

Research Paper

Investigating the Effectiveness of Creative Tourism Components in Realization of the Creative Urban Planning (Case Study: Bandar Abbas City)

Mobina Khorami^{*1}, Hamidreza Joodaki², Yosefali Ziari³

1. Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Geography, Islamic Azad University, International Branch, Qeshm, Iran
2. Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Geography, Islamic Azad University, Islamshahr branch, Islamshahr, Iran
3. Yosefali Ziari: Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Geography, Islamic Azad University, Central Tehran branch, Tehran, Iran

ARTICLE INFO

PP:409- 433

Use your device to scan and read
the article online



Keywords: *Creative City, Creative economy, Urban planning, Bandar Abbas*

Abstract

By creating diversity and creativity in the production of tourism products, creative tourism requires attention to infrastructure, services and creative economic activities in the city. Therefore, this research aims to investigate the role and importance of creative tourism in forming a creative city and developing creative economic and cultural activities in Bandar Abbas. In terms of practical and developmental purposes, the current research is descriptive, analytical, and survey or field, depending on the data collection method. The statistical population of the research is 190 active centers in the field of tourism, which were selected based on the simple random sampling method, and using the Cochran formula, the sample size was 124 centers. The data collection tool was a questionnaire that was distributed among the selected sample. In order to determine the parameters of creative tourism that are effective in the development of the creative city in Bandar Abbas, the MAXQDA qualitative method was used. Also, the factor analysis method was used to identify essential components, and inferential statistics methods and models such as regression coefficients and analysis of variance were used to determine the relationship between components. The findings have shown that the creative economy index of tourism was determined as the most important factor in creative tourism (in other words, the factor driving the development of the creative city in Bandar Abbas). The social and security dimensions (tactical participation) were also identified as factors that need support, planning, and policy. The final results indicate that this research is in line with the realization of the city, which is held in order to develop eco-tourism, attract funds for the revival of traditional activities in city, and the revival of old houses and their conversion to traditional tourism.

Citation: khorami, M., joodaki, H. and Ziari, Y. (2025). **Investigating the Effectiveness of Creative Tourism Components in Realization of the Creative Urban Planning (Case Study: Bandar Abbas City).** *Geography (Regional Planning)*, 15(59),409-433

DOI: 10.22034/jgeoq.2025.504887.4234

*** Corresponding author:** Mobina Khorami, **Email:** mobinakhoram24@gmail.com

Copyright © 2024 The Authors. Published by Qeshm Institute. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

Tourism as a basic industry has continuously expanded in the global economy in recent years. Bandar Abbas, the largest city on the southern coast of the country, has many capacities and capabilities in creative tourism. These capacities include the traditional market of Bandar Abbas with the lively men in local clothes and women in leather scarves and traditional clothes next to the shops that offer the handicrafts of the people of this city, including pottery, carpet weaving, basket and mat weaving, Chadorshab weaving, and needlework. It should be said that local handicrafts and arts, which are full of meaning and joy as creative industries, are rooted in the authenticity of this city and its people. However, the failure to actualize these capacities has caused it not to take advantage of its tourism position and capacities in line with the realization of the creative city, the benefit of the citizens by creating attractive places, and the development of businesses related to creative tourism.

Methodology

The current research has investigated the effectiveness of creative tourism components in forming a creative city in Bandar Abbas. This research has been done for practical and developmental purposes. In terms of research data, the work has been done using a descriptive-analytical method. Research data has been collected through surveys or field methods. Domestic and foreign tourism and experts in urban management and tourism are considered the statistical population of this research. The statistical population of the research is 190 active centers in the field of tourism, which were selected based on the simple random sampling method, and using the Cochran formula, the sample size was 124 centers. The data collection tool was a questionnaire distributed among the selected sample.

In order to determine the parameters of creative tourism that are effective in the development of the creative city in Bandar Abbas, the MAXQDA qualitative method was used. Also, the factor analysis method was used to identify essential components, and inferential statistics methods and models such as regression coefficients and analysis of

variance were used to determine the relationship between components.

Results and discussion

According to the results, the findings showed that the tourism creative economy factor, with a specific value of 8.357 and a variance percentage of 27.401, was determined as the most important factor in creative tourism as the driving engine of the development of the creative city in Bandar Abbas and the factor of social and security dimensions (tactical participation) with Eigenvalue 4.831 and variance percentage 15.963 as the least effective factor.

In the investigation of the creative economy factor, the possibility of using creative methods of financial and currency exchange in the city with a factor load of 0.957 has had the greatest impact on the dynamics and growth of tourism products and the formation of a creative city with the dynamics of various activities and productions. In the study of urban diversity, the factor of creative beautification of old and worn-out roads with elements of the city environment was determined with a factor loading of 0.694 as the first factor that has a great impact on the urban diversity of activities and the creation of areas that attract population and activity and the formation of places creative and dynamic and finally the boom of creative tourism in Bandar Abbas city.

In examining the efficiency and effectiveness of tourism infrastructure, the availability of travel and tourism infrastructure in the city, with a factor of 0.881 as the first factor, has directly and strongly impacted the realization of the creative city and creative tourism in Bandar Abbas.

In the factor of social and security dimensions (tactical participation), the preparation and distribution of information packages of creative industries and places in Bandar Abbas city to tourists, with a factor of 0.739 as the first factor, has had a direct and strong impact on the realization of creative tourism and acceleration Part of the city towards the realization of the creative city.

In examining the vitality of urban spaces, the city's fame as a city of identity ceremonies with a factor of 0.843 as the first factor, and the lighting and restoration of historic and

prominent buildings in the city with a factor of 0.711 as the second factor have a significant impact on the vitality of urban spaces. and accelerating the realization of the creative city as well as the development of creative tourism in Bandar Abbas city.

Conclusion

The results of the research indicate that to realize the creative city, emphasis should be placed on the development of ecotourism, attracting investors to revive traditional economic activities in the city, as well as reviving old houses and turning them into traditional tourism centers. In addition, holding conferences introducing the city's identity music can lead to the redevelopment and rehabilitation of this city to realize creative and purposeful activities. In general, the policies that follow the realization of the creative city comprehensively and sustainably include instructions that need to be implemented to form an executive model that

will lead to integration in the management of tourism development programs. Based on the above topic, the requirements of the following executive model are needed for the realization of the creative city with the development of creative tourism programs in Bandar Abbas city. These requirements include the following:

- Establishment of the joint office of creative city and tourism management with a specific organizational structure;
- The preparation of a detailed plan of joint action of the executive bodies of Bandar Abbas is crucial for the realization of the creative city;
- Forming the union council of elites and artists of Bandar Abbas city;
- The presence of representatives of Bandar Abbas Municipality and cultural heritage organizations and vice-chairs is required;
- Obligation to review plans and projects of Bandar Abbas municipality.

References

- 1- Arcos, P. J., Imbert, B. R. D., & Guitart, C. N., (2023). Evaluating the use of digital cartography to showcase the intangible heritage, IGI Global Press, 163-183, DOI: 10.4018/978-1-7998-8262-6.ch009.
- 2- Ashworth, G. J. & Page, S., (2011). Urban Tourism Research: Recent Progress and Current Paradoxes, *Tourism Management*, 32 (1): 1-15, DOI:10.1016/j.tourman.2010.02.002.
- 3- Bærenholdt, J. O., & Haldrup, M., (2006). Mobile Networks and Place Making in Cultural Tourism Staging Viking Ships and Rock Music in Roskilde, *European Urban and Regional Studies*, 13 (3): 209-224, DOI:10.1177/0969776406065431.
- 4- Beckstead, D., & Brown, W. M., (2006). Capacity innovation: employ en science set en genie dam's les villas comedienne set Americans. Statistic Canada Press, Ottawa. 1-315.
- 5- Bellini, N., Grillo, F., Lazzeri, G., & Pasquinelli, C., (2017). Tourism and regional economic resilience from a policy perspective: Lessons from smart specialization strategies in Europe, *European Planning Studies*, 25 (1), 140-153. DOI:10.1080/09654313.2016.1273323.
- 6- Binkhorst, E., & Dekker, T., (2009). Agenda for Co-Creation Tourism Experience Research, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2):311-327, DOI:10.1080/19368620802594193.
- 7- Bourne, L. S., Hutton, T. A., Shearmur, R., & Simmons, J. (Eds.) (2011). Canadian urban regions: Trajectories of growth and change. Toronto: Oxford University Press, 1-268.
- 8- Cerneviciute, J., & Strazdas, R., (2018). Teamwork management in Creative industries: factors influencing productivity, *Journal of Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(2):503-516, DOI:10.9770/jesi.2018.6.2(3).
- 9- Clark, T. N., (2004a). Gays and urban development: how are they linked? In *The City as an Entertainment Machine*. TN Clark (ed.), Elsevier Press, Oxford, UK, 221-234.
- 10- Darchen, S., & Tremblay, D. G., (2010). What attracts and retains knowledge workers/students: The quality of place or career opportunities? The cases of Montreal and Ottawa., *Cities*, 27 (4), 225-233, DOI:10.1016/j.cities.2009.12.009.
- 11- Dekker, T., & Tabbers, M., (2012). From Creative Crowds to Creative Tourism: A search for creative tourism in small and medium sized cities, *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4 (2), 128-141,

- <https://pearl.plymouth.ac.uk/jtcp/vol4/iss2/20>.
- 12- Della, L., & Trunfio, M., (2018). The role of the private actor in cultural regeneration: Hybridizing cultural heritage with creativity in the city, *Cities*, 82 (2), 35-44, DOI:10.1016/j.cities.2018.05.003
 - 13- Dellisant, R., (2023). *Cultural and Creative Industries and Regional Development Creativity Where and Why*, Springer Press, Contributions to Regional Science, ISBN 978-3-031-29624-6 (eBook), 1-250, <https://doi.org/10.1007/978-3-031-29624-6>.
 - 14- Dellisanti, R., (2023). *Cultural and Creative Industries and Regional Development Creativity Where and Why*, Springer Press. 1-169, DOI:10.1007/978-3-031-29624-6.
 - 15- Doosti. F., Zaal. M. H., & Ramezanzadeh Lasbouee, M., (2019). Assessing the Capacities of Creative Tourism in Tabriz City, *Journal of Urban Tourism*, 6(2), 1-13, DOI: 10.22059/JUT.2018.253316.461.[In Persian].
 - 16- Doosti. F., Zaal. M. H., & Ramezanzadeh Lasbouee, M., (2019). Assessing the Capacities of Creative Tourism in Tabriz City, *Journal of Urban Tourism*, 6(2), 1-13, DOI: 10.22059/JUT.2018.253316.461.[In Persian].
 - 17- Duxbury. N., & Murray. C., (2010). *Creative Spaces*. In Isar, R. and Anheier, H. (eds). *Cultural Expression, Creativity and Innovation*, Volume Three of the *Cultures and Globalization Series*. Thousand Oaks, 1-224, DOI:10.4135/9781446251010.n18.
 - 18- Florida, R (2005). *Cities and the Creative Class*, Rutledge Press, New York, 3-19, <https://creativeclass.com/rfcgdb/articles/4%20Cities%20and%20the%20Creative%20Class.pdf>
 - 19- Franke, S. B., (2021). The creative city concept and city development, *Scientific Papers of Silesian University of Technology, Organization and Management Series*no, 633-641. DOI:10.29119/1641-3466.2021.151.43.
 - 20- Frey, O., (2009). Creativity of Places as a Resource for Cultural Tourism. In Maciocco, G. & Serreli, S. (eds) *Enhancing the City: New Perspectives for Tourism and Leisure*, Springer Press, 135-154. DOI:10.1007/978-90-481-2419-0_7.
 - 21- Gato. M., Dias. Á., Pereira. L., da Costa, R. L., & Gonçalves. R., (2022). Marketing communication and creative tourism: An analysis of the local destination management organization. *Journal of open innovation: Technology, Market and Complexity*, 1-23, <https://doi.org/10.3390/joitmc8010040>
 - 22- Glaeser. E. L., (2005). Review of Richard Florida's the Rise of the creative class. *Regional Science and Urban Economics*, 35 (5), 593-596, DOI:10.1016/j.regsciurbeco.2005.01.005.
 - 23- Klasik. A., (2009). *Przemysły kreatywne oparte na nauce i kulturze*. Katowice: University of Economics Publisher, 1-151, DOI:10.29119/1641-3466.2021.151.43.
 - 24- Kong. L., (2011). From precarious labor to precarious economy, planning for precocity in Singapore's creative economy City, *Culture and Society*, 2 (2), 55-64, DOI:10.1016/j.ccs.2011.05.002
 - 25- Maning. T. J., & Darnton, J., (2006). Social diversity and economic development in the metropolis. *Journal of Planning Literature*, 21(2), 153-168, DOI:10.1177/0885412206292259
 - 26- Markusen. A., (2014). Creative cities: a 10-year research agenda, *Journal of Urban Affairs*, 36(2), 567-589, DOI:10.1111/juaf.12146.
 - 27- Minguzzi. A., & Ludovico. S., (2012). *Relazioni Virtuose Tra Patrimonio Culturale, Turismo e Industrie Creative a Supporto Dei Processi Di Sviluppo Territoriale*. Proceedings of the conference *Atti del XXIV Convegno Annuale Di Sinergie*, 641-53. https://www.researchgate.net/publication/235784010_Relazioni_virtuose_tra_patrimonio_culturale_turismo_e_industrie_creative_a_supporto_dei_processi_di_sviluppo_territoriale
 - 28- Minguzzi. A., (2006). Network Activity as Critical Factor in Development of Regional Tourism Organization. An Italian Case Study. In *Tourism Local*

- Systems and Networking, edited by Luciana Lazzaretti and Clara S. Petrillo, Oxford Press, 257–85.
- 29- Ooi. C. S., (2008). Credibility of a creative image: The Singaporean approach, *Creative encounters: Creativity at work*, Copenhagen: Copenhagen Business School, https://www.researchgate.net/publication/229045202_Credibility_of_a_Creative_Image_The_Singaporean_Approach.
 - 30- Pratt. A. C., (2008). Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class, *Human Geography*, 90 (2), 107-117. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0467.2008.00281.x>
 - 31- Richards. G., & Wilson. J., (2006). Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture?, *Tourism Management*, 27 (6), 1209-1223, DOI:10.1016/j.tourman.2005.06.002.
 - 32- Richards. G., (2020). Designing creative places: The role of creative tourism, *Annals of Tourism Research*, 85 (2), 56-73 <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>.
 - 33- Romão. J., Guerreiro. J., & Rodrigues, P.M.M., (2017). Tourism growth and regional resilience: The 'beach disease' and the consequences of the global crisis of 2007, *Tourism Economics*, 22 (4), 699-714, DOI:10.1177/1354816616654243.
 - 34- Sacco. P.L., & Segre. G., (2009). Creativity, Cultural Investment and Local Development: A New Theoretical Framework for Endogenous Growth. In book: *In Growth and Innovation of Competitive Regions*, ed. U. Fratesi and L. Senn, Berlin Heidelberg: Springer Press, 281–294. DOI:10.1007/978-3-540-70924-4_13.
 - 35- Salaripour. A., Hesam. M., Baradaran sagharloo. A., & Hamidi. A., (2020). Explaining the Creative Tourism Development Strategies of Rasht City, *Journal of Urban Tourism*, 7(3), 127-142, DOI:10.22059/JUT.2020.303292.801. [In Persian].
 - 36- Salaripour. A., Hesam. M., Baradaran sagharloo. A., & Hamidi. A., (2020). Explaining the Creative Tourism Development Strategies of Rasht City, *Journal of Urban Tourism*, 7(3), 127-142, DOI:10.22059/JUT.2020.303292.801. [In Persian].
 - 37- Santagata. W., (2002). Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth. *International Journal of Urban and Regional Research*, 26 (1), 9–23. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00360>
 - 38- Scott. A. J., (2006). *The Cultural Economy of Cities*, Sage, Creative cities: conceptual issues and policy questions, *Journal of Urban Affairs*, 21 (2), 323-339, DOI:10.1111/1468-2427.00075.
 - 39- Serafinelli. M., & Tabellini. G., (2022). Creativity Over Time and Space. *Journal of Economic Growth*, 27 (1), 1–43. <https://doi.org/10.1007/s10887-021-09199-6>.
 - 40- Siebel. W., (2008). Talent, Tolerant, Technologies. *Kritische Anmerkungen zu dried neon Zauberworten deer Stadtpolitik*. *RegionPol, Zeitschrift fur Regional wirtschaft*, 1 (1), 31–39.
 - 41- Tan. S. K., Kung. S. F., & Luh, D. B., (2013). A model of creative experience in creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 41 (2), 153-174, DOI:10.1016/j.annals.2012.12.002.
 - 42- Turok. I., (2009). The distinctive city: Pitfalls in the pursuit of differential advantage, *Environment and Planning A*, 41 (1), 13-30, DOI:10.1068/a37379.
 - 43- Weidenfeld. A., (2018). Tourism diversification and its implications for smart specialization, *Sustainability*, 10 (3), 1-15, doi: 10.1016/j.annals.2020.102995
 - 44- Zhu, Z., Isa, s.s., & Ramlan, M. A., (2023). Creative Tourism Competitiveness in Chongqing City Using Diamond Model. *International Journal of Business and Technology Management*, 5 (3), 118-132, <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbtm/article/view/23741>.
 - 45- Zimmerman. J., (2008). From brew town to cool town: neoliberals and creative city development strategy in Milwaukee. *Cities*, 25 (4), 230–242, DOI:10.1016/j.cities.2008.04.006.

مقاله پژوهشی

سنجش میزان اثرگذاری مولفه های گردشگری خلاق در تحقق پذیری برنامه ریزی شهری خلاق (مطالعه موردی: شهر بندرعباس)

مبینا خرمی* - گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین الملل قشم، قشم، ایران
حمیدرضا جودکی - گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اسلامشهر، اسلامشهر، ایران
یوسفعلی زیاری - گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
شماره صفحات: ۴۰۹-۴۳۳ از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید  واژه های کلیدی: اقتصاد خلاق، شهر بندرعباس، توسعه شهری، برنامه ریزی شهری خلاق، گردشگری خلاق،	گردشگری خلاق با ایجاد تنوع و خلاقیت در تولید محصولات گردشگری، نیازمند توجه به زیرساخت ها، خدمات و فعالیت های اقتصادی خلاق در برنامه ریزی شهری است. از این رو هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش و اهمیت گردشگری خلاق در شکل گیری برنامه ریزی شهری خلاق و توسعه فعالیت های اقتصادی و فرهنگی خلاق در بندرعباس می باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و توسعه ای، بر حسب نحوه گردآوری داده ها، توصیفی تحلیلی و به صورت پیمایشی یا میدانی می باشد. جامعه آماری پژوهش، ۱۹۰ مرکز فعال در حوزه گردشگری بوده که بر اساس روش نمونه گیری تصادفی ساده و با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه به تعداد ۱۲۴ مرکز انتخاب شد. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه بوده که میان نمونه انتخابی توزیع گردیده است. به منظور تعیین سنجه های گردشگری خلاق مؤثر بر برنامه ریزی شهری خلاق در شهر بندرعباس از روش کیفی MaxQDA، برای شناسایی مولفه های مهم از روش تحلیل عاملی و به منظور ارتباط بین مولفه ها از روش ها و مدل های آمارهای استنباطی مانند ضرایب رگرسیون، تحلیل واریانس بهره گرفته شد. یافته ها نشان داده است که عامل اقتصاد خلاق گردشگری با مقدار ویژه ۸/۳۵۷ به عنوان مهمترین عامل در گردشگری خلاق و عامل ابعاد اجتماعی و امنیتی (مشارکت تاکتیکال) با مقدار ویژه ۴/۸۳۱ به عنوان کم اثرترین عامل تعیین شد. لذا نتایج پژوهش حاکی از آن است که به منظور تحقق پذیری برنامه ریزی شهری خلاق تاکید بر توسعه بوم گردی ها، جذب سرمایه گذار به منظور احیای مجدد فعالیت های اقتصادی سنتی در شهر و همچنین احیای خانه های قدیمی و تبدیل آنها به مراکز گردشگری سنتی، برگزاری همایش های معرفی موسیقی های هویتمند شهر می تواند منجر به بازتوسعه و بازپیرایی این شهر جهت تحقق فعالیت های خلاق و هدفمند را فراهم سازد.

استناد: خرمی، مبینا، جودکی، حمیدرضا و زیاری، یوسفعلی. (۱۴۰۴). سنجش میزان اثرگذاری مولفه های گردشگری خلاق در تحقق پذیری برنامه ریزی شهری خلاق (مطالعه موردی: شهر بندرعباس). فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)، ۱۵(۵۹)، ۴۰۹-۴۳۳

DOI: 10.22034/jgeoq.2025.504887.4234

مقدمه

در سال‌های اخیر گردشگری به عنوان یک صنعت اساسی در اقتصاد جهانی به طور مداوم گسترش یافته است. برای سازماندهی استراتژیک، بخش گردشگری به شیوه‌ای پایدار اما رقابتی با رویکرد تحقق‌پذیری شهر خلاق، مقاصد گردشگری باید موقعیت فعلی خود را ارتقا دهند (Gato et al, 2022: 52). استراتژی‌های توسعه خلاق با گردشگری پیوند دارند زیرا «فضای خلاقانه» مکان‌ها را نه تنها برای طبقه خلاق، بلکه برای دیگران نیز جذاب می‌کند (Richards, 2020: 18). بر همین اساس، بحث‌های نظری در مورد رنسانس شهرها به خلاقیت به عنوان محرکی برای نوآوری، بازسازی و نوسازی شهری نقش ویژه‌ای داده و آن را در قلب گفتمان‌های مربوط به شبکه یا دانش جامعه معاصر قرار داده است (Frey, 2009). این موضوع منجر به شکل‌گیری رقابت رو به رشد بین شهرها به منظور متمایز ساختن خود در یک بازار رقابتی گردشگری خلاق شده است (Bærenholdt & Haldrup, 2006). چرا که گردشگری شهری و صنایع خلاق مرتبط با آن، یک مزیت اقتصادی مهم برای اقتصادهای منطقه‌ای فراهم می‌کند و عمدتاً به استفاده گسترده از منابع و امکانات شهری اشاره دارد (Ashworth & Page, 2011). به عبارتی دیگر، گردشگری شهری، عاملی مهم و پرتوان به منظور توسعه شهرها و کسب درآمد هم برای شهر و هم برای کشور مبدأ شناخته می‌شود. این نقش ضمن کسب درآمد لازم برای شهر، در جهتی دیگر موجب توسعه تجهیزات و زیرساخت‌های لازم نیز می‌شود (دوستی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲).

با توسعه صنایع خلاق، مشاغل جدید عمدتاً برای افراد خلاق که مشاغل آزاد انجام می‌دهند، ایجاد می‌شود. این صنایع اغلب در مراکز شهر یا مرکز شهر و به طور فزاینده‌ای در مناطق به اصطلاح نمادین شهر، متمرکز می‌شوند (Franke, 2021). صنایع خلاق به عنوان نوعی نیروی محرکه برای اقتصاد خلاق تلقی می‌شوند. این صنایع ابزاری برای احیای مراکز شهر و مناطق قدیمی که مورد غفلت قرار گرفته‌اند، چرا که بازسازی چنین محیط‌های می‌تواند زمینه توسعه گردشگری خلاق را فراهم کنند (Klasik, 2009). اهمیت و ضرورت توجه به موضوعات مطروحه فوق‌الذکر را می‌توان تاثیر شاخص‌هایی چون صنایع خلاق در توسعه گردشگری خلاق و متعاقباً تحقق‌پذیری شهر خلاق دانست. تجربه شهرهایی چون بروکلین (منطقه دوستدار هیپستر با قدرت جذب سرآشپه‌های جوان، هنرمندان، کارآفرینان، خانواده‌ها، توسعه رستوران‌های مدرن، مزرعه‌های خانوادگی، گالری‌ها و بوتیک‌های هنری جذاب)، فیلادلفیا (با شاخص‌هایی چون قیمت‌های پایین مسکن، سبک زندگی مقرون به صرفه، و صحنه‌های هنری جذاب)، پیتزبورگ (با جمعیت دانشجویی پر رونق، هنرهای نوظهور و صحنه هیپ‌هاپ، و بازار کار در حال رشد)، اهمیت و ضرورت توجه به موضوع گردشگری خلاق و شهر خلاق را آشکار می‌کند. همه این شهرها با وجود وسعت متعدد (کوچک تا بزرگ) از خلاقیت‌های فرهنگی و اقتصادی بهره‌مند شدند. با این تفاوت که طبقه خلاق در یک شهر کوچک به صورت مجموعه‌ای و با ارتباطات نزدیکتر افراد به یکدیگر شکل می‌گیرند که منجر به توسعه صنایع خلاق می‌شوند (Dekker and Tabbers, 2012). برای بیش از یک دهه، فرهنگ به عنصر اصلی استراتژی‌های بسیاری از مقاصد هم از نظر توسعه و هم جذابیت آنها تبدیل شده است. در واقع، مقاصد از خلاقیت در استراتژی‌های گردشگری خود برای افزایش رقابت‌پذیری استفاده می‌کنند (Arcos- Pumarola et al, 2023: 18). لازم به یادآوری است که اصطلاح نوظهور گردشگری خلاق یکنواخت نیست و نیاز به همکاری عملکردی همه منابع فرهنگی و خلاقانه (سخت‌افزار، نرم‌افزار، ارگ‌افزار) بدون توجه به وسعت شهرها دارد تا گردشگران را وادار به ساختن روایت‌های فردی خود، ایجاد تجربیات واقعی و در نهایت متحول ساختن خود و در نهایت شکل‌گیری فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی خلاق در این شهرها کنند (Binkhorst & Den Dekker, 2009). اضافه بر این، در مجرای خلاقیت، سطح درگیری گردشگر از مشارکت غیرفعال تا مشارکت فعال در تجربیات و فعالیت‌ها متفاوت است. با اذعان به این پیچیدگی، ریچاردز و ویلسون^۳ رویکردهای مسیر توسعه را شناسایی کرده‌اند که شامل مناظر خلاقانه، فضاها، خلاقانه و گردشگری خلاق می‌باشد (Richards & Palmer, 2010). اگرچه وسوسه‌انگیز است که این دسته‌بندی‌ها را به عنوان مقوله‌های مجزا در نظر بگیریم، اما ارتباط فزاینده‌ای بین آنها وجود دارد: برای مثال، رویدادها در حال تبدیل شدن به محورهای در شبکه‌های شهری هستند که خلاقیت را در مکان‌های مختلف شهرها متمرکز می‌کنند و شکل‌گیری فضاها، فرهنگی، مکان‌های مطلوب برای توسعه گردشگری خلاق و رشد فعالیت‌های اقتصادی را فراهم می‌کنند (Duxbury & Murray, 2010).

بندرعباس به عنوان بزرگترین شهر سواحل جنوبی کشور دارای ظرفیت‌ها و قابلیت‌های متعددی در حوزه گردشگری خلاق است. بازار سنتی این شهر در کنار میراث فرهنگی و صنایع دستی آن شامل سفالگری، قالیبافی، سبد و حصیر بافی، چادرشب بافی و سوزن دوزی بخشی از این قابلیت‌ها است. اضافه بر این، آیین‌های سنتی شامل مراسم زار تا قبله دعا و زنبیل گردانی و مولودی

خوانی و حنا بستن و حنا آرای و رسم های ویژه در عروسی ها و عزاها نیز عناصر هویت ساز این شهر به شمار می رود. در مجموع می توان گفت جاذبه های گردشگری متعدد این شهر مانند بازار مرکزی، باغ پرندگان، پارک ساحلی سوورو و غدیر، بوستان دولت، موزه آب، بازار ماهی، بازار اوزی و لاری ها، بناها متعدد تاریخی، محله باستانی سوورو، حمام گله داری، مساجد جامع، برکه های باران، عمارت کلاه فرنگی، خانه احمدی، امامزاده ها و معابد هندوها فرصت های بسیار خوبی پیش روی حرکت به سمت گردشگری خلاق و تحقق شهر خلاق بندرعباس فراهم کرده است. این جاذبه ها و مهمتر از آن، صنایع دستی و هنرهای بومی محلی که سرشار از مفهوم و شادی است به عنوان صنایع خلاق، ریشه در اصالت این شهر و مردم آن دارد. با این حال، عدم به فعلیت درآوردن این ظرفیت ها منجر به از دست رفتن این فرصت ها و ظرفیت های گردشگری شده است. علاوه بر این، اثربخشی این فرصت ها که منجر به تحقق پذیری شهر خلاق، بهره مندی شهروندان با ایجاد مکان های جذاب و همچنین توسعه کسب و کارهای مرتبط با گردشگری خلاق می شود نیز با چالش های متعدد مواجه شده است. بر همین اساس، این پژوهش با طرح این سوالات که اولاً شاخص های تحقق پذیری گردشگری خلاق و شهر خلاق در بندرعباس کدامند؟ و در ثانی اثرگذاری و اولویت بندی هر یک از مولفه های گردشگری خلاق بر امکان و قابلیت شکل گیری شهر خلاق در شهر بندرعباس چگونه است؟ به سنجش میزان اثرگذاری مولفه های گردشگری خلاق بر تحقق پذیری شهر خلاق در شهر بندرعباس پرداخته است تا با ارائه راهبردهای استراتژیک و مدل نوین توسعه شهر خلاق در این شهر به توسعه شهر خلاق کمک نماید.

پیشینه و مبانی نظری تحقیق

مطالعه در خصوص تحقق پذیری شهرهای خلاق با اثرپذیری از مولفه های گردشگری و محصولات و کالاهای این حوزه، بیشتر با تاثیرپذیری و اثرگذاری شاخص های گردشگری خلاق به منظور شکل گیری زمینه های لازم برای تحقق پذیری شهر خلاق (شهری با بهبود شاخص های تمرکز، تنوع و تحرک و پویایی) و پویایی ارکان شهر خلاق (تحول در بهبود وضعیت مردم، بنگاه های اقتصادی، فضاهای شهری، پیوندها و ارتباطات) در پهنه های جغرافیایی مختلف بررسی گردیده است. شهرهای خلاق، صنایع خلاق، توسعه فرهنگ محور شهرها، و موضوعات مشابه در توسعه شهری و استراتژی شهری توسط بسیاری از نویسندگان مطالعه شده است (1-18: Cerneviciute and Strazdas, 2023). در این رابطه گلاسرها^۴ معتقد است اثرگذاری محصولات گردشگری در ایجاد درآمد پایدار امکان ایجاد طبقه خلاق در حوزه گردشگری را فراهم می کند و این موضوع منجر به شکل گیری رقابت سالم بین مناطق مختلف یک شهر که قابلیت ها و ظرفیت های متنوع گردشگری دارند می گردد که این موضوع نهایتاً در کل شهر قابلیت های گردشگری و پویایی مکان را بهبود می بخشد (593-596: Glaeser, 2005). بر همین اساس دارچن و همکاران^۵ بر اثرگذاری این طبقه بر ارتقای کیفیت مکان تاکید دارد (225: Darchen, et al, 2010). زیرا از دیدگاه فلوریدا^۶ به فعلیت درآمدن قابلیت ها و ظرفیت های محلات مختلف شهر شهری امکان برنامه ریزی جهت ایجاد فضاهای تعاملی گردشگری و شهروندان و ساکنین را به منظور رونق فعالیت های اقتصادی، فعالیت های فراغتی و تفریحی و ایجاد سیما و منظر مطلوب از محلات را فراهم می کنند که به عنوان عناصر اصلی کیفیت مکان در جذب طبقه خلاق نقش دارد (341: Florida, 2005). کلارک^۷ در این ارتباط شکل گیری چنین فضاهای تعاملی و محیط های مطلوب با قابلیت تامین نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی را پیش شرط لازم و مهم برای جذب طبقه خلاق و بالاستعداد در نظر می گیرد (221-234: Clark, 2004). جین جاکوبز^۸ نیز بر ارتباط بین جذابیت مکان و جذب طبقه خلاق که در یک ارتباط تعاملی منجر به ایجاد پیوند بین صنایع خلاق گردشگری و شکل گیری شهر خلاق می گردد، تاکید می کند (153-168: Maning and Darnton, 2006). چرا که شهر خلاق بر پایه گردشگری خلاق شهری شکل یافته و این موضوع منجر به افزایش درآمد شهرها از طریق آموزش و تبادل دانسته های فرهنگی و هنری می گردد (سالاری پور و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۲۸).

نقش و اهمیت گردشگری خلاق در تحقق پذیری شهر خلاق

4 . Glaeser

5 . Darchen, et al

6 . Florida

7 . Clark

8 . Jacobz

ارتباط رو به رشد بین گردشگری و تحقق‌پذیری شهر خلاق با تدوین مدل‌های جایگزین توسعه گردشگری و توسعه اقتصاد خلاق در شهرهای دنیا به کار گرفته شده است (Long & Morpeth, 2016; OECD, 2014). استفاده از خلاقیت در توسعه گردشگری یک استراتژی رایج تنوع بخشی به ویژه در زمینه فرصت‌های گردشگری است. ایجاد رویدادها و جشنواره‌های جدید، بازسازی ساختمان‌های قدیمی و انیمیشن معرفی جاذبه‌های گردشگری در شهرهای دنیا تبدیل به امری عادی شده است. توروک^۹ (۲۰۰۹) استدلال می‌کند که مکان‌ها به دنبال راه‌های سریع برای متمایز ساختن خود در اقتصاد جهانی هستند و آنها به طور فزاینده‌ای این موضوع را به کمک صنایع خلاق پیش می‌برند. همانطور که دل‌اوسیا و ترونفیو^{۱۰} (۲۰۱۸) استدلال می‌کنند، رویدادهای نمادین در دنیای گردشگری در حال حاضر از مهم‌ترین کاتالیزورهایی هستند که ضمن بازسازی هویت شهری، افزایش نشاط و جذب افراد خلاق و گردشگران به تحقق‌پذیری شهر خلاق کمک می‌کنند (Della Lucia and Trunfio, 2018:36). کارل گروداخ سیاست شهر خلاق را با برجسته کردن سه روایت شهری بیان می‌کند. این سه روایت هنر و فرهنگ را به عنوان دارایی برای توسعه شهر خلاق و گردشگری خلاق بسیار مهم در نظر می‌گیرد. هنر به عنوان وسیله‌ای برای افزایش تولید محصولات گردشگری و مصرف آن، ترویج توسعه مالکیت و بهبود تصویر شهر به عنوان یک مکان خلاق گردشگری می‌باشد. اضافه بر هنر، صنایع خلاق که نتیجه توسعه و بها دادن به هنر می‌باشد، برای توسعه «اقتصاد فراصنعتی» حیاتی می‌باشد و به عنوان «جایگزین» از دست دادن فعالیت‌های تولیدی و استفاده از ظرفیت‌های صنایع خلاق هستند (Cerneviciute and Strazdas, 2023: 4). در این رابطه، آن مارکوزن^{۱۱} بر این موضوع که چگونه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان شهری (ایده‌مکان‌سازی خلاقانه) به هنر و فرهنگ روی آورده‌اند تا زندگی شهری را احیا کنند و اقتصاد شهری را تحریک کنند، تاکید دارد چرا که بها دادن به صنایع خلاق برگرفته از هنر و هویت و سنت یک شهر است که منجر به پویایی شاخص‌های مذکور می‌گردد (Markusen, 2014: 62). آلن اسکات^{۱۲} تغییرات در شهرها را از دیدگاه ساختارهای اقتصاد جدید مفهوم‌سازی کرد و به استفاده از ظرفیت‌های تاریخی، اقتصادی و فرهنگی به منظور تحقق شهر خلاق تاکید کرد (Scott, 2006: 16). با نگاهی به موضوعات مطروحه بالا به وضوح می‌توان گفت تمام شاخص‌های عنوان شده در راستای سیاست استفاده از فرصت‌های گردشگری است که منطق تحقق‌پذیری شهر خلاق را در نحوه بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها بیان می‌کند. این سیاست مبتنی بر توسعه شهر خلاق، افزایش جذابیت شهری (فضایی) با تمرکز بر توسعه فضا و شکل‌گیری محله‌های فرهنگی می‌باشد. در واقع استفاده از امکانات فرهنگی در شهرها به عنوان ابزاری برای برنامه‌ریزی استراتژیک و تلفیق ارزش نمادین در چارچوب یک پروژه بزرگ شهری که زمینه تحقق‌پذیری شهر خلاق را فراهم می‌کنند، بیان می‌گردد.

این نقش مهمی که خلاقیت در شکل‌دهی به توسعه اقتصادی محلی و تحقق‌پذیری شهر خلاق ایفا می‌کند به این دلیل است که یک دارایی خاص سرزمینی است که در صورت استفاده از نقاط قوت و برنامه‌ریزی جهت کاهش ضعف امکان ایجاد مکان‌ها و محیط‌های خلاق را شکل می‌دهد. فرهنگ (آداب و سنن، کالاهای فرهنگی و قومی، فرهنگ‌های انسانی) و خلاقیت در واقع به شرایط هر منطقه در میزان دسترسی به ظرفیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در هر محیط بستگی دارد (Pratt, 2008). این ظرفیت‌ها متعلق به مکان‌ها و زمان‌هایی هستند که تکامل تاریخی به این فرآیند کمک کرده است (Santagata 2002; Serafinelli and Tabellini 2022). بر همین مینا، شهرها و مناطق در میزان خلاقیت خود در حوزه‌های مختلف مانند توسعه شهری، توسعه گردشگری و توسعه پایدار شناسایی می‌شوند (Sacco and Segre, 2009) و هنگامی که شهری به مرزهای توسعه پایدار در حوزه‌های مختلف رسید، زمینه‌های شکل گرفته در بخش خلاقیت منجر به انتقال مزیت‌های نسبی برنامه‌ریزی و تحقق یافته به سایر مناطق می‌گردد. برای روشن شدن این نکته کلیدی، مثال استفاده بیش از حد از دره سیلیکون ممکن است به گردشگران کمک کند تا ریشه‌های سرزمینی و پیامدهای خلاقیت را بازیابی کنند. گاهی ایجاد یک شرکت می‌تواند پیوند ناگسستنی با محیط و مکان برقرار کند و این موضوع منجر به ایجاد یک برند شهری در حوزه‌های مختلف می‌گردد. مثلاً شرکت اپل و کوپرتینو، با کالیفرنیا پیوسته ناگسستنی دارد و زمینه‌های برند شهری و توسعه پایدار و خلاق را برای مکان فراهم کرده است. هنگامی که هر کسی بسته یک آیفون جدید را باز می‌کند، اولین چیزی که توجه او را جلب می‌کند عنوان طراحی شده توسط اپل در کالیفرنیا است. در واقع، اقتصاد فرهنگی ایجاد شده توسط این شرکت، هویت‌های شهری توسعه یافته بر مبنای

9 . Tourk

10 . Della Lucia and Trunfio

11 . Markusen

12 . Scott

پتانسیل های تبدیل به فعلیت شده یک منطقه را نشان می دهد (Scott, 1997). از این رو، خلاقیت و فضا را نمی توان به طور جداگانه در هنگام برخورد با تحقق پذیری شهر خلاق مورد مطالعه قرار داد (Dellisanti, 2023: 23). در نتیجه می توان گفت، بین امکانات شهری و معیارهای مرتبط با کیفیت محیطی (مانند آستانه تحمل، ارزش بالای نوآوری ها و شیوه زندگی) در جذب سرمایه انسانی توافق مشترکی وجود نداشته است زیرا در این زمینه که آیا امکانات شهری در رشد اقتصادی یک منطقه تاثیر دارند و یا سرمایه انسانی اختلاف نظر زیادی وجود دارد (Florida, 2005: 345). بک استید و براون^{۱۳} معتقدند ترکیبی از سرمایه انسانی، معیار بهتری نسبت به امکانات شهری در پیش بینی رشد اقتصادی است (Beckstead and Brown, 2006: 128). در این زمینه، نیاز اکثر شرکت های موجود در کلان شهرها به انواع مختلف متخصصین مانند دانشمندان و مهندسين (سرمایه های انسانی) اثباتی بر این مدعا است (Kong, 2011: 55-64). بنابراین طبقه خلاق می تواند به عنوان یک مکمل در مدل سرمایه انسانی در نظر گرفته شود (Ooi, 2008: 331-360). در این رابطه، شهرهای تورنتو، مونترال و ونکوور نه تنها سطح بالایی از اشتغال و جمعیت را در سلسله مراتب شهری کانادا به خود اختصاص داده اند، بلکه توسعه صنایع خلاق ارزشمند، با رشد بالایی در مناطقی که دارای سه مولفه اساسی آستانه تحمل، استعداد و تکنولوژی (نوآوری) هستند، توزیع شده اند (Bourne, Hutton, Shearmur & Simmons, 2011: 127-132). افرادی که در علوم مختلف مهندسی، معماری و طراحی، آموزش و پرورش، هنر، موسیقی، گردشگری و ... مشغول به فعالیت هستند مدل ها و ایده ها، فناوری ها و مطالب جدید خلاق را به عنوان سرمایه های انسانی در شکل دهی به صنایع خلاق و حرکت به سوی شهرهای خلاق به کار می گیرند (Zimmerman, 2008: 230-242). در مدل شهر خلاق، فرهنگ و گردشگری غالباً در متن قرار می گیرد و از نظر اقتصادی مفید بوده و منجر به افزایش کیفیت شهرها از نظر خلاقیت و توسعه گردشگری می شود (Pratt, 2011: 123-130). در مجموع می توان گفت عواملی چون تمرکز، تنوع، سطح تحمل و اعتبار شهری، پویایی یا ناپایداری برای تحریک خلاقیت در شهرها ارزشمند است. در مولفه تمرکز، جمعیت زیاد منجر به توسعه گسترده روابط انسانی می گردد و حجم زیادی از اطلاعات و افکار مبادله می شود. در تنوع، یک شهر باید دارای جمعیت متنوع (خانواده ها، کارآفرینان، هنرمندان، مهاجرین، سالمندان، دانشجویان و ...) باشد. با این حال همواره استراتژی های خلاق، چالش های جدی را نیز به همراه دارند. حل بسیاری از این چالش ها و چشم پوشی از چالش های اجتماعی و فرهنگی (یعنی از دست رفتن شخصیت فرهنگی شهر) یک تهدید جدی به توسعه پایدار شهری است (Siebel, 2008: 31-39). گاهی تاثیرات منطقه ای بر روی نابودی خلاقیت در یک شهر اثر می گذارد و پرورش مجدد خلاقیت می تواند باعث تشدید شکاف اجتماعی و اقتصادی موجود گردد و مسائلی چون نابرابری های اجتماعی، افزایش هزینه مسکن، توسعه بی قواره منطقه ای و افزایش بحران های زیست محیطی را به وجود آورد که تنها توسعه پایدار شهری را با مشکل روبرو می سازد، بلکه تهدیدی بالقوه برای پایداری خلاقیت در یک شهر است. در نتیجه، حس مکانی از شهر نقش بسیار مهمی در نگهداری از خلاقیت دارد (باقری کشکولی، ۱۳۹۷: ۴۱).

در دهه های اخیر، صنعت گردشگری با تاکید بر بهره گیری از مولفه ها و شاخص های خلاقیت، دارای رشدی مداوم و متنوع در بخش ها و مقاصد بازار داشته است. افزایش فعالیت گردشگری ناشی از تغییرات در الگوهای مصرف برگرفته از پیشرفت های فن آوری، توسعه زیرساخت ها و ارتباطات کم هزینه، و تکامل شرایط اجتماعی-اقتصادی است که انگیزه ها و سبک های زندگی جدید را پایه ریزی می کند. به این ترتیب، گردشگری با توجه به پتانسیل گردشگری برای توسعه مکان محور و جذابیت آن به عنوان منبع درآمد و اشتغال جایگزین و قابل سکونت برای طبقه خلاق، به یک بخش کلیدی اقتصادی و کمک کننده اصلی در توسعه و تاب آوری بسیاری از شهرها و مناطق تبدیل شده است (Bellini et al. 2017; Romão and Nijkamp 2017; Weidenfeld 2018). با توجه به همین رویکرد، شهرها به دنبال نوآوری و تخصص بیشتر در طراحی استراتژی های گردشگری هستند تا به بازارهای گردشگری واجد شرایط و رقابتی فزاینده و تغییرات در مشخصات گردشگران پاسخ دهند (Richards and Wilson 2006, 2007; Tan, Kung, and Luh 2013). موفقیت آنها از یک سو به شناسایی دارایی های مشهود و نامشهود در قلمرو معین و از سوی دیگر به چگونگی گردهمایی مؤثر منابع محلی برای ایجاد ارزش، پیشرفت و رفاه برای بازیگران مختلف درگیر در گردشگری و توسعه بستگی دارد (Minguzzi 2006; Minguzzi and Solima 2012).

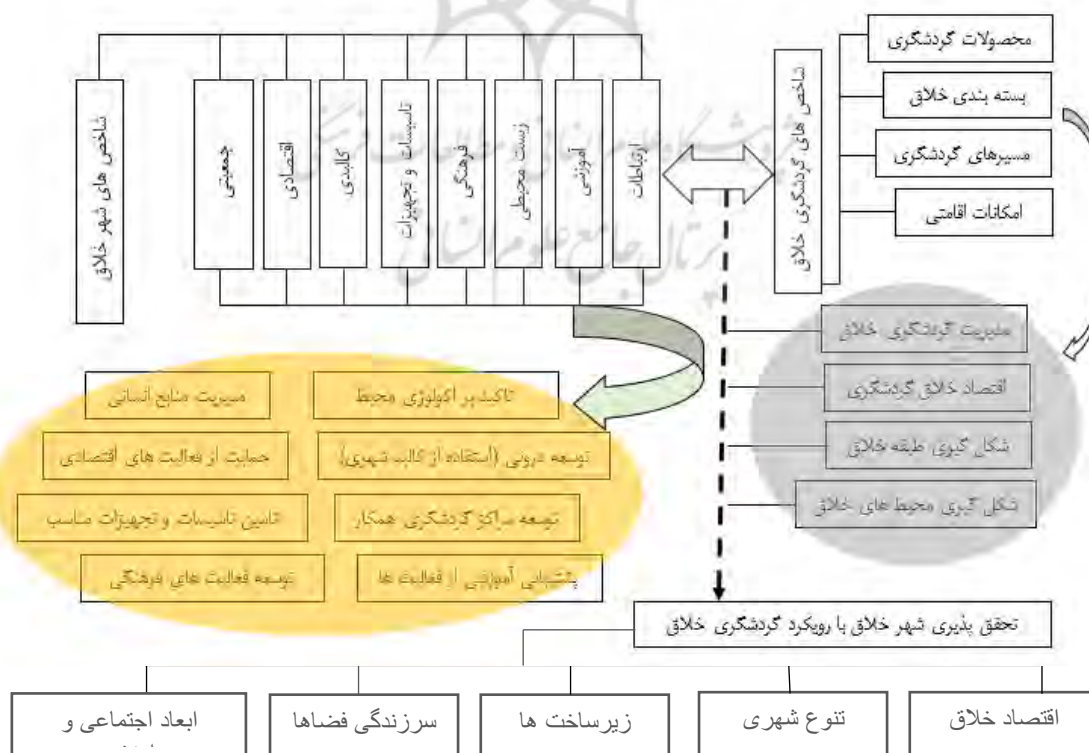
در ارتباط با موضوع پژوهش محققان مطالعات گسترده ای البته در حوزه های مشخص گردشگری شهری و تحقق پذیری شهر خلاق انجام داده اند در بین این مطالعات ژو و همکاران^{۱۴} (۲۰۲۳) در پژوهشی نوآورانه رقابت های گردشگری خلاق را در شهر

13 . Beckstead and Brown

14 . Zhu, Z., Isa, s.s., Ramlan, M.A

مواد پژوهش حاضر، تحقیقی کاربردی در محدوده جغرافیایی شهر بندرعباس و روش بررسی آن توصیفی - تحلیلی است. روش گردآوری اطلاعات ترکیبی از مطالعات اسنادی یا کتابخانه‌ای و همچنین مطالعه میدانی (پرسشنامه) است. جامعه آماری پژوهش، ۱۹۰ مرکز فعال در حوزه گردشگری بوده که بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه به تعداد ۱۲۴ مرکز انتخاب و پرسشنامه بین آنها توزیع شد. این مراکز شامل مراکز بوم گردی، دفاتر خدمات گردشگری، واحدهای تولید صنایع دستی و بومی، ورک شاپ‌های گردشگری، مراکز آموزش گردشگری (واحدهای دارای مجوز از میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری) می‌باشند. جهت انجام روایی پرسشنامه از روایی محتوایی به روش کمی بهره گرفته شده است. بر این اساس میزان روایی محتوایی $\alpha = 0/8$ CVR بوده است. از آن جایی که این مقدار بیشتر از مقدار استاندارد جدول لاوشه می‌باشد بنابراین مورد تایید قرار گرفته است. به عبارتی دیگر، این مقدار بیانگر این است که تعداد کارشناسانی که سوالات پرسشنامه را جهت پاسخگویی به اهداف پژوهش مناسب می‌دانند بالا بوده است. برای محاسبه پایایی نیز از روش آلفای کرونباخ بهره گرفته شده است. بر این اساس مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده برابر با $0/764$ است که بیانگر پایایی مطلوب پرسشنامه می‌باشد.

روش متغیرهای تحقیق شامل ۱۸ شاخص شهر خلاق به عنوان متغیرهای مستقل جمعیتی، اقتصادی، بهداشتی - درمانی، تجهیزات و تاسیسات، آموزشی، فرهنگی، ارتباطات و حمل و نقل، زیست محیطی و ۱۲ شاخص گردشگری خلاق بر اساس شکل ۱ می‌باشند که به منظور شناسایی سنجه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به مولفه‌های تحقیق، مدل مفهومی تحقیق جهت بررسی ارتباط شاخص‌های شهر خلاق و معیارهای گردشگری خلاق در راستای تحقق شهر خلاق در (شکل ۱) نمایش داده شده است. به منظور تعیین سنجه‌های گردشگری خلاق مؤثر بر توسعه شهر خلاق در شهر بندرعباس از روش کیفی MaxQDA استفاده شده است. سنجه‌های شناسایی شده از طریق این روش در تحلیل عاملی به کار گرفته شد. درتجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌ها و مدل‌های آمارهای استنباطی، مانند ضرایب رگرسیون، تحلیل واریانس، بهره گرفته شده است.

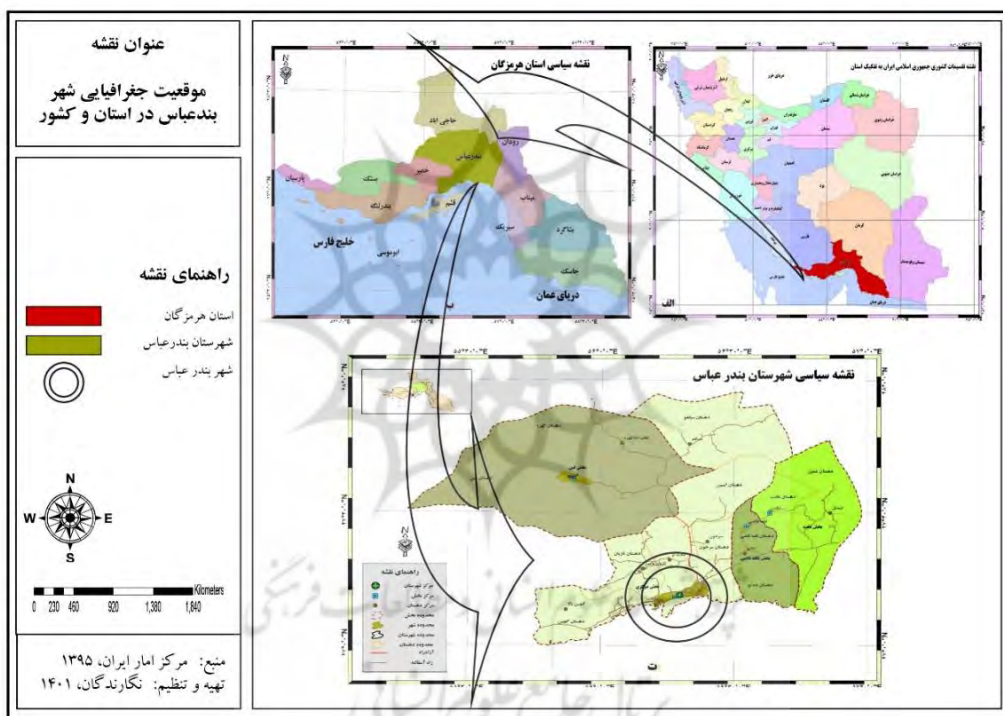


شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

محدوده مورد مطالعه

شهر بندرعباس مرکز شهرستان بندرعباس است (شکل ۲). وسعت این شهر که در ساحل خلیج فارس واقع شده است حدود ۴۵ کیلومترمربع و ارتفاع آن از سطح دریا ۱۰ متر می باشد. نزدیکترین شهر به بندرعباس شهر قشم با حدود ۲۸ کیلومتر می باشد. فاصله بندرعباس تا تهران ۱۳۳۳ کیلومتر می باشد. آب و هوای این شهر بیابانی کرانه ای است و رطوبت در آن بالاست. در بندرعباس میزان بارندگی کم تر از ۱۵۰ میلی متر است. بدلیل شرایط خاص جغرافیایی و استراتژیکی منطقه ای موجب بروز مهاجرت های گسترده طی دهه های قبل شده است. به طوری که جمعیت شهر بندرعباس در سال ۱۳۳۵ از ۱۷۷۱۰ نفر به ۵۲۶۶۴۸ در سال ۱۳۹۵ رسیده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). این شهر جدای از روند تاریخی خود به دلیل توسعه شتابان اقتصاد ملی (حجم واردات) جایگاه والایی را در اقتصاد کشور به خود اختصاص داده و به نظر می رسد این روند توسعه هم چنان در دهه های آتی نیز تجربه شود. گسترش ساختار کالبدی شهر به صورت خطی در امتداد ساحل بوده و از سمت شمال توسط ارتفاعات و مناطق نامناسب محدود شده است.



شکل ۲- موقعیت جغرافیایی شهر بندرعباس در استان و کشور

ماخذ: مرکز آمار ایران، ۱۴۰۰

بحث و یافته های تحقیق

پس از بررسی ۲۰ شاخص مؤثر بر شکل گیری گردشگری خلاق در شهر بندرعباس مشتمل بر پنج بخش (اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، کالبدی و مدیریتی)، مولفه های مهم جهت تحلیل کیفی بر اساس نرم افزار MaxQDA استخراج گردید. در واقع این شاخص ها با بررسی گزارشات و طرح های مهم در بخش های ۵ گانه شناسایی و به منظور اثربخشی در روند تحقق پذیری شهر خلاق تحلیل شده است. یافته های تحقیق نشان داد تعداد زیادی از پاسخگویان (گردشگران داخلی) در گروه سنی ۲۰-۲۹ ساله (۴۸/۶۲ درصد) و تعداد کمی در گروه سنی بیش از ۶۰ سال (۳/۶ درصد) قرار دارند. در بررسی گروه سنی گردشگران خارجی شرایط دقیقاً معکوس بود و تعداد کمی از پاسخگویان (گردشگران خارجی) یعنی (۹/۳ درصد) در گروه سنی ۲۰-۲۹ ساله و تعداد زیادی از پاسخگویان (گردشگران خارجی) در گروه سنی بیش از ۶۰ سال یعنی ۷۶/۴ درصد قرار دارند (جدول ۱). بخش زیادی از پاسخگویان تابعیت کشورهای چینی، عربی، قطر - چین را دارند. علاوه بر این به طور میانگین ۴۲ درصد

از پاسخگویان مرد و ۵۸ درصد نیز زن هستند. بررسی سطح سواد پاسخگویان نشان داد ۳۱/۴ درصد از پاسخگویان دارای تحصیلات لیسانس بودند که بخش زیادی از حجم نمونه را به خود اختصاص داده اند.

جدول ۱- وضعیت سنی و تابعیت گردشگران

گروه های سنی	۲۰-۲۹	۳۰-۳۹	۴۰-۴۹	۵۰-۵۹	بالای ۶۰ سال
گردشگران داخلی	۴۸/۶۲	۱۵/۳	۱۹/۷	۱۰/۷	۳/۶
گردشگران خارجی	۹/۳	۱/۶	۱/۲	۱۱/۴	۷۶/۴

منبع: مطالعات میدانی، ۱۴۰۲

بررسی کیفی (تعیین سنجه های گردشگری خلاق مؤثر بر توسعه شهر خلاق)

نتایج بررسی ۱۲۴ واحد فعال گردشگری منجر به شناسایی مجموعه ای از متغیرها گردید. در ادامه به منظور تعیین سنجه های گردشگری خلاق مؤثر بر توسعه شهر خلاق در شهر بندرعباس از بین مجموعه متغیرهای مذکور، از ابزار مصاحبه بهره گرفته شد. برای انجام مصاحبه از روش گلوله برفی استفاده شد که پس از بررسی متغیرهای مصاحبه از ۴۲ نفر، اشباع نظری محقق گردید. ۷۱/۵ درصد مصاحبه شوندگان دارای مدرک کارشناسی ارشد و مدت زمان هر مصاحبه نیز ۱۵ دقیقه بود. به منظور دست یافتن به سنجه های پژوهش در زمان مصاحبه از روش های یادداشت‌برداری به همراه ضبط صدا بهره گرفته شد. بعد از کدگذاری های باز و محوری در نرم افزا MaxQDA، ۳۰ سنجه اصلی جهت انجام تحلیل عاملی به دست آمد (جدول ۲).

جدول ۲- سنجه های گردشگری خلاق اثرگذار بر شکل گیری شهر خلاق از دیدگاه خبرگان

سنجه ها	ردیف	سنجه ها	ردیف	سنجه ها	ردیف
تمایل گردشگران به خرید صنایع خلاق شهر بندرعباس	۲۷	۶۷/۵	۶۲/۵	۲۵	۶۲/۵
ایجاد فضاهای خلاق و تعاملی گردشگران در شهر بندرعباس	۳۱	۷۷/۵	۹۵	۳۸	۹۵
بهره گیری از روش های خلاق تامین آب شرب	۱۹	۴۷/۵	۹۷/۵	۳۹	۹۷/۵
تهیه و توزیع بسته های اطلاع رسانی صنایع و مکان های خلاق در شهر بندرعباس به گردشگران	۱۸	۴۵	۸۵	۳۴	۸۵
امکان بهره گیری از روش های خلاق تبادل مالی و ارزی در شهر	۱۲	۳۰	۷۰	۲۸	۷۰
تولید محصولات صنایع خلاق و بومی حین حضور گردشگران	۱۷	۴۲/۵	۵۲/۵	۲۱	۵۲/۵
برگزاری رویدادهای نمایشی در فضاهای تعاملی	۲۰	۵۰	۶۷/۵	۳۷	۶۷/۵
تجهیز مکان های خلاق شهر به اینترنت اشیاء و نظارت	۲۳	۵۷/۵	۳۷/۵	۱۵	۳۷/۵
ارزیابی مجدد از امکانات بالقوه و خلاق در شهر	۳۲	۸۰	۶۷/۵	۳۷	۶۷/۵
ایجاد منطقه فرهنگی جهت حضور و فعالیت صنایع خلاق	۱۸	۴۵	۳۰	۱۲	۳۰
بازسازی و ساماندهی فضاها و صنایع بکر از طریق فعالیت های خلاق بومی در شهر	۱۴	۳۵	۵۰	۲۰	۵۰
خلاقیت در بسته بندی محصولات گردشگری	۳۳	۸۲/۵	۵۷/۵	۲۳	۵۷/۵
طراحی و تبدیل ساختمان های عمومی به خانه های سبز و خلاق مانند خانه عروسکی	۳۳	۸۲/۵	۲۷/۵	۱۱	۲۷/۵
زیباسازی خلاقانه معابر بافت قدیم و فرسوده با عناصر بوم آورد شهر	۲۲	۵۵	۳۲/۵	۱۳	۳۲/۵

وجود مراکز خرید با تبلیغات خلاق و فعالیت های مکمل خلاق	۱۸	۴۵	تهیه کتابچه های خلاقانه مسیریابی جاذبه های گردشگری	۱۹	۴۷/۵
--	----	----	--	----	------

مأخذ: یافته های تحقیق، ۱۴۰۲

تحلیل کمی (تحلیل عاملی سنجه ها و شاخص ها)

جهت بررسی سنجه های اثرگذار گردشگری خلاق بر توسعه شهر خلاق در بندرعباس و همچنین تحلیل اثرگذاری هر عامل از تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش واریماکس بهره گرفته شد. بدین منظور بعد از پایش سنجه ها، سنجه ها در پرسشنامه ای تهیه و به وسیله جامعه آماری تحقیق (۱۲۴ گردشگر داخلی و خارجی) بررسی گردید. برای ارزیابی میزان مناسب بودن داده ها و متغیرها از آزمون بارتلت و شاخص KMO بهره گرفته شد. سطح معنی داری ۹۹ درصد آزمون بارتلت و مقدار KMO که بیش از ۰/۶ بود بیانگر مطلوبیت داده ها به منظور انجام تحلیل عاملی است (جدول ۳).

جدول ۳- آزمون بارتلت در سطح معناداری

کدهای اثرگذار	مقدار KMO	مقدار بارتلت	سطح معنی داری
	۰/۷۵۰	۲۴۶۴/۱۲۱	۰/۰۰۰

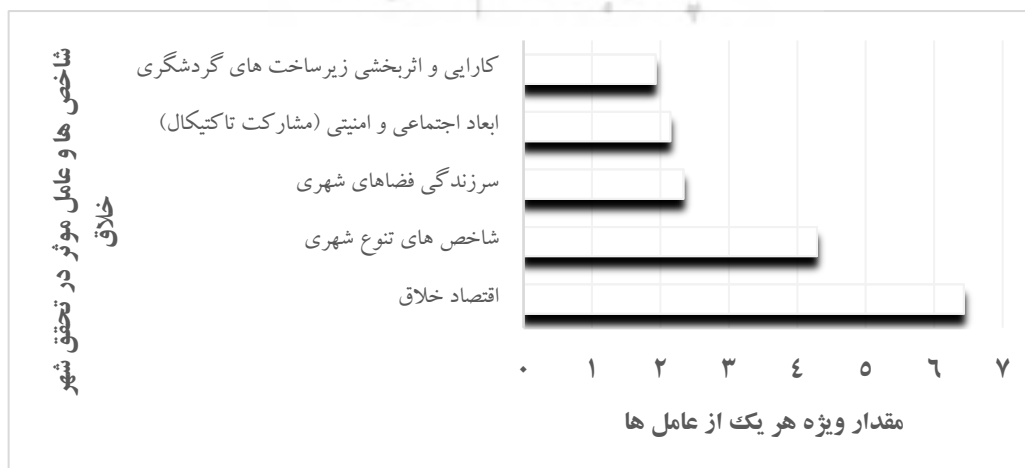
منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۲

بعد از شناسایی و کدگذاری های باز، عامل ها با انجام کدگذاری های محوری در خوشه های مختلف بر اساس سازگاری و نزدیکی معنایی و محتوایی طبقه بندی گردید. بر اساس این طبقه بندی کدگذاری های محوری در پنج گروه و طبقه به تفکیک با درصد واریانس اثرگذاری دسته بندی گردید جدول (۴). یافته های پژوهش نشان می دهد پنج عامل شناسایی شده یا همان کدگذاری های محوری صد درصد از واریانس کل کدهای باز را تبیین می کند. این موضوع بیانگر جامعیت سنجه های مستخرج از مصاحبه های صورت گرفته و همچنین تاکید آنها بر سنجه های مطرح شده به عنوان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری خلاق در شهر بندرعباس دارد. بررسی اثرگذاری عامل ها نشان می دهد عامل اقتصاد خلاق گردشگری با مقدار ویژه ۸/۳۵۷ و درصد واریانس ۲۷/۴۰۱ به عنوان مهمترین عامل در گردشگری خلاق به عنوان موتور محرکه توسعه شهر خلاق در شهر بندرعباس و عامل ابعاد اجتماعی و امنیتی (مشارکت تاکتیکال) با مقدار ویژه ۴/۸۳۱ و درصد واریانس ۱۵/۹۶۳ به عنوان عاملی که نیاز به حمایت و برنامه ریزی و سیاستگذاری دارد، شناسایی شد.

جدول ۴- عامل های اثرگذار گردشگری خلاق بر تحقق پذیری شهر خلاق در بندرعباس

عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	واریانس تجمعی
اقتصاد خلاق	۸/۳۵۷	۲۷/۴۰۱	۲۷/۴۰۱
شاخص های تنوع شهری	۵/۶۱۹	۲۰/۳۶۱	۴۷/۷۴۶
کارایی و اثربخشی زیرساخت های گردشگری	۵/۳۰۳	۱۹/۸۹۲	۶۷/۶۵۴
سرزندگی فضاهای شهری	۴/۹۳۷	۱۶/۳۸۳	۸۴/۰۳۷
ابعاد اجتماعی و امنیتی (مشارکت تاکتیکال)	۴/۸۳۱	۱۵/۹۶۳	۱۰۰

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۲



شکل ۳- عامل‌های اثرگذار گردشگری خلاق بر تحقق‌پذیری شهر خلاق در بندرعباس

تحلیل اثرگذاری عامل‌ها

در این قسمت عامل‌ها همراه با نماگرها و بارهای عاملی مرتبط با هر یک از آنها ارائه و تبیین می‌گردد:

عامل اقتصاد خلاق

منطبق با عامل‌های مورد بررسی می‌توان گفت با توجه به این که مقدار ویژه این عامل ۸/۳۵۷ می‌باشد لذا این عامل به تنهایی قادر است ۲۷/۴۰۱ درصد واریانس از عوامل مؤثر بر تحقق‌پذیری شهر خلاق در بندرعباس را محاسبه و توضیح دهد. در این عامل ۵ نماگر بارگذاری شده است که از میان این نماگرها، امکان بهره‌گیری از روش‌های خلاق تبادل مالی و ارزی در شهر با بار عاملی ۰/۹۵۷ بیشترین تأثیر را بر پویایی و رشد محصولات گردشگری و شکل‌گیری شهر خلاق با پویایی فعالیت‌ها و تولیدات متنوع داشته است. خلاقیت در بسته‌بندی محصولات گردشگری با بار عاملی ۰/۹۴۶، تولید محصولات صنایع خلاق و بومی شهر در زمان حضور گردشگران با بار عاملی ۰/۹۱۸ و ایجاد بازارهای خلاق در نزدیکی بنادر ارتباطی و برخورد خلاقانه فروشندگان با گردشگران و خریداران به منظور بازگشت مجدد برای خرید به ترتیب با بارهای عاملی ۰/۸۸۹ و ۰/۸۰۲ از سایر نماگرهای اثرگذار این عامل بر شکل‌گیری شهر خلاق در این شهر بوده‌اند (جدول ۵).

جدول ۵- نماگرهای بارگذاری شده در عامل اقتصاد خلاق

نماگر	بار عاملی
برخورد خلاقانه فروشندگان با گردشگران و خریداران به منظور بازگشت مجدد برای	۰/۸۰۲
امکان بهره‌گیری از روش‌های خلاق تبادل مالی و ارزی در شهر	۰/۹۵۷
خلاقیت در بسته‌بندی محصولات گردشگری	۰/۹۴۶
ایجاد بازارهای خلاق در نزدیکی بنادر ارتباطی	۰/۸۸۹
تولید محصولات صنایع خلاق و بومی شهر در زمان حضور گردشگران	۰/۹۱۸

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

عامل‌های تنوع شهری

با توجه به این که مقدار ویژه این عامل ۵/۶۱۹ می‌باشد لذا این عامل به تنهایی قادر است ۲۰/۳۶۱ درصد واریانس از عوامل مؤثر بر تحقق‌پذیری شهر خلاق در بندرعباس را محاسبه و توضیح دهد. در این عامل ۴ نماگر بارگذاری شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد زیباسازی خلاقانه معابر بافت قدیم و فرسوده با عناصر بوم‌آورد شهر با بارعاملی ۰/۶۹۴ به عنوان عامل اول، تأثیر زیادی در تنوع شهری فعالیت‌ها و ایجاد مناطق جاذب جمعیت و فعالیت و شکل‌گیری مکان‌های خلاق و پویا و نهایتاً رونق گردشگری خلاق در شهر بندرعباس دارد. طراحی و تبدیل ساختمان‌های عمومی به خانه‌های سبز و خلاق مانند خانه عروسکی نیز برآیند زیباسازی خلاقانه فضاهای بافت شهری است که با بارعاملی ۰/۶۷۹ به عنوان عامل دوم، تأثیر زیادی در گسترش فعالیت‌های متنوع و خلاق شهری داشته است. ایجاد منطقه فرهنگی جهت حضور و فعالیت صنایع خلاق و تجهیز مکان‌های خلاق شهر به اینترنت اشیاء و نظارت به ترتیب با بارهای عاملی ۰/۶۵۳ و ۰/۵۶۷ به عنوان عامل‌های سوم و چهارم در تحقق بخشی شهر خلاق و گردشگری خلاق در شهر بندرعباس تأثیر مستقیم داشته‌اند (جدول ۶).

جدول ۶- متغیرهای بارگذاری شده در عامل تنوع شهری

نماگر	بار عاملی
تجهیز مکان‌های خلاق شهر به اینترنت اشیاء و نظارت	۰/۵۶۷
طراحی و تبدیل ساختمان‌های عمومی به خانه‌های سبز و خلاق مانند خانه عروسکی	۰/۶۷۹
زیباسازی خلاقانه معابر بافت قدیم و فرسوده با عناصر بوم‌آورد شهر	۰/۶۹۴
ایجاد منطقه فرهنگی جهت حضور و فعالیت صنایع خلاق	۰/۶۵۳

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

عامل کارایی و اثربخشی زیرساخت‌های گردشگری

بر اساس عامل‌های مورد بررسی می‌توان گفت با توجه به این که مقدار ویژه این عامل ۵/۳۰۳ می‌باشد لذا این عامل به تنهایی قادر است ۱۹/۸۹۲ درصد واریانس از عوامل مؤثر بر تحقق‌پذیری شهر خلاق در بندرعباس را محاسبه و توضیح دهد. در این

عامل ۸ نماگر بارگذاری شده است که از میان این نماگرها، فراهم بودن زیرساخت های مسافرتی و گردشگری در شهر با بارعاملی ۰/۸۸۱ به عنوان عامل اول تاثیر مستقیم و قوی را در تحقق شهر خلاق و گردشگری خلاق در شهر بندرعباس داشته است. طبق اطلاعات مستخرج از برنامه های سرمایه گذاری و اعتبارات عمرانی در شهر بندرعباس اختصاص ۶۷/۳ مجموع اعتبارات از محل بازافزینی شهری، ارزش افزوده استان و اعتبارات ملی به شهر بندرعباس جهت ساماندهی زیرساخت های توسعه ابعاد کالبدی و زیرساختی بیانگر اهمیت این عامل در تحقق پذیری شهر خلاق و توسعه گردشگری در این شهر است. فراهم بودن زیرساخت های مسافرتی و گردشگری منطقه (آژانس ها و تورهای گردشگری) با بارعاملی ۰/۸۵۴ به عنوان عامل دوم، ارزیابی مجدد از امکانات بالقوه و خلاق در شهر با بارعاملی ۰/۸۴۹ به عنوان عامل سوم، خلاقیت در بسته بندی محصولات گردشگری با بارعاملی ۰/۷۴۶ به عنوان عامل چهارم، راهبردهای خلاقانه جهت ساماندهی مراکز خدماتی مانند پارکینگ ها- عابر بانک ها- کیوسک های اطلاع رسانی با بارعاملی ۰/۷۳۸ به عنوان عامل پنجم، تمایل گردشگران به خرید صنایع خلاق شهر بندرعباس با بارعاملی ۰/۶۵۰ به عنوان عامل ششم، ایجاد سرویس های بهداشتی مناسب و خلاقانه برای استفاده همه گروه های سنی با بارعاملی ۰/۶۲۵ به عنوان عامل هفتم و بهره گیری از روش های خلاق تامین آب شرب با بارعاملی ۰/۵۲۱ به عنوان عامل هشتم تحت تاثیر عامل اول و مکمل این عامل تاثیرات مهمی در توسعه ابعاد کالبدی و زیرساختی این شهر دارد (جدول ۷).

جدول ۷- متغیرهای بارگذاری شده در عامل کارایی و اثربخشی زیرساخت های شهر خلاق و گردشگری خلاق

نماگر	بار عاملی
ارزیابی مجدد از امکانات بالقوه و خلاق در شهر	۰/۸۴۹
راهبردهای خلاقانه جهت ساماندهی مراکز خدماتی مانند پارکینگ ها- عابر بانک ها- کیوسک های اطلاع رسانی	۰/۷۳۸
بهره گیری از روش های خلاق تامین آب شرب	۰/۵۲۱
فراهم بودن زیرساخت های مسافرتی و گردشگری منطقه (آژانس ها و تورهای گردشگری)	۰/۸۵۴
خلاقیت در بسته بندی محصولات گردشگری	۰/۷۴۶
ایجاد سرویس های بهداشتی مناسب و خلاقانه برای استفاده همه گروه های سنی	۰/۶۲۵
فراهم بودن زیرساخت های مسافرتی و گردشگری در شهر	۰/۸۸۱
تمایل گردشگران به خرید صنایع خلاق شهر بندرعباس	۰/۶۵۰

منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۲

عامل ابعاد اجتماعی و امنیتی (مشارکت تاکتیکال)

بر اساس عامل های مورد بررسی می توان گفت با توجه به این که مقدار ویژه این عامل ۴/۸۳۱ می باشد لذا این عامل قادر است ۱۵/۹۶۳ درصد واریانس از عوامل مؤثر بر تحقق پذیری شهر خلاق در بندرعباس را محاسبه و توضیح دهد. در این عامل ۶ نماگر بارگذاری شده است که از میان این نماگرها، تهیه و توزیع بسته های اطلاع رسانی صنایع و مکان های خلاق در شهر بندرعباس به گردشگران با بارعاملی ۰/۷۳۹ به عنوان عامل اول تاثیر مستقیم و قوی در تحقق پذیری گردشگری خلاق و شتاب بخشی شهر به سمت تحقق شهر خلاق دارد. بانک جامع صنایع و مکان های خلاق در شهر بندرعباس امکان شکل گیری فعالیت های مکمل توسعه ای را در همجوار آنها فراهم می کند و این موضوع منجر به شتاب بخشی به جریان نوسازی بافت همجوار این مکان ها

می‌شود. اضافه بر این آگاهی راهنمایان تورهای گردشگری از این مکان‌ها و تنوع صنایع به شکل‌گیری پروژه‌های محرک توسعه با نوآوری‌های متعدد برای جذب گردشگران و تثبیت مسیرهای گردشگری می‌گردد در نتیجه دوره‌های آموزشی خلاقیت و گردشگری برای راهنمایان تور و همچنین ساکنین شهر با بارعاملی ۰/۶۱۷ به عنوان عامل دوم تاثیر زیادی در تحقق پذیری شهر خلاق در شهر بندرعباس داشته است. امنیت مسیرهای خلاق ارتباطی به مناطق نمونه گردشگری با بارعاملی ۰/۶۱۴ به عنوان عامل سوم، ایجاد فضاهای مکث و تعاملی با امنیت بالا در همجوار جاذبه‌های ساحلی شهر با بارعاملی ۰/۵۸۳ به عنوان عامل چهارم، تهیه کتابچه‌های خلاقانه مسیریابی جاذبه‌های گردشگری با بارعاملی ۰/۵۱۹ به عنوان عامل پنجم و همرنگی ظاهری و خلاقانه نیروی کار تامین کننده امنیت مردم و گردشگران در شهر با بارعاملی ۰/۵۰۹ به عنوان عامل ششم تاثیرات مهمی در تحقق پذیری شهر خلاق با رویکرد گردشگری خلاق در شهر بندرعباس دارد (جدول ۸).

جدول ۸- متغیرهای بارگذاری شده در عامل طبیعی- اقلیمی

نماگر	بار عاملی
همرنگی ظاهری و خلاقانه نیروی کار تامین کننده امنیت مردم و گردشگران در شهر	۰/۵۰۹
ایجاد فضاهای مکث و تعاملی با امنیت بالا در همجوار جاذبه‌های ساحلی شهر	۰/۵۸۳
امنیت مسیرهای خلاق ارتباطی به مناطق نمونه گردشگری	۰/۶۱۴
تهیه و توزیع بسته‌های اطلاع رسانی صنایع و مکان‌های خلاق در شهر بندرعباس به گردشگران	۰/۷۳۹
دوره‌های آموزشی خلاقیت و گردشگری برای راهنمایان تور و همچنین ساکنین شهر	۰/۶۱۷
تهیه کتابچه‌های خلاقانه مسیریابی جاذبه‌های گردشگری	۰/۵۱۹

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

عامل سرزندگی فضاهای شهری

بر اساس عامل‌های مورد بررسی می‌توان گفت با توجه به این که مقدار ویژه این عامل ۴/۹۳۷ می‌باشد لذا این عامل قادر است ۱۶/۳۸۳ درصد واریانس از عوامل مؤثر بر تحقق پذیری شهر خلاق در بندرعباس را محاسبه و توضیح دهد. در این عامل ۸ نماگر بارگذاری شده است که از میان این نماگرها، معروفیت جهانی شهر به عنوان شهر مراسم‌های هویت‌مند با بارعاملی ۰/۸۴۳ به عنوان عامل اول، نورپردازی و مرمت بناهای تاریخی و بارزش موجود در شهر با بارعاملی ۰/۷۱۱ به عنوان عامل دوم، ساماندهی خلاقانه منظر شهری با تاکید بر آداب و رسوم خاص منطقه (بدنه‌سازی زیرگذرها با نمادهای فرهنگی شهر) با بارعاملی ۰/۶۸۹ به عنوان عامل سوم، خلاقیت در تهیه غذاهای بومی در شهر برای گردشگران با بارعاملی ۰/۶۷۲ به عنوان عامل چهارم، برگزاری رویدادهای نمایشی در فضاهای تعاملی با بارعاملی ۰/۵۸۳ به عنوان عامل پنجم، ایجاد بوم گردی‌ها با فعالیت‌های خلاق و جاذب جمعیت با بارعاملی ۰/۵۴۹ به عنوان عامل ششم، بازسازی و ساماندهی فضاها و صنایع بکر از طریق فعالیت‌های خلاق بومی در شهر با بارعاملی ۰/۵۱۷ به عنوان عامل هفتم و ایجاد فضاهای خلاق و تعاملی گردشگران در شهر بندرعباس با بارعاملی ۰/۵۰۲ به عنوان عامل هشتم تاثیر زیادی در سرزندگی فضاهای شهری و شتاب بخشی به تحقق پذیری شهر خلاق و مضافاً توسعه گردشگری خلاق در شهر بندرعباس دارند (جدول ۹).

جدول ۹- متغیرهای بارگذاری شده در عامل سرزندگی فضاهای شهری

نماگر	بار عاملی
-------	-----------

۰/۷۱۱	نورپردازی و مرمت بناهای تاریخی و بارزش موجود در شهر
۰/۵۰۲	ایجاد فضاهای خلاق و تعاملی گردشگران در شهر بندرعباس
۰/۵۴۹	ایجاد بوم گردی ها با فعالیت های خلاق و جاذب جمعیت
۰/۸۴۳	معروفیت جهانی شهر به عنوان شهر مراسم های هویتمند
۰/۶۸۹	ساماندهی خلافتانه منظر شهری با تاکید بر آداب و رسوم خاص منطقه (بدنه سازی زیرگذرها با نمادهای فرهنگی شهر)
۰/۵۱۷	بازسازی و ساماندهی فضاها و صنایع بکر از طریق فعالیت های خلاق بومی در شهر
۰/۵۸۳	برگزاری رویدادهای نمایشی در فضاهای تعاملی
۰/۶۷۲	خلاقیت در تهیه غذاهای بومی در شهر برای گردشگران

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

تحلیل تأییدی معناداری اثرگذاری عامل‌ها بر تحقق پذیری شهر خلاق در بندرعباس

پس از استخراج عامل‌های اثرگذار بر توسعه گردشگری خلاق بر تحقق پذیری شهر خلاق بر اساس تلفیق نظر جامعه مصاحبه شونده و جامعه گردشگران، به منظور سنجش تأییدی معناداری اثرگذاری عامل‌ها از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده گردید. نتایج این آزمون در سطح ۹۵ درصد اعتماد و با احتساب دامنه طیفی لیکرت و مطلوبیت عددی ۳ مورد آزمون از همین طیف نشان از تأیید معناداری اثرگذاری عامل‌ها بر تحقق پذیری شهر خلاق در شهر بندرعباس در منطقه مورد مطالعه دارد. بر حسب نتایج آزمون در سطح ۰/۰۵ درصد؛ آماره، حد بالا و پایین ۵ عامل استخراج شده به صورت مثبت ارزیابی گردیده شده است که این امر بر اساس مفروضات آزمون فوق نشان از تأیید موضوع مورد بررسی و در این مطلب نشان از تأیید معناداری اثرگذاری عامل‌ها دارد. بر حسب نتایج پویایی اقتصاد خلاق با آماره ۹/۸۱۹ مؤثرترین عامل و عامل اجتماعی و امنیتی (مشارکت تاکتیکال) با آماره ۲/۱۶۸ کم اثرترین عامل مؤثر بر تحقق پذیری شهر خلاق در منطقه مورد مطالعه بوده است. نتایج به دست آمده از این آزمون با درصد واریانس‌های تبیین شده برای هر عامل همخوانی داشته و این موضوع نشان از صحت و تأیید یافته‌های تحقیق دارد (جدول ۱۰).

جدول ۱۰- تأیید معناداری اثرگذاری عامل‌ها بر تحقق پذیری شهر خلاق در بندرعباس

مطلوبیت عددی (۳)						عامل‌ها
فاصله اطمینان ۹۵٪		سطح میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره آزمون	
حد بالا	حد پایین					
						اقتصاد خلاق
۱/۰۶۰۶	۰/۷۶۹۱	۰/۸۸۰۸۱	۰/۰۰۰	۱۲۴	۹/۸۱۹	کارایی و اثربخشی زیرساخت های گردشگری
۰/۸۹۶۷	۰/۵۱۵۷	۰/۷۴۷۳۷	۰/۰۰۰	۱۲۴	۸/۱۱۷	
۰/۸۱۰۳	۰/۴۹۵۳	۰/۶۷۰۸۱	۰/۰۰۰	۱۲۴	۷/۱۰۳	شاخص های تنوع شهری
۰/۷۱۵۶	۰/۳۹۵۱	۰/۵۷۶۲۳	۰/۰۰۰	۱۲۴	۶/۱۲۵	سرزندگی فضاهای شهری
۰/۳۰۶۳	۰/۰۰۷۹	۰/۱۵۶۳۵	۰/۰۳۴	۱۲۴	۲/۱۶۸	ابعاد اجتماعی و امنیتی (مشارکت تاکتیکال)

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

بررسی تاثیرگذاری معیارهای گردشگری خلاق در ایجاد شهر خلاق در شهر بندرعباس

برای بررسی تاثیرگذاری معیارهای گردشگری خلاق در ایجاد شهر خلاق در شهر بندرعباس از ضریب رگرسیون ساده استفاده شده است. ضریب همبستگی چندگانه (R) محاسبه رابطه معیارهای گردشگری خلاق و شاخص های شهر خلاق (به عنوان شاخص تلفیقی) در شهر بندرعباس و شکل گیری شهره خلاق را با میزان $۰/۵۳۹$ تایید می کند. در جدول (۱۱) R^2 ضریب تبیین محاسبه شده را نشان می دهد. $۳۱/۸$ درصد از تغییرات و شکل گیری شهر خلاق ناشی از بهبود شاخص های گردشگری خلاق و سرمایه گذاری در شاخص های گردشگری در این شهر است.

جدول ۱۱- آماره های تحلیل رگرسیون (شاخص تلفیقی) و شکل گیری شهر خلاق بندرعباس

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تبیین	ضریب تبیین تعدیل شده	خطای معیار
$۰/۵۳۸$	$۰/۳۱۸$	$۰/۳۰۱$	$۱۹/۶$

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۲.

جدول ۱۲- تحلیل واریانس و رگرسیون (شاخص تلفیقی) و شکل گیری شهر خلاق بندرعباس

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معنی داری
اثر رگرسیون	$۵۳۳۴/۰۱۱$	۱۲	$۵۳۳۴/۰۱۱$	$۹/۳۰۲۲$	$۰/۰۰۱$
باقی مانده	$۱۰۳۵۲/۱۱۷$	۱۱۲	$۶۱۲/۳۳۵$		
کل	$۱۵۶۷۶/۱۲۸$	۱۲۴	-		

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۲.

در جدول فوق مقدار F معنی دار بودن رگرسیون را تایید می کند. در جدول نهایی مدل های وارد بر رگرسیون نشان می دهد به ازای یک واحد تغییر در اثر انحراف معیار شاخص های گردشگری خلاق، $۰/۵۸۲$ واحد تغییر در شکل گیری شهر خلاق ایجاد می گردد (جدول ۱۳).

جدول ۱۳- آماره های متغیرهای وارد بر مدل رگرسیونی شکل گیری شهر خلاق بندرعباس

Sig	t	ضریب استاندارد	ضریب غیر استاندارد		نام متغیر
		β	خطای B	B	
$۰/۰۸۵$	$۱/۶۳۲$	-	$۳/۲۵۱$	$۷/۰۲۳۵$	عرض از مبدا
$۰/۰۰۲$	$۲/۴۵۲$	$۰/۵۸۲$	$۱/۶۲۳$	$۵/۳۶۲$	شاخص های تلفیقی

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۲.

بنابراین بهبود شاخص های گردشگری خلاق تاثیرات خود را بر حرکت شهر بندرعباس به سمت شکل گیری شهر خلاق و جامعه دانش می گذارند.

ارائه مدل اجرایی اثرگذاری مولفه های گردشگری خلاق در تحقق پذیری برنامه ریزی شهر خلاق

سیاست هایی که تحقق پذیر شهر خلاق را به شکلی جامع و پایدار دنبال می کند مشتمل بر دستورالعمل هایی است که جهت اجرای آنها نیاز به شکل گیری یک مدل اجرایی که موجب یکپارچگی در مدیریت برنامه های توسعه گردشگری می شود، بسیار

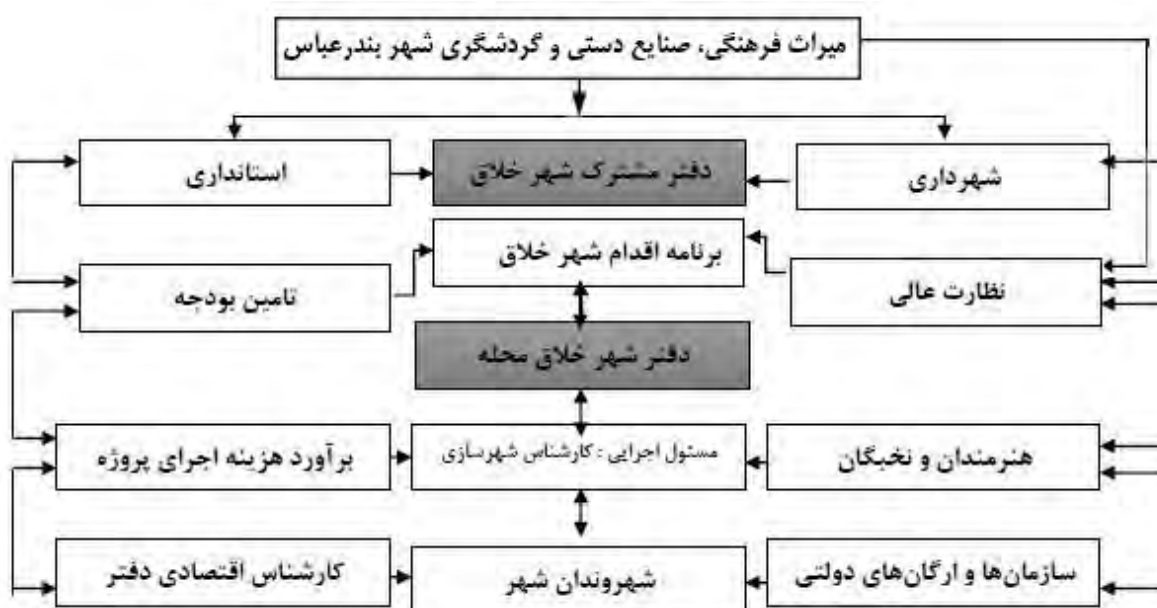
مهم و حیاتی است. بر مبنای موضوع فوق، الزامات مدل اجرایی ذیل برای تحقق پذیری شهر خلاق با توسعه برنامه های گردشگری خلاق مورد نیاز است (شکل ۴).

تاسیس دفتر مشترک شهر خلاق و مدیریت گردشگری با ساختار سازمانی مشخص که ماهیتی مستقل با نظارت عالی شهرداری و میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و استانداری به عنوان مرجع هماهنگ کننده دستگاه های اجرایی. تهیه برنامه تفصیلی اقدام مشترک دستگاه های اجرایی شهر بندرعباس در خصوص تحقق پذیری شهر خلاق با رویکرد اثرپذیری از مولفه های توسعه گردشگری

تشکیل شورای صنفی نخبگان و هنرمندان شهر بندرعباس الزام به حضور نمایندگان سازمان ها و معاونت های شهرداری بندرعباس و میراث فرهنگی این شهر در شورای صنفی نخبگان و هنرمندان

بررسی و تصویب برنامه های اقدام مشترک تحقق پذیری شهر خلاق با بهره گیری از مولفه های مدیریت گردشگری در شورای نخبگان و هنرمندان این شهر

الزام به بررسی طرح ها و پروژه های شهرداری بندرعباس و میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری این شهر در دفتر مشترک شهر خلاق و مدیریت گردشگری و در صورت لزوم ارجاع به شورای نخبگان و هنرمندان تهیه گزارش عملکرد سالیانه دفتر مشترک شهر خلاق و مدیریت گردشگری شهر بندرعباس و ارائه مشکلات و محدودیت ها و پتانسیل های اجرایی پروژه و اقدامات لازم هماهنگی اجرای طرح با چشم انداز شهر بندرعباس در زمینه اقتصاد گردشگری



شکل ۴- مدل اجرایی اثرگذاری مولفه های گردشگری خلاق در تحقق پذیری شهر خلاق

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۲

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

شهر خلاق، مشتمل بر جذب نهادها، افراد و شرکت های خلاق در فعالیت های مرتبط با شهر و همچنین ایجاد زمینه درک شهر به عنوان یک پدیده خلاق است. از آن جایی که گردشگری خلاق نیازمند نهادها، افراد و شرکت های خلاق به منظور بهبود وضعیت گردشگری و ارزش آفرینی گردشگری برای توسعه شهر و پویایی اقتصاد شهر است لذا خلاقیت در شاخص ها و مولفه های گردشگری می تواند زمینه های تحقق پذیری شهر خلاق را فراهم سازد. شهر بندرعباس با داشتن پتانسیل ها و ظرفیت های مطلوب گردشگری قابلیت پویایی و فراگیر شدن فعالیت های خلاق در این حوزه را دارد. در این شهر، بخش های هنری شامل موسیقی های سنتی، آداب و رسوم و فرهنگ های اصیلی آئینی که شهر را زنده و پویا می سازند و به آن ها ارزش واقعی می بخشد، برای تحت کنترل درآوردن اثر اقتصادی هنر و ایجاد شهرت ملی و بین المللی برای شهر به ویژه با فعالیت در خصوص جذب افرادی که طبقه خلاق خوانده می شوند، تلاش کرده است. آنچه در ایام تعطیلات با حضور گردشگران در مراکز گردشگری این شهر تداعی می کند این است که استفاده از هنرهای غنی سنتی برای نمایش تنوع و ساخت درک بین مردم، ایجاد اقتصاد و صنایع خلاق در راستای فعالیت های گردشگری، به رسمیت شناختن خلاقیت به عنوان یک پیشرو برای نوآوری و حتی اتخاذ یک رویکرد خلاق برای حل مسائل گردشگری و برند سازی محصولات گردشگری برای معرفی هر چه بیشتر این شهر به عنوان یک شهر خلاق، همه در راستای ارزش آفرینی برای شهر و بازپیرایی و توسعه مجدد این شهر با بهبود زمینه های اقتصاد خلاق و تحقق پذیری شهر خلاق در این شهر است.

بهبود زیرساخت های گردشگری، تدوین برنامه اقدام مشترک دستگاه های متولی مدیریت شهری و گردشگری این شهر به منظور جذب اعتبارات ملی برای توسعه مراکز گردشگری و فرهنگی، احیای مجدد مسیرهای گردشگری و ایجاد رونق این مسیرها با استقرار فعالیت های اقتصادی خلاق و فرهنگ محور در راستای جذب طبقه خلاق و نمایش شهر در یک قالب فرهنگی و خلاق می باشد که در صورت تحقق اهداف نهایی آن، منجر به رشد و توسعه اقتصادی مطلوب در شهر می گردد. بازار سنتی بندرعباس با ارائه محصولات و کالاهای گردشگری در قالب فروشگاه های البسه سنتی مردان و زنان، روبنده های چرمی، فروشگاه های صنایع دستی شامل سفالگری، قالیبافی، سبد و حصیر بافی، چادرشب بافی و سوزن دوزی منجر به شکل گیری زنجیره ای از فعالیت های اقتصادی خلاق در این شهر شده است که مدیریت شهری برای پویایی این فضاها اقدام به ایجاد فضاهای تعاملی و

فضاهای مکث برای ماندگاری بیشتر جمعیت و تاثیر در ایفای نقش اقتصادی برای شهر و نهایتا کسب درآمد برای ساکنین زمینه های ایجاد شهرهای خلاق با ماندگاری جمعیت در اکثر اوقات روز و سال را فراهم کرده است. این موضوع نتیجه اهمیت همه عناصر گردشگری خلاق بوده است. اقدام مدیریت شهری به برپایی بازارچه صنایع دستی در بوستان های شهر و راه اندازی مراکز خلاقیت و فناوری های نوین در محله برکه گرد مثالی بارز از پویایی اقتصاد خلاق در این شهر است که زمینه جذب طبقه خلاق و تحقق پذیری شهر خلاق را فراهم کرده است.

بر اساس یافته های پژوهش تنها مسیر تحقق پذیری شهر خلاق برای بندرعباس از مسیر و رویکرد گردشگری خلاق تدوین راهبردهایی چون چهره آرای و زیباسازی صورت ها و ظواهر اندیشه ها و عناصر عینی صحیح شهر و جلوه اجتماعی - فرهنگی شهر با اتخاذ حضور هنرمندان، نخبگان و دانشمندان در محیط های شهری است. در این رابطه پیشران های کلیدی چون طراحی، هنر، هویت، کارآفرینی، حاکمیت خلاق، رسانه ها و سرمایه های انسانی و فرهنگی بسیار حائز اهمیت است. در این رابطه سیاست های ذیل پیشنهاد می گردد:

- ❖ زیباسازی محیط شهری با طراحی فضاهای گردشگری متفاوت و مختص شهر بندرعباس
- ❖ پهنه ها و محورهای گردشگری با نمایش کلیه نمادهای اندیشه و تفکر ساکنین هویتمند شهر بندرعباس در محیط های شهری
- ❖ نشانه گذاری، اطلاع رسانی و راهنمایی شهر با طراحی المان ها و نمادها و تابلوهای شهری بر مبنای حوزه ها و محورهای عملکردی فضاهای شهری
- ❖ نمایش و تصویرسازی اندیشه ها و فضاهای تاریخی شهر در پیوند با تکنولوژی
- ❖ ایجاد کیوسک های دیجیتالی اطلاعات گردشگری در سطح شهر
- ❖ نورپردازی حجمی مراکز گردشگری و مراکز خدماتی گردشگری در این شهر
- ❖ پشتیبانی از هنرمندان محلی و فعال شدن فضاهای عمومی با پروژه های هنر موقت
- ❖ بسته بندی محصولات گردشگری با قابلیت معرفی محصولات گردشگری جهت برندسازی محصولات و معرفی شهر به عنوان شهر خلاق گردشگری

ملاحظات اخلاقی:

پیروی از اصول اخلاق پژوهش: در مطالعه حاضر فرم های رضایت نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی ها تکمیل شد.

حامی مالی: هزینه های مطالعه حاضر توسط نویسندگان تامین شد.

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

منابع

- 1) Arcos, P. J., Imbert, B. R. D., & Guitart, C. N., (2023). Evaluating the use of digital cartography to showcase the intangible heritage, IGI Global Press, 163-183, DOI: 10.4018/978-1-7998-8262-6.ch009.
- 2) Ashworth, G. J. & Page, S., (2011). Urban Tourism Research: Recent Progress and Current Paradoxes, Tourism Management, 32 (1): 1-15, DOI:10.1016/j.tourman.2010.02.002.
- 3) Bærenholdt, J. O., & Haldrup, M., (2006). Mobile Networks and Place Making in Cultural Tourism Staging Viking Ships and Rock Music in Roskilde, European Urban and Regional Studies, 13(3): 209-224, DOI:10.1177/0969776406065431.
- 4) Beckstead, D., & Brown, W. M., (2006). Capacity innovation: employ en science set en genie dam's les villas comedienne set Americans. Statistic Canada Press, Ottawa. 1-315.

- 5) Bellini, N., Grillo, F., Lazzeri, G., & Pasquinelli, C., (2017). Tourism and regional economic resilience from a policy perspective: Lessons from smart specialization strategies in Europe, *European Planning Studies*, 25 (1), 140-153. DOI:10.1080/09654313.2016.1273323.
- 6) Binkhorst, E., & Dekker, T., (2009). Agenda for Co-Creation Tourism Experience Research, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2):311-327, DOI:10.1080/19368620802594193.
- 7) Bourne, L. S., Hutton, T. A., Shearmur, R., & Simmons, J. (Eds.) (2011). *Canadian urban regions: Trajectories of growth and change*. Toronto: Oxford University Press, 1-268.
- 8) Cernevičiute, J., & Strazdas, R., (2018). Teamwork management in Creative industries: factors influencing productivity, *Journal of Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(2):503-516, DOI:10.9770/jesi.2018.6.2(3).
- 9) Clark, T. N., (2004a). Gays and urban development: how are they linked? In *The City as an Entertainment Machine*. TN Clark (ed.), Elsevier Press, Oxford, UK, 221–234.
- 10) Darchen, S., & Tremblay, D. G., (2010). What attracts and retains knowledge workers/students: The quality of place or career opportunities? The cases of Montreal and Ottawa., *Cities*, 27 (4), 225-233, DOI:10.1016/j.cities.2009.12.009.
- 11) Dekker, T., & Tabbers, M., (2012). From Creative Crowds to Creative Tourism: A search for creative tourism in small and medium sized cities, *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4 (2), 128-141, <https://pearl.plymouth.ac.uk/jtcp/vol4/iss2/20>.
- 12) Della, L., & Trunfio, M., (2018). The role of the private actor in cultural regeneration: Hybridizing cultural heritage with creativity in the city, *Cities*, 82 (2), 35-44, DOI:10.1016/j.cities.2018.05.003
- 13) Dellisant, R., (2023). *Cultural and Creative Industries and Regional Development Creativity Where and Why*, Springer Press, Contributions to Regional Science, ISBN 978-3-031-29624-6 (eBook), 1-250, <https://doi.org/10.1007/978-3-031-29624-6>.
- 14) Dellisanti, R., (2023). *Cultural and Creative Industries and Regional Development Creativity Where and Why*, Springer Press. 1-169, DOI:10.1007/978-3-031-29624-6.
- 15) Doosti, F., Zaal. M. H., & Ramezanzadeh Lasbouee, M., (2019). Assessing the Capacities of Creative Tourism in Tabriz City, *Journal of Urban Tourism*, 6(2), 1-13, DOI: 10.22059/JUT.2018.253316.461.[In Persian].
- 16) Doosti, F., Zaal. M. H., & Ramezanzadeh Lasbouee, M., (2019). Assessing the Capacities of Creative Tourism in Tabriz City, *Journal of Urban Tourism*, 6(2), 1-13, DOI: 10.22059/JUT.2018.253316.461.[In Persian].
- 17) Duxbury, N., & Murray, C., (2010). Creative Spaces. In Isar, R. and Anheier, H. (eds). *Cultural Expression, Creativity and Innovation*, Volume Three of the Cultures and Globalization Series. Thousand Oaks, 1-224, DOI:10.4135/9781446251010.n18.
- 18) Florida, R (2005). *Cities and the Creative Class*, Rutledge Press, New York, 3-19, <https://creativeclass.com/rfcgdb/articles/4%20Cities%20and%20the%20Creative%20Class.pdf>
- 19) Franke, S. B., (2021). The creative city concept and city development, *Scientific Papers of Silesian University of Technology, Organization and Management Series*, 633-641. DOI:10.29119/1641-3466.2021.151.43.
- 20) Frey, O., (2009). Creativity of Places as a Resource for Cultural Tourism. In Maciocco, G. & Serreli, S. (eds) *Enhancing the City: New Perspectives for Tourism and Leisure*, Springer Press, 135-154. DOI:10.1007/978-90-481-2419-0_7.
- 21) Gato. M., Dias. Á., Pereira. L., da Costa, R. L., & Gonçalves. R., (2022). Marketing communication and creative tourism: An analysis of the local destination management organization. *Journal of open innovation: Technology, Market and Complexity*, 1-23, <https://doi.org/10.3390/joitmc8010040>
- 22) Glaeser. E. L., (2005). Review of Richard Florida's the Rise of the creative class. *Regional Science and Urban Economics*, 35 (5), 593–596, DOI:10.1016/j.regsciurbeco.2005.01.005.
- 23) Klasik. A., (2009). *Przemysły kreatywne oparte na nauce i kulturze*. Katowice: University of Economics Publisher, 1-151, DOI:10.29119/1641-3466.2021.151.43.

- 24) Kong. L., (2011). From precarious labor to precarious economy, planning for precocity in Singapore's creative economy City, Culture and Society, 2 (2), 55-64, DOI:10.1016/j.ccs.2011.05.002
- 25) Maning. T. J., & Darnton, J., (2006). Social diversity and economic development in the metropolis. Journal of Planning Literature, 21(2), 153-168, DOI:10.1177/0885412206292259
- 26) Markusen. A., (2014). Creative cities: a 10-year research agenda, Journal of Urban Affairs, 36(2), 567-589, DOI:10.1111/juaf.12146.
- 27) Minguzzi. A., & Ludovico. S., (2012). Relazioni Virtuose Tra Patrimonio Culturale, Turismo e Industrie Creative a Supporto Dei Processi Di Sviluppo Territoriale. Proceedings of the conference Atti del XXIV Convegno Annuale Di Sinergie, 641-53. https://www.researchgate.net/publication/235784010_Relazioni_virtuose_tra_patrimonio_culturale_turismo_e_industrie_creative_a_supporto_dei_processi_di_sviluppo_territoriale
- 28) Minguzzi. A., (2006). Network Activity as Critical Factor in Development of Regional Tourism Organization. An Italian Case Study. In Tourism Local Systems and Networking, edited by Luciana Lazzaretti and Clara S. Petrillo, Oxford Press, 257-85.
- 29) Ooi. C. S., (2008). Credibility of a creative image: The Singaporean approach, Creative encounters: Creativity at work, Copenhagen: Copenhagen Business School, https://www.researchgate.net/publication/229045202_Credibility_of_a_Creative_Image_The_Singaporean_Approach.
- 30) Pratt. A. C., (2008). Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class, Human Geography, 90 (2), 107-117. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0467.2008.00281.x>
- 31) Richards. G., & Wilson. J., (2006). Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture?, Tourism Management, 27 (6), 1209-1223, DOI:10.1016/j.tourman.2005.06.002.
- 32) Richards. G., (2020). Designing creative places: The role of creative tourism, Annals of Tourism Research, 85 (2), 56-73 <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>.
- 33) Romão. J., Guerreiro. J., & Rodrigues, P.M.M., (2017). Tourism growth and regional resilience: The 'beach disease' and the consequences of the global crisis of 2007, Tourism Economics, 22 (4), 699-714, DOI:10.1177/1354816616654243.
- 34) Sacco. P.L., & Segre. G., (2009). Creativity, Cultural Investment and Local Development: A New Theoretical Framework for Endogenous Growth. In book: In Growth and Innovation of Competitive Regions, ed. U. Fratesi and L. Senn, Berlin Heidelberg: Springer Press, 281-294. DOI:10.1007/978-3-540-70924-4_13.
- 35) Salaripour. A., Hesam. M., Baradaran sagharloo. A., & Hamidi. A., (2020). Explaining the Creative Tourism Development Strategies of Rasht City, Journal of Urban Tourism, 7(3), 127-142, DOI:10.22059/JUT.2020.303292.801. [In Persian].
- 36) Salaripour. A., Hesam. M., Baradaran sagharloo. A., & Hamidi. A., (2020). Explaining the Creative Tourism Development Strategies of Rasht City, Journal of Urban Tourism, 7(3), 127-142, DOI:10.22059/JUT.2020.303292.801. [In Persian].
- 37) Santagata. W., (2002). Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth. International Journal of Urban and Regional Research, 26 (1), 9-23. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00360>
- 38) Scott. A. J., (2006). The Cultural Economy of Cities, Sage, Creative cities: conceptual issues and policy questions, journal of urban affairs, 21 (2), 323-339, DOI:10.1111/1468-2427.00075.
- 39) Serafinelli. M., & Tabellini. G., (2022). Creativity Over Time and Space. Journal of Economic Growth, 27 (1), 1-43. <https://doi.org/10.1007/s10887-021-09199-6>.
- 40) Siebel. W., (2008). Talent, Tolerant, Technologies. Kritische Anmerkungen zu dried neon Zauberworten deer Stadpolitik. RegionPol, Zeitschrift fur Regional wirtschaft, 1 (1), 31-39.
- 41) Tan. S. K., Kung. S. F., & Luh, D. B., (2013). A model of creative experience in creative tourism. Annals of Tourism Research, 41 (2), 153-174, DOI:10.1016/j.annals.2012.12.002.
- 42) Turok. I., (2009). The distinctive city: Pitfalls in the pursuit of differential advantage, Environment and Planning A, 41 (1), 13-30, DOI:10.1068/a37379.
- 43) Weidenfeld. A., (2018). Tourism diversification and its implications for smart specialization, Sustainability, 10 (3), 1-15, doi: 10.1016/j.annals.2020.102995

- 44) Zhu, Z., Isa, s.s., & Ramlan, M. A., (2023). Creative Tourism Competitiveness in Chongqing City Using Diamond Model. International Journal of Business and Technology Management, 5 (3), 118-132, <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbtm/article/view/23741>.
- 45) Zimmerman. J., (2008). From brew town to cool town: neoliberals and creative city development strategy in Milwaukee. Cities, 25 (4), 230-242, DOI:10.1016/j.cities.2008.04.006

