژوهی CCI	صنایع خلاق و اشتغال، بهره‌وری‌های کوچک، جذابیت و میزان توجه به اقتصاد، حمایت عمومی، مشارکت و هزینه، ائتلاف و یکپارچگی جهانی، سرمایه انسانی و تحقیق، میزان آزادی، تساهل، تسامح و تنوع
اتحادیه اروپا	تمرکز بر خلاقیت فرهنگی شامل آموزش در مدارس هنر، اشتغال فرهنگی، محصولات فرهنگی، مشارکت و همکاری فرهنگی، نفوذ فناوری، نظم‌بخشی و حمایت مالی برای تکوین و توزیع اقتصادی و صنایع فرهنگی
شاخص شارپی	خروجی خلاق، تعداد ساکنان خود اشتغال، سرمایه‌گذاری خلاقانه، تنوع فرهنگی، نژادی و جنسی، وجود خرده‌فرهنگ پرونق، پایداری به‌عنوان زیربنای خلاقیت مدرن، هزینه زندگی، جشنواره، نمایشگاه، موزه و گالری و آموزش و فناوری
شاخص ساساکی	استعداد خلاق (فعالیت فرهنگی و تعداد هنرمند، دانشمند، مهندس و صنعت‌گر)، کیفیت زندگی (درآمد، سرگرمی و امور فرهنگی، فضای شهری و امکانات رفاهی و محیط‌زیست مناسب)، صنایع خلاق (تعداد شرکت‌ها و کارکنان مشغول در صنایع فرهنگی خلاق، مثل صنایع‌دستی، موسیقی، فیلم و هنر و ...) زیرساخت خلاق (تعداد و میزان دسترسی به دانشگاه، مدارس فنی، مؤسسات پژوهشی، کتابخانه، فرهنگستان، میراث فرهنگی (تعداد و شرایط حفاظت از دارایی‌ها و میراث فرهنگی ملموس و غیرملموس مستند بخش دولتی)، فعالیت شهروندان (وضعیت فعالیت سازمان‌های غیرانتفاعی و مردم‌نهاد و مشارکت زنان در جامعه) و حاکمیت خلاقانه (مشارکت ثبت شهروندان، توانایی سیاست‌گذاری و استقلال مالی)
شاخص وانولو	منظر (نشانه، نماد، المان و مناظر متنوع و یکپارچه (هنر، ارتقاء هنرهای جدید و تقویت میراث هنری قدیمی)، تنوع (نژاد و قومیت و توریست‌پذیری بالا)، فضای عمومی (پارک، ساخت و ارتقاء مکان عمومی و فضای مدنی جدید)، آموزش عالی (تعداد دانشگاه و مراکز علمی و پژوهشی).
ضرابی و همکاران	سرمایه انسانی (تعداد فرهیخته، هنرمند، دانشجو، نخبه علمی، شاغل با تحصیلات عالی، مهاجرین ورودی برای تحصیلات عالی و میزان تراکم جمعیت)، نوآوری (تعداد واحد تحقیق و توسعه، محقق و فعالیتشان و اختراع، خوسه صنعتی، پارک و مرکز رشد علم و فناوری)، سرمایه اجتماعی (مشارکت اجتماعی، علاقه به جامعه، اعتماد اجتماعی، تعاون و همیاری و شرکت در روابط اجتماع)، کیفیت زندگی (فرهنگی و گردشگری، اوقات فراغت، وضعیت زیست‌محیطی، اقتصادی و کالبدی)

منبع: (مختاری ملک‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۴)، (رضائیان قراگوزلو و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۴)، (ضرابی و همکاران، ۱۳۹۳: ۶)، (landry, 2013: 24)، (CCI¹, 2012: 45) و (Florida, 2014: 201)

گردشگری خلاق

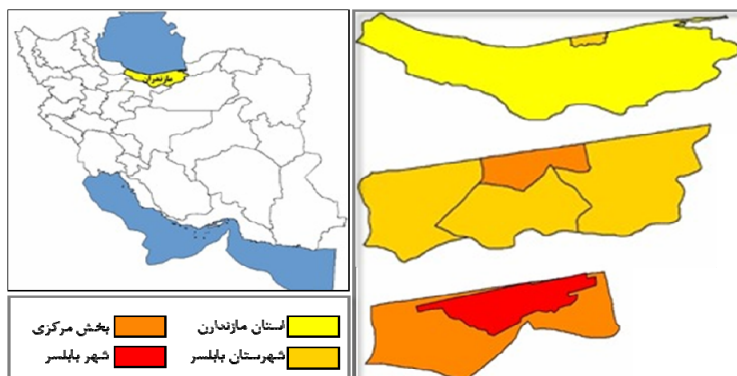
خلاقیت در حوزه گردشگری تحت عنوان گردشگری خلاق ابتدا توسط پییرس و باتلر^۱ (۱۹۹۳) به شکل بالقوه‌ای از گردشگری مطرح گردید در طول دهه ۱۹۹۰ میلادی نه خلاقیت در شهرها بلکه حتی در مناطق روستایی توجه ویژه‌ای شد (Richards, 2011: 1227). بعداً با فراگیر شدن این مفهوم، خلاقیت در میان اولویت‌های بسیاری از سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی نظیر یونسکو قرار گرفت. گردشگری خلاق سفری هدایت‌شده به سمت یک تجربه اصیل و تعاملی، همراه با یادگیری مشارکتی است و امکان برقراری ارتباط با مردم محلی که ایجادکننده آن فرهنگ زندگی هستند را فراهم می‌نماید (Stevenson & Matthews, 2013: 25). بنا به نظر موسسه اطلس^۲ (۲۰۱۵)، تعریف ریچاردز و ریموند (۲۰۰۰)، اولین نسل گردشگری خلاق تغییر جهتی بنیادین در ایجاد ارزش، از رویکرد تولیدی یعنی صنعت گردشگری به رویکرد مصرفی یعنی گردشگر، ایجاد کرده است؛ چراکه گردشگری خلاق، در حکم نوعی از «گردشگری شبکه‌ای» برای خلق ارزش، به توانایی تولیدکننده و مصرف‌کننده در ایجاد ارتباط با یکدیگر بستگی دارد (Richards & Marques, 2012). این نسل را ریچاردز و ریموند معرفی و آن را چنین تعریف کردند: «نوعی گردشگری که به دیدارکنندگان فرصت می‌دهد تا پتانسیل خود را، از طریق مشارکت فعال در دوره‌ها و تجربیات یادگیری مختص مقصد گردشگری، افزایش دهند» بر اساس این تعریف، شبکه شهرهای خلاق یونسکو (۲۰۰۶) تعریفی از گردشگری خلاق ارائه داده است: «گردشگری خلاق مسافرتی است هدایت‌شده، به سمت تجربه‌ای منتخب و اصیل، همراه با یادگیری مشارکتی در هنر، میراث یا شخصیت خاص یک مکان و ارتباط با مردمی که ساکن این منطقه‌اند و این فرهنگ زنده را می‌سازند». اطلس (۲۰۱۵) دومین نسل توسعه گردشگری خلاق را به این صورت تعریف کرده است: «توسعه سیاست‌گذاری‌های مرتبط با تجربیات خلاق در مقاصد گردشگری خاص و ساخت پورتال‌های اینترنتی برای بازاریابی و توزیع گردشگری خلاق». در این مرحله، بنا به نظر سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (۲۰۱۴)، رویکردهای سیاست‌گذاری فعال برای ایجاد هم‌افزایی ضروری است. باوجود این تفاسیل، گردشگری خلاق فراتر از یک بازار دنج زیرمجموعه گردشگری فرهنگی تبیین شد (Richards & Marques, 2012). توسعه صورت‌های جدید گردشگری خلاق شامل استفاده از محتوا و بخش‌های مختلف خلاق و کاربرد تکنولوژی‌های جدید می‌شود. تغییر جهت گردشگری خلاق، به سمت تکنولوژی و صنایع خلاق، سومین نسل از گردشگری خلاق را معرفی کرد که طبق گفته سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (۲۰۱۴) عبارت است از: «فعالیت‌های خلاق دانش‌بنیان که تولیدکنندگان، مشتریان و مکان‌ها را با استفاده از تکنولوژی، استعداد یا مهارت به یکدیگر متصل می‌کند تا محصولات یا معنی ناملموس، با محتوا و تجربیات خلاق تولید شود».

محدوده مورد مطالعه

شهر بابلسر واقع در شهرستان بابلسر (شامل سه بخش مرکزی، رودبست و بهمینیر، ۳ شهر و ۶ دهستان) دارای ویژگی‌های جغرافیایی متأثر از دو عامل طبیعی دریا و رودخانه و شرایط شکل‌زایی جلگه ساحلی دریای خزر است (جهانیان، ۱۳۹۵: ۶۵). این شهر با مساحت ۱۳۵۰ هکتار در مصب رودخانه بابلرود در کرانه جنوبی دریای خزر و در مسیر راه اصلی دریا، در فاصله ۶۲ کیلومتری از مرکز استان و نیز ۲۴۹ کیلومتری شمال شرق تهران قرار دارد (براری و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۷). شهر بابلسر از مهم‌ترین مناطق توریستی و مهمان‌پذیر کشور است که به علت تعدد و وجود پلاژها در نوار ساحلی و اماکن اقامتگاهی، سازمانی، ویلاهای دریاکنار، خزرشهر، دریاسر و گذر رودخانه بابلرود از مرکز این شهر، موقعیت ممتاز توریستی دارد. از دیدنی‌ها و جاذبه‌های گردشگری بابلسر عبارت‌اند از: پارک و اسکله قایقرانی، سواحل دریا، رودخانه، مناطق توریستی کرفنون و ساحلی گردشگری می‌رود، شهرک‌های دریاکنار و خزرشهر، بلوار ساحلی بابلسر، تالاب، بقعه‌های امامزاده ابراهیم و بی‌بی رقیه، عمارت سازمان مرکزی دانشگاه مازندران، ساختمان هتل کازینو، پل معلق فلزی، پل پیاده‌رو (پل کوچک)، تپه‌های باستانی میربازار، باغ‌وحش و... (ابراهیم‌نیاسماکوش، ۱۳۹۲: ۱۳۰-۱۱۰).

1. Pierce and Butler

2. ATLAS. (2015) Creative Tourism Trend Report: Edited By Greg Richards. Netherlands: ATLAS. Vol. 1



شکل شماره ۱. موقعیت شهر بابلسر در سلسله مراتب تقسیمات سیاسی- اداری

روش پژوهش

نوع پژوهش حاضر، کاربردی و روش انجام آن نیز توصیفی-تحلیلی است. داده‌های موردنیاز از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی‌های میدانی گردآوری و با بهره‌گیری از روش تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی تجزیه و تحلیل گردید. رویکرد کلی پژوهش، کمی و به صورت اکتشافی بوده و از نظر استدلال، دارای استدلال استقرایی است. جامعه آماری پژوهش شامل جمعیت ۵۹۹۶۶ نفری ساکن شهر بابلسر است و حجم نمونه، طبق فرمول کوکران ۳۸۳ نفر و روش انتخاب نمونه آماری، به صورت تصادفی انجام شد. ابزار اصلی تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته با استفاده از طیف سنجی ۵ گزینه‌ای لیکرت بوده که روایی آن توسط اساتید دانشگاهی، کارشناسان شهرسازی و گردشگری پس از انجام اصلاحات لازم و پایایی پرسشنامه نیز با ضریب پایایی برابر ۰/۸۳۲ بر اساس حجم ۱۵ درصد (۶۳ مولفه) از طریق آلفای کرونباخ تأیید شد. در تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ای، ابتدا با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون همبستگی رابطه بین متغیرهای پژوهش و در مرحله بعد از طریق آزمون رگرسیون چند متغیره به صورت هم‌زمان تأثیرگذاری متغیرهای کالبدی، اجتماعی و اقتصادی بر شهر خلاق گردشگری بابلسر مورد بررسی قرار گرفت. عوامل، مؤلفه‌ها و شاخص‌های اثرگذار در ایجاد شهر خلاق گردشگری بابلسر نیز به کمک تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی در محیط نرم‌افزار SPSS و AMOS انجام شد.

جدول شماره ۲. بعد، معیار و شاخص‌ها در تدوین الگوی بومی شهر خلاق گردشگری

بعد	معیار	شاخص	منبع (مدل/پیشینه)
مشارکت فرهنگی	مشارکت هنری و فرهنگی؛ مشارکت اجتماعی در حوزه هنر، وضعیت سازمان‌های غیرانتفاعی مشارکت زنان جامعه؛ شبکه اجتماعی و تعامل؛	جامعه دانایی محور، جوامع خلاق، حیات خلاقانه، خلاقیت جهانی، خلاقیت شبکه‌ای، زندگی فرهنگی، ساساکی، CCI	جامعه دانایی محور، حیات خلاقانه، زندگی فرهنگی، CCI
سرمایه انسانی	تعداد فارغ‌التحصیل، محقق و پژوهشگر مرتبط با گردشگری؛ منابع انسانی خلاق	متولد خارجی ساکن؛ تنوع گردشگر ورودی؛ درصد مقیم، مهاجر با تحصیلات	خلاقیت شبکه‌ای، رقابت دانش جهانی، ساساکی، خلاقیت هنگ-کنگ، شهرهای قدرتمند جهانی، فلوریدا، واتولو
خلاقیت	توجه به دانش‌های سنتی و محلی	کنترل کیفی نهایی محصول گردشگری، رشد برنامه آموزشی در زمینه گردشگری فرهنگی (خلاق)	خلاقیت اروپایی، خلاقیت شاربپی، ساساکی، خلاقیت هنگ کنگ، CCI، شهرهای قدرتمند جهانی، لندری، مهر اصالت یونسکو
ایجاد تصاویر ذهنی و مفهومی‌های خلاق	ترتیب راهنمای گردشگری خلاق؛ رابطه ادامه‌دار گردشگر با میزبان	ایجاد تصاویر ذهنی و مفهومی‌های خلاق	خلاقیت شاربپی، خلاقیت هنگ کنگ، ساساکی، شهرهای جهانی قدرتمند، CCI، فلوریدا، لندری، مهر اصالت یونسکو

	Tan, Luh and Kung (2014)	شکل‌گیری داستان مختص هر گردشگر و ایجاد خاطره همیشگی؛ ارائه انواع فعالیت‌های خلاقانه در کنار این تجربه		
		داشتن تفکر خلاق و تحقیق و توسعه در حوزه‌های مرتبط با گردشگری خلاق و حمایت از آن‌ها؛ وسعت خلاقیت		
		بررسی انواع رویارویی افراد و اثر فناوری نوین در تسهیل رابطه بین آن‌ها		
	Aquino, Phillips and Sung (2012)	توجه به ابعاد گردشگری اجتماعی فرهنگ محور		
	Juzefovič (2015)	طولانی و نبودن زمان‌های بیکاری؛ فراروی از واقعیت و فراموشی روزمره		نوآوری
		توجه به گرایش‌ها جدید و تحولات نوظهور		
		پاسخ به نیازهای جدید گردشگران خلاق		
		تعاملات و حجم آن، تجارب، نفوذ و ارتباطات، مشوق‌ها و میزان رشد فرهنگی؛ توجه به بنیان‌های هویت و اصالت؛ جشنواره و فستیوال؛ گالری و موزه هنری، جشن فرهنگی، مذهبی و دیگر مراسم خاص موجود		
		برند سازی فعالیت‌های فرهنگی		
		میزان کسب‌وکار و برنامه‌های سرمایه‌گذاری		سرمایه
		میزان فروش محصولات فرهنگی		فرهنگی
		مالکیت فکری در صنایع دستی و پتانسیل‌های فرهنگی موجود		
		تعهدپذیری		
		رضایتمندی گردشگران؛ تعداد دارایی‌های غیر ملموس		سرمایه منجمدی
	Richards (2016)	دانستن پیچیدگی روابط خلاقانه بین مقاصد گردشگر و ساکن محلی		
		حمایت از فعالین، شناسایی مسیرهای نوین قابل بهره، کارآفرینی و میزان افزایش جریان دانش در حوزه گردشگری خلاق و جریان سرمایه؛ همکاری اقتصادی با صنایع فرهنگی، قیمت و کیفیت مناسب محصول گردشگری خلاق؛ عدالت، سلامت و جریان اقتصادی؛ حمایت مالی و قانونی از خلاقیت		
		هزینه گردشگر، ایجاد خوشه خلاق، میزان سرمایه‌گذاری در هنر غیرانتفاعی		خلاقیت اقتصادی
	Yozcu, and İçöz (2010)	بهره‌گیری از تبلیغات و بازاریابی گردشگری خلاق		
	Fernández (2010)	نقش اقتصاد غیررسمی در گردشگری خلاق		
		میزان توسعه حرفه‌های پایدار در حوزه گردشگری		
		تداوم ارائه خدمات گردشگری؛ شناسایی مسیرهای شغلی (توسعه گردشگری خلاق پایدار)؛ قدرت رقابت‌پذیری محصول گردشگری خلاق		
		سفارش آتی محصول مرتبط تجربه و ادامه رابطه فروشنده و گردشگر		بازاری اقتصادی
		محیط زندگی (کیفیت و رفاه)؛ جاذبه خلاق شهری؛ تعدد و تنوع صحنه تماشایی		سرمایه شهری
		جذابیت فضاهای شهری و ترکیب آن با فعالیت‌های گردشگری خلاق؛ تعداد و در دسترس بودن کتابخانه‌ها و سازمان‌های فرهنگی		کابلی زیرساختی
		محیط زندگی (کیفیت و رفاه)؛ جاذبه خلاق شهری؛ تعدد و تنوع صحنه تماشایی		
		جذابیت فضاهای شهری و ترکیب آن با فعالیت‌های گردشگری خلاق؛ تعداد و در دسترس بودن کتابخانه‌ها و سازمان‌های فرهنگی		

میدان‌ها شهر مکان تبادل خلاق؛ وجود تفکر آینده‌نگری در فضای شهر	جوامع خلاق، ساساکی، خلاقیت هنگ‌کنگ، شهر جهانی، لندری
پاسخگویی و ظرفیت پذیری؛ زیرساخت حمل‌ونقل شهری؛ زیرساخت شهری برای روابط اجتماعی؛ تعدد و تنوع زیرساخت شهری برای رشد خلاقیت، تعدد فضا و میزان دسترسی برای تولید و نمایش محصول فرهنگی مرتبط، زیرساخت شهری و امکانات رفاهی؛ زیرساخت نرم (فضای خلاق، کافه)	رقابت دانش جهانی، خلاقیت جهانی، ساساکی، شهر جهانی، CCI، شهرهای قدرتمند جهانی، فلوریدا، لندری، وانولو
تجربه محیطی با درجه بهداشت بالا؛ عدم آلودگی صوتی	Tan, Luh and Kung (2014)

بحث و یافته‌ها

در این پژوهش، از مجموع ۳۸۳ نفر نمونه آماری، ۲۲۱ نفر (۵۷/۷ درصد) مردان و ۱۶۲ نفر (۴۲/۲۹ درصد) را گروه زنان تشکیل داده‌اند. تعداد افراد نمونه آماری در بازه سنی به صورت ۱۲۲ نفر (۳۱/۸۵٪) تا ۲۰ تا ۲۵ سال، ۹۲ نفر (۲۴/۰۲٪) ۲۵-۳۰ سال، ۷۶ نفر (۱۹/۸۴٪) ۳۰-۴۰ سال، ۴۹ نفر (۱۲/۷۹٪) ۴۰-۵۰ سال و مابقی بالای ۵۰ سال هستند. بررسی سطح سواد افراد جامعه آماری نشان داد ۳۷/۷٪ نمونه آماری با تحصیلات دیپلم و پایین‌تر، ۵۳٪ لیسانس و مابقی فوق لیسانس و یا بالاتر بوده‌اند.

ضریب همبستگی محاسبه شده بین مؤلفه‌های اجتماعی، کالبدی و اقتصادی با پتانسیل‌های گردشگری بابل‌سر به ترتیب برابر ۰/۶۷۶، ۰/۴۲۸، ۰/۳۷۰ است لذا ارتباط معناداری بین متغیرهای فوق و پتانسیل‌های گردشگری بابل‌سر وجود دارد.

جدول شماره ۳. ضریب همبستگی بین مؤلفه‌های مؤثر در تدوین الگوی بومی شهر خلاق گردشگری

	متغیر اجتماعی	متغیر کالبدی	متغیر اقتصادی	پتانسیل گردشگری خلاق شهری بابل‌سر
متغیر اجتماعی	ضریب همبستگی	۱	**۰/۶۷۹	**۰/۶۷۶
	پیرسون			
	سطح معناداری		۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
متغیر کالبدی	تعداد	۳۸۳	۳۸۳	۳۸۳
	ضریب همبستگی	**۰/۶۷۹	۱	**۰/۴۲۸
	پیرسون			
متغیر اقتصادی	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۸۳	۳۸۳	۳۸۳
	ضریب همبستگی	**۰/۴۵۱	**۰/۳۹۶	۱
پتانسیل گردشگری خلاق شهری بابل‌سر	پیرسون			
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱
	تعداد	۳۸۳	۳۸۳	۳۸۳

** سطح معنی‌داری ضریب همبستگی: ۰/۰۱ (آزمون فرض دوطرفه). * سطح معنی‌داری ضریب همبستگی: ۰/۰۵ (آزمون فرض دوطرفه)

جهت تعیین ارتباط بین متغیرهای پژوهش و پیش‌بینی، از تحلیل رگرسیون بین متغیرهای اجتماعی، کالبدی و اقتصادی (متغیر مستقل / پیش‌بین) و شهر خلاق گردشگری بابل‌سر (متغیر وابسته / ملاک)، با روش هم‌زمان استفاده شد. نتایج ضریب همبستگی چندگانه نشان می‌دهد بین متغیرهای یادشده رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. ضریب تعیین R2 (بیانگر درصد تغییرات تعیین شده از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل)، نشان می‌دهد ۵۷/۵ درصد واریانس گردشگری شهری مربوط به متغیرهای فوق و مابقی به عواملی خارج از مدل مذکور مربوط می‌شود.

جدول شماره ۴. نتایج همبستگی چندگانه بین متغیرهای اجتماعی، کالبدی و اقتصادی با شهر خلاق گردشگری بابلسر

مدل رگرسیون	ضریب همبستگی چندگانه R	ضریب تعیین چندگانه R2	R2 تعدیلی	انحراف معیار R2	آماره F	سطح معناداری
هم‌زمان	۰/۶۷۹	۵۷۰/۵۷۵۵	۰/۴۶۹	۰/۴۷۸	۷/۶۰۱	۰/۰۰۰۱

نتایج رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد متغیر اجتماعی ($t=6/35$, $p=0/0001$)، متغیر کالبدی ($t=5/671$, $p=0/000$)، متغیر اقتصادی ($t=4/66$, $p=0/000$) واجد شرایط پیش‌بینی شهر خلاق گردشگری هستند. همچنین نتایج مربوط به شیب خط رگرسیون (B) در مورد کلیه مؤلفه‌های پیش‌بین، وجود رابطه مستقیم بین مؤلفه‌های پیش‌بین را نشان می‌دهد. ضریب بتا نیز به‌عنوان مقیاسی از اهمیت نسبی متغیرها کاربرد دارد. لذا از مقایسه متغیر اجتماعی (۰/۰۸۹)، متغیر اقتصادی (۰/۳۷۵) و متغیر کالبدی (۰/۱۰۵) می‌توان به اهمیت بعد متغیر اقتصادی نسبت به دو متغیر دیگر پی برد. بر این اساس ترتیب این مؤلفه‌ها بر اساس اهمیت به‌صورت متغیر اقتصادی، اجتماعی و کالبدی است.

جدول شماره ۵. نتایج تحلیل رگرسیون بین متغیر پیش‌بین متغیرهای اجتماعی، کالبدی و اقتصادی با شهر خلاق گردشگری

رگرسیون هم‌زمان	B	انحراف معیار	بتا	آماره آزمون t	سطح معناداری
متغیر اجتماعی	۰/۶۸۱	۰/۱۲۱	۰/۰۸۹	۵/۶۷۱	۰/۰۰۰
متغیر کالبدی	۰/۴۹۸	۰/۱۰۵	۰/۹۲۵	۴/۶۶	۰/۰۰۰
متغیر اقتصادی	۰/۷۸۹	۰/۳۷۵	۰/۳۷۶	۶/۳۵	۰/۰۰۰۱

طبق رابطه رگرسیون، دستیابی به شهر خلاق گردشگری به ازای تغییرات متغیرهای فوق تغییر می‌یابد. به عبارتی بخشی از خلاقیت گردشگری بابلسر را مؤلفه‌های فوق تعیین می‌کند. بر مبنای رابطه فوق، به ازای هر واحد از متغیر اقتصادی ۰/۷۸۹، متغیر اجتماعی ۰/۶۸۱ و متغیر کالبدی ۰/۴۹۸ دستیابی به شهر خلاق گردشگری در بابلسر افزایش می‌یابد.

استخراج ضرایب و نام‌گذاری عامل‌ها

برای محاسبه بار عاملی هر یک از مؤلفه‌های پژوهش، از تحلیل عاملی اکتشافی در محیط SPSS و تحلیل عاملی تأییدی در محیط AMOS استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی نشان داد عامل‌ها به ترتیب (۱) فرآیندهای کسب‌وکار و اقتصاد گردشگری، (۲) تفکر خلاق و نوآورانه، (۳) سرمایه فرهنگی و معنوی، (۴) زیرساخت‌های پایدار، (۵) جذابیت و تنوع، (۶) سنت و هویت (۷) کیفیت گردشگری، (۸) دانش، (۹) آموزش، (۱۰) عمق بخشیدن به رابطه گردشگر با جامعه میزبان، (۱۱) تعدد و تنوع محصولات گردشگری و (۱۲) تقویت مشارکت‌جویی ساکنین، بیشترین بار عاملی را در دستیابی به شهر خلاق گردشگری دارند. قابل‌ذکر است ۵ عامل اول بالغ‌بر ۶۱/۹۵ درصد مقدار واریانس را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول شماره ۶. ضرایب عامل‌های ۱۲ گانه استخراج‌شده از تحلیل‌های SPSS

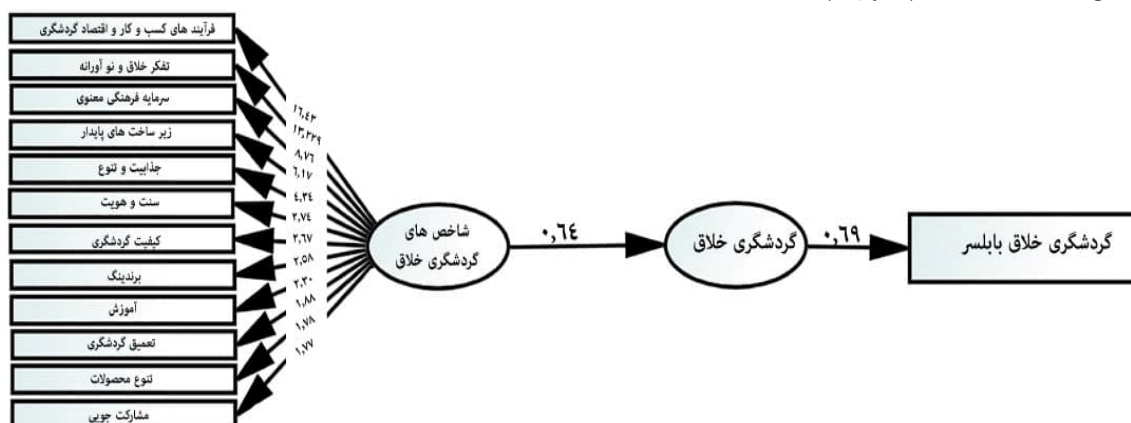
ردیف	نام‌گذاری عامل استخراج‌شده	بار عاملی	درصد واریانس	تجمیع واریانس
۱	فرآیندهای کسب‌وکار و اقتصاد گردشگری	۱۶/۴۲۷	۲۰/۷۹۴	۲۰/۷۹۴
۲	تفکر خلاق و نوآورانه	۱۳/۲۲۹	۱۶/۷۴۵	۳۷/۵۳۹
۳	سرمایه فرهنگی و معنوی	۸/۷۶۳	۱۱/۰۹۳	۴۸/۶۳۲
۴	زیرساخت‌های پایدار	۶/۱۷۶	۷/۸۱۸	۵۶/۴۵
۵	جذابیت و تنوع	۴/۳۴۵	۵/۵۰۰	۶۱/۹۵
۶	سنت و هویت	۲/۷۴۳	۳/۴۷۳	۶۵/۴۲۳
۷	کیفیت گردشگری	۲/۶۷۸	۳/۳۹۰	۶۸/۸۱۳
۸	دانش	۲/۵۸۲	۳/۲۶۸	۷۲/۰۸۱
۹	آموزش	۲/۳۰۷	۲/۹۲۱	۷۵/۰۰۲
۱۰	عمق بخشیدن به رابطه گردشگری با جامعه میزبان	۱/۸۸۷	۲/۳۸۹	۷۷/۳۹۱
۱۱	تعدد و تنوع محصولات	۱/۷۸۰	۲/۲۵۳	۷۹/۶۴۴
۱۲	مشارکت‌جویی	۱/۷۷۵	۲/۲۴۷	۸۱/۸۹۱

در راستای برازش و آزمون مدل تحقیق، به آزمون مدل پژوهش پرداخته شد. لذا جدول ۶ نشان می‌دهد که بارهای عاملی عوامل دوازده‌گانه (متغیر مستقل) در دستیابی به شهر خلاق گردشگری (متغیر وابسته) رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۷. نتیجه آزمون فرضیه پژوهش بر اساس مدل معادلات ساختاری

ضریب مسیر	t	فرضیه
۰/۶۴	۹/۱۲	تأثیر مثبت بارهای عاملی در دستیابی به شهر خلاق گردشگری

تحلیل عاملی تأییدی بررسی می‌کند آیا داده‌های موجود با ساختار به شدت محدود شده پیش تجربی که شرایط همانندی را برآورده می‌سازد، برازش دارد یا خیر، در این فرآیند، برازش را گاه به‌اشتباه، تأیید یک مدل ساختاری فرضی می‌دانند. اما باید دانست هیچ مدلی هرگز تأیید نمی‌شود و تنها می‌تواند رد شود (با داده‌ها برازش نداشته باشد) یا عدم تأیید آن به نتیجه نرسد (برازش یابد) چون مدل کامل معادله ساختاری شامل هر دو متغیرهای مشاهده‌شده و مشاهده نشده است، پارامترهای مدل باید از طریق پیوند بین واریانس و کواریانس‌های متغیرهای مشاهده‌شده و پارامترهای مدل برآورد شود تا میزان برازش داده‌های گردآوری‌شده با الگوی نظری مشخص شود. حال با توجه به مدل معادلات ساختاری نسبت به ترسیم مدل مفهومی تحقیق اقدام و فرضیه مورد آزمون قرار می‌گیرد. مجموعه وسیعی از معیارها و شاخص‌های برازندگی وجود دارند که می‌توانند برای اندازه‌گیری کل مدل استفاده شوند. نکته قابل توجه این‌که محقق باید از معیارهای مختلفی برای قضاوت مدل استفاده کند، زیرا شاخص واحدی وجود ندارد که به‌طور قطعی برای آزمون مدل، مورد قضاوت و ارزیابی قرار گیرد (کالانتری، ۱۳۸۸). از این‌رو از شاخص‌های متفاوتی برای سنجش برازش الگوی مورد مطالعه در این تحقیق استفاده شده است (جدول ۸).



شکل شماره ۲. مدل سازی معادلات ساختاری روابط بین متغیرهای پژوهش

جدول شماره ۸. ارزیابی برازش کل مدل

مقادیر شاخص	شاخص برازندگی مدل مفهومی
۱۲۷/۲۸	شاخص خی دو بهنجار (نسبی)
۱۱	درجه آزادی (df)
۰/۰۸۹	شاخص ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)
۰/۹۹	شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)
۰/۹۶	شاخص نیکویی برازش (GFI)
۰/۰۶۲	شاخص ریشه میانگین مربعات باقیمانده RMR

همان‌طور که در جدول ۸ آمده، مقادیر کلیه شاخص‌ها، بیانگر برازش قابل قبول مدل مفهومی تحقیق است ($GFI > 0/9$ ؛ $AGFI > 0/9$) لذا با برازش مناسب الگوی مفهومی، همخوانی الگوی مفهومی با داده‌های گردآوری‌شده تأیید می‌شود.

جدول شماره ۹. مصادیق واقعی عامل‌ها در شهر بابلسر

ردیف	عامل‌ها	فعالیت اجرای موردنیاز در شهر بابلسر
۱	فرآیند کسب‌وکار و اقتصاد گردشگری	تقویت اماکن مختلف اقامتی (ویلاهای دریاکنار، خزرشهر و دریاسر) و تفریحی (منطقه ساحلی گردشگری بابلسر، میرو، منطقه توریستی کرفنون، دریاکنار، تالاب فریدون کنار، باغ‌وحش و باغ پرندگان)
۲	تفکر خلاق و نوآورانه	بهره‌گیری از ایده نوآورانه طبقه خلاق در زمینه بالفعل‌سازی پتانسیل بالقوه موجود و تدوین نظام‌نامه گردشگری خلاق
۳	سرمایه فرهنگی و معنوی	بهره‌گیری از ویژگی‌های قومی (مازنی) (شهری و روستایی)، میراث معنوی (آداب‌ورسوم و مراسمات)
۴	زیرساخت پایدار	همکاری و هماهنگی بیشتر بین ادارات خدمات رسان، سازمان‌های مردم‌نهاد زیست‌محیطی در راستای استفاده بهینه از زیرساخت موجود (مانند هتل، مهمان‌پذیر، پلاژ و ...)
۵	جذابیت و تنوع	تأکید بر بهره‌گیری برنامه‌ریزی رویدادمحور سالیانه، فصلی و ماهیانه در راستای جذب اقشار مختلف گردشگر خلاق
۶	سنت و هویت	بهره‌مندی از ویژگی‌های تاریخی و فرهنگی نظیر احیا ساختمان هتل کازینو، ساختمان شهرداری و گمرک سابق، تپه‌های باستانی میربازار، رویدادهای تاریخی و ...
۷	کیفیت گردشگری	تنوع‌بخشی به فعالیت تدارک دیده در زمینه مکان اقامت (هتل، مهمان‌پذیر، اقامتگاه بوم‌گردی و...)، تجربه گردشگری (گردشگری‌های ساحلی، فرهنگی، فرهنگی رویدادمحور) و تعمیق و تأمین رابطه گردشگر و جامعه محلی.
۸	دانش	افزایش آگاهی و دانش در زمینه‌های بالفعل و بالقوه گردشگری در سطح شهرستان و برنامه‌ریزی در راستای استفاده بهینه از آن‌ها در زمینه جذب گردشگر
۹	آموزش	ایجاد رشته‌های مربوط به گردشگری، جهانگردی، برگزاری دوره‌های آموزشی هتل‌داری، تورگردانی، آموزش جامعه محلی در راستای نحوه برخورد و رفتار با گردشگران با تأکید بر تعمیق و تأمین رابطه گردشگر با جامعه میزبان و ...
۱۰	تعمیق رابطه گردشگر و میزبان	ایجاد زمینه‌هایی جهت ادامه‌دار بودن رابطه گردشگر با جامعه میزبان با تأکید بر بهره‌گیری از جاذبه‌های بوم‌گردی، گردشگری مزرعه، گردشگری
۱۱	تعدد و تنوع محصولات	تنوع‌بخشی به فضاهای اقامتی (ساحلی، ...)، تفریحی (ساحلی، مزرعه، فرهنگی، آداب‌ورسوم) و برنامه‌های رویدادمحور
۱۲	مشارکت-جویی	استفاده از تمام ظرفیت موجود (سازمان‌های مردم‌نهاد، مردم، سرمایه‌گذاران، شهرداری و سایر نهادهای دولتی خدمات رسان در ارتباط با حوزه گردشگری) در راستای شکوفایی هرچه بیشتر این صنعت در سطح شهرستان

نتیجه‌گیری

شهر خلاق و نوآور از مباحث جدید در حوزه مطالعات شهری است که توسط جغرافیدانان، اقتصاددانان، جامعه‌شناسان، شهرسازان و مدیران شهری در رسیدن به جامعه دانایی و توسعه دانایی محور تأکید می‌گردد. در این راستا شهر به‌عنوان محل شکل‌گیری خلاقیت، دانایی، صنایع خلاق و نوآور و اقتصاد دانایی در یک رویکرد ترکیبی در نظر گرفته می‌شود. حرکت به سوی تحقق و ایجاد شهرهای خلاق راهکاری برای حل این‌گونه بحران‌ها به شمار می‌آید لذا شهرها باید با تأکید بر پتانسیل‌های بالفعل و بالقوه در ابعاد و زمینه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و کالبدی زمینه‌سازی لازم را در جهت ایجاد چنین شهرهایی به‌کارگیرند. تأکید بر گردشگری شهری به‌عنوان یکی از محورهای شناخته‌شده در زمینه دستیابی و نیل به شهرهای خلاق به شمار می‌آید و بسیاری از شهرهای جهان با بهره‌گیری از پتانسیل‌های گردشگری، مسیر تبدیل شدن به شهرهای خلاق را پیموده‌اند. شهرهای خلاق گردشگری با تأکید بر ابعاد و شاخص‌های گردشگری خلاق سعی دارند تا با کمترین هزینه و با تأکید بر ابعاد توسعه پایدار زمینه تبدیل شهرها به شهرهای خلاق را هموار نمایند. بر این اساس در پژوهش حاضر به استخراج و تبیین معیارهای شهر خلاق گردشگری در شهر بابلسر پرداخته شد. در راستای نیل به این هدف، ابتدا پتانسیل‌های گردشگری بابلسر در ابعاد مختلف گردشگری شناسایی و در قالب پرسشنامه محقق ساخته در راستای شناسایی عوامل تأثیرگذار در تبدیل آن به شهر خلاق گردشگری بررسی گردید.

یافته‌ها در خصوص وجود رابطه و شدت و ضعف رابطه متغیرهای اقتصادی، کالبدی و اجتماعی شهر خلاق گردشگری با پتانسیل‌های گردشگری خلاق شهر بابلسر از طریق ضریب همبستگی نشان داد بین متغیرهای کالبدی، اجتماعی، اقتصادی و پتانسیل‌های گردشگری شهر بابلسر به ترتیب با ضرایب همبستگی ۰/۶۷۶، ۰/۴۲۸، ۰/۳۷۰، رابطه وجود دارد. نتایج تحلیل عاملی نیز نشان داد به ترتیب عوامل (۱) فرآیندهای کسب‌وکار و اقتصاد گردشگری، (۲) تفکر خلاق و نوآورانه، (۳) سرمایه فرهنگی و معنوی، (۴) زیرساخت‌های پایدار، (۵) جذابیت و تنوع، (۶) سنت و هویت، (۷) کیفیت گردشگری، (۸) دانش، (۹) آموزش، (۱۰) تعمیق رابطه گردشگر و جامعه میزبان، (۱۱) تعدد و تنوع محصولات گردشگری و (۱۲) تقویت مشارکت‌جویی ساکنین، بیشترین بارهای عاملی را در دستیابی به شهر خلاق گردشگری دارند. نکته قابل‌ذکر این است که ۵ عامل اول بالغ بر ۶۱/۹۵ درصد مقدار واریانس را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به نتایج حاصل از آزمون‌های آماری پژوهش و بررسی مبانی نظری می‌توان نتیجه گرفت شهر بابلسر از پتانسیل بالایی جهت تبدیل به شهر خلاق گردشگری برخوردار است. این شهر با دارا بودن پتانسیل‌های بالقوه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، محیطی و کالبدی و موقعیت استراتژیک نسبت به ماندهای جمعیتی نظیر تهران، می‌تواند با تدوین الگوی بهینه گردشگری خلاق شهری گام‌های مؤثری را در جهت تبدیل به شهر خلاق گردشگری بردارد. به‌منظور نیل به این اهداف پیشنهاد می‌گردد از طریق سرمایه‌گذاری و توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، ایده‌های شهروند الکترونیک و گردشگری الکترونیک فراهم گردد تا دسترسی همه گردشگران به ابزارهای خلاقیت و نوآوری در بین گردشگران فراهم شود. از سویی با توجه به اینکه نوآوری و خلاقیت بیشتر از سوی طبقه خلاق ارائه می‌شود، محیط شهری بابلسر باید سازوکارهایی را ایجاد کند که تفکرات و ایده‌های خلاق در حوزه گردشگری خلاق بیش‌ازپیش امکان بروز یابد تا در توسعه گردشگری خلاق مؤثر افتد. همچنین پیشنهادهایی جهت زمینه‌سازی تسریع حرکت بابلسر به سوی شهر خلاق گردشگری پیشنهاد گردیده که عبارت‌اند از:

- نگهداشت طبقه خلاق و زمینه‌سازی جذابیت بیشتر شهر بابلسر برای سکنی‌گزینی این طبقات در شهر؛
- برنامه‌ریزی، چاپ بروشور و توسعه تبلیغات در راستای جذب تعداد بیشتری از گردشگران خلاق در ایام مختلف سال؛
- پیوند دادن معیارهای دستیابی به شهر خلاق و شهر خلاق گردشگری در شهر بابلسر، این امر می‌تواند از طریق تشکیل کارگروه ویژه با محوریت شهرداری بابلسر فراهم گردد؛
- شناسایی پتانسیل گردشگری فرهنگی در سطح شهر و شهرستان بابلسر و پیوند آن با گردشگری خلاق در شهرستان؛
- تدوین برنامه‌های حمایتی از هنرهای بومی و محلی و توسعه و بازآفرینی هنرهایی که کم‌رنگ شده‌اند؛
- برگزاری جشنواره گویش‌های محلی، لباس‌های محلی و بومی و نیز غذاهای محلی در سطح ملی و بین‌المللی؛
- برگزاری بازارهای مکاره برگرفته از صنایع و تولیدات محلی و مسابقات و بازی‌های بومی محلی؛

تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله که برگرفته از رساله دکتری می‌باشد حامی مالی نداشته است.

منابع

- (۱) ابراهیم‌نیاسماکوش، سعید (۱۳۹۲) بررسی نقش گردشگری شهری در توسعه اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی و محیطی مطالعه موردی: شهر بابلسر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، برنامه‌ریزی شهری، به راهنمایی علی خاکساری رفسنجانی و مشاوره غلامرضا لطیفی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.
- (۲) افصح‌حسینی، فاطمه‌سادات؛ ذبیحی، حسین؛ جهانشاهلو، لعل (۱۳۹۷) جایگاه ابعاد و تحقق رقابت‌پذیری شهری در مدیریت شهری، فصلنامه مطالعات مدیریت شهری، سال ۱۰، شماره ۳۴، صص. ۷۸-۹۱.
- (۳) بذرافشان، جواد و بامری، علی (۱۳۹۷) بررسی و تحلیل وضعیت گردشگری خلاق در شهر زاهدان، فصلنامه برنامه‌ریزی

- منطقه‌ای، سال ۸، شماره ۳۱، صص. ۱۸۰-۱۶۷.
- ۴) برابری، معصومه؛ فیروزمند، مارال؛ هاشم پور، فهیمه (۱۳۹۵) بررسی تحلیل اثرات اقتصادی گردشگری شهری از دیدگاه شهروندان (مطالعه موردی شهر بابلسر)، مجله علوم جغرافیایی، دوره ۱۲، شماره ۲۴، صص. ۴۰-۵۵.
- ۵) جهانیان‌بهمنیری، روح‌الله (۱۳۹۵) اثر گردشگری بر توسعه انسانی، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۲، شماره ۷، صص. ۱۱-۲۴.
- ۶) رضائیان قراگزلو، علی؛ قادری، اسماعیل؛ میرعباسی، رمضان (۱۳۹۱) برنامه‌ریزی شهر خلاق، تهران: انتشارات آذرخش.
- ۷) شاطریان، محسن؛ حیدری سورشجانی، رسول؛ ورفی‌نژاد، ژیللا (۱۳۹۸) مدل‌سازی تأثیرات گردشگری شهری بر کیفیت زندگی و شهر خلاق در شهر کرمانشاه، آمایش جغرافیایی فضا، سال ۹، شماره ۳۳، صص. ۵۱-۶۰.
- ۸) شفیعی، زاهد؛ فرخیان، فیروزه؛ میرقدر، لیلا (۱۳۹۳) اصفهان به‌عنوان شهر خلاق صنایع‌دستی با رویکرد توسعه گردشگری، فصلنامه انجمن جغرافیای ایران، دوره جدید، سال ۱۲، شماره ۴۳، صص. ۲۷۸-۲۵۱.
- ۹) شهاییان، پویان و رهگذر، عرفان (۱۳۹۱) پیوند محیط خلاق یا شهر، مجله منظر، دوره ۴، شماره ۱۹، صص. ۶۷-۷۳.
- ۱۰) ضرابی، اصغر؛ موسوی، میرنجف؛ کشکولی، علی‌باقر (۱۳۹۳) بررسی میزان تحقق‌پذیری شهر خلاق؛ مقایسه تطبیقی بین شاخص‌های توسعه پایدار شهری و معیارهای ایجاد شهر خلاق، جغرافیا و توسعه فضای شهری، سال ۱، شماره ۱، صص. ۱-۱۷.
- ۱۱) کلانتری، محسن؛ رجایی، سیدعباس؛ فتوحی‌مهربانی، باقر (۱۳۹۵) تحلیلی بر برخورداری کلان‌شهرهای ایران از شاخص شهر خلاق، پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، دوره ۴، شماره ۴، صص. ۵۸۷-۶۱۲.
- 12) Bianchini, Franco. & Landry, Charles. (1994) *The creative city*, Published by Comedia, UK.
- 13) Bustomi, Thomas. & Pamungkas, Raditya. (2018) Performance Evaluation of Tourism Sector Policy in Support of Bandung Creative City, *Journal of Social Science Studies*, Vol. 5, No. 1, pp.169-183.
- 14) Canavan, Brendan. (2016) *Tourism, Creativity and Sustainability*, In International Conference on Contemporary Marketing Issues, 22nd - 24th, Heraklion, Crete, Greece.
- 15) Durmaz, Serhat Bahar. (2015) Analyzing the Quality of Place: Creative Clusters in Soho and Beyoglu, *Journal of Urban Design*, Vol. 20, No. 1, pp.93-124.
- 16) Florida, Richard. (2002) *The rise of the creative class: And how its transforming work, leisure, community and everyday life*, Basic Books, New York.
- 17) Florida, Richard. (2005) *Cities and the Creative class*, American Sociological Association, City & Community, published New York: Routledge, Vol. 2, No. 1, pp. 3-19.
- 18) Florida, Richard. (2014) creative class and economic development, *Journal of Economic Development Quarterly*, Vol. 28, No. 3, pp. 196 – 205.
- 19) Horng, Jeou Shyan; Tsai, Chang Yen; Yang, Ting Chi; Liu, Chih Hsing; Hu, Da Chan (2016) Exploring the relationship between proactive personality, work environment and employee creativity among tourism and ospitality employees, *International Journal of Hospitality Management*, Vol 54, No. 3, pp. 1-25.
- 20) Hospers, Gert– Jan. (2003) creative cities: breeding places in the knowledge economy, *Knowledge, Technology & Policy*, Vol. 16, No. 3, pp.143-162.
- 21) Landry, Charles. (2013) *Creative City Index Comfortable or Captivating*, An assessment of Palmerston North, Print synergy & Published by Palmerston North Ciry Council.
- 22) Landry, Charles. (2012) *The creative city: A toolkit for urban innovators*, uk: Earthscan Publishes in association WWF-UK.
- 23) Marques, Lenia & Borba, Carla. (2017) Co-creating the city: Digital technology and creative tourism, *Tourism Management Perspectives Journal*, Vol 24, pp. 86-93.
- 24) Musterd, Sako. (2010) *The Creative Cultural Knowledge City*, Some Conditions, Paper presented at the university of Kaiserlautern.
- 25) Nekouie Sadri, Bahram (2009) *Grounding Grounds with Emphasis on Iran*, Second Edition, Tehran, Iran, Samt.
- 26) Pratt, Andy C. (2008) Creative cities: The cultural industries and the creative class, *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, Vol. 90, No. 2, pp. 107-117.
- 27) Ratiu, Dan Eugen. (2013) Creative cities and/or sustainable cities: Discourse and practices, *City, Culture and Society*, Vol 4, No. 3, pp.125-135.
- 28) Redaelli, Eleonora. (2011) Analyzing the “creative city” governance: Relational processes in Columbus, Ohio, *City Culture and Society Journal*, Vol. 2, No. 2, pp. 85-91.
- 29) Richards, Greg & Marques, Lenia. (2012) *Exploring Creative Tourism: Editors Introduction*, Journal

- of Tourism Consumption and Practice, Vol. 4, No. 2, pp.1-11.
- 30) Richards, Greg. (2011) Creativity and Tourism, *Annals of Tourism Research Journal*, Vol. 38, No.4, pp. 1225- 1253.
 - 31) Stevenson, Deborah. & Matthews, Amie. (2013) *Culture and the city: Creativity, tourism, leisure*, 1 st Edition, published by Routledge, Abingdon, Oxon, New York.
 - 32) Tan, Siow Kian. & Luh, Ding Bang. & Kung, Shiann.Far. (2014) A taxonomy of creative tourists in creative tourism, *Tourism Management*, Vol. 42, pp.248-259.
 - 33) UNESCO. (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.
 - 34) Zimmerman, Jeffrey. (2008) From brew town to cool town: neoliberals and creative city development strategy in Milwaukee, *Cities*, Vol.25, No. 4, pp. 230-242.
 - 35) Ebrahimnia Samakoush, Saeed (2013) *A Study of the Role of Urban Tourism in Socio-Cultural, Economic and Environmental Development: Babolsar*, Master Thesis, Urban Planning, Supervisor by Ali Khaksari Rafsanjani and adviser by Ghulamreza Latifi, Allameh Tabatabai University, Tehran Iran. [In Persian].
 - 36) Afsah Hosseini, Fatemeh Sadat., Zabihi, Hussein., & Jahanshahloo, Lala. (2018) The position of dimensions and the realization of urban competitiveness in urban management, *Urban Management Studies Quarterly*, Vol. 10, No. 34, pp. 78-91. [In Persian].
 - 37) Bazrafshan, Javad. & Bamri, Ali. (2018) Study and analysis of the situation of creative tourism in Zahedan, *Regional Planning Quarterly*, Vol. 8, No 31, pp. 180-167. [In Persian].
 - 38) Barabari, Masoumeh., Firoozmand, Maral., & Hashempour, Fahimeh (2016) Analysis of the economic effects of urban tourism from the perspective of citizens (Case study of Babolsar city), *Journal of Geographical Sciences*, Vol. 12, No. 24, pp. 40-55. [In Persian].
 - 39) Jahanian Bahnamiri, Ruhollah (2016) The effect of tourism on human development, *Journal of Tourism Planning and Development*, Vol.2, No. 7, pp. 24-11. (In persian)
 - 40) Rezaian Qaragazlu, Ali., Qaderi, Ismail., & Mir Abbasi, Ramzan. (2012) *Creative City Planning*, Tehran, Azarakhsh Publications. [In Persian].
 - 41) Shaterian, Mohsen., Heidari Sourshajani, Rasool., & Varfinejad, Jila. (2019) Modeling the effects of urban tourism on quality of life and creative city in Kermanshah, *geographical planning of space*, Vol.9, No.33, pp. 60-51. [In Persian].
 - 42) Shafiee, Zahed., Farrokhian, Firoozeh., & Mir Ghadr, Leila. (2014) Isfahan as a creative city of handicrafts with a tourism development approach, *Iranian Geographical Association Quarterly*, New Vol, Vol.12, No. 43, pp. 251-278. [In Persian].
 - 43) Shahabian, Pouyan & Rahgozar, Erfan (2012) The link between the creative environment or the city, *Manzar Magazine*, Vol. 4, No. 19, pp. 67-73. [In Persian].
 - 44) Zarrabi, Asghar., & Mousavi, Mir Najaf., & Kashkoli, Ali Baqer. (2014) A Study of the Feasibility of a Creative City, Comparative comparison between indicators of sustainable urban development and criteria for creating a creative city, *geography and urban space development*, Vol.1, No.1, pp. 1-17. [In Persian].
 - 45) Sheriff, Mohsen., Rajaei, Seyed Abbas., & Fotouhi Mehrabani, Baqer. (2016) An Analysis of the Creativity of the Metropolis of Iran in the Creative City Index, *Geographical Research in Urban Planning*, Vol.4, No. 4, pp. 612-587. [In Persian].