



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

## اقتصاد خلاق به عنوان یک عامل استراتژیک برای توسعه پایدار گردشگری

احمدرضا بختباران

دانشجوی دکتری علوم اقتصادی مرکز تحصیلات تکمیلی دانشگاه پیام نور تهران

ahmadrezabb7@gmail.com

### چکیده

صنعت گردشگری امروزه موتور محرکه اقتصاد است. این صنعت هم از راه فروش خدمات گردشگری و هم از مسیر تاثیرات بر سایر صنایع برای اقتصاد کشورها درآمدزایی می کند. تحرکی که گردشگری در اقتصاد ایجاد می کند عاملی برای توسعه اقتصادی خواهد بود. می توان کشورهای نظیر اتریش، سوئیس و اسپانیا را مثال زد که به شدت اقتصادی متاثر از صنعت گردشگری دارند و تاثیرپذیری اقتصاد این کشورها از گردشگری در کنار عوامل مهمی نظیر وضعیت مترقیانه نهادی در این کشورها، عامل اصلی توسعه اقتصادی شان گردیده است. بنابراین می توان به صنعت گردشگری به عنوان یک عامل برای نیل به رشد و توسعه اقتصادی نگاه کرد. در کنار همه ی ظرفیت های مثبت مدنظر، گردشگری می تواند با معایب و مشکلاتی نیز همراه باشد که مهمترین آن، آسیب های زیست محیطی و فرهنگی است. رشد و توسعه گردشگری باعث بالارفتن آمار تخریب ها، تضادهای فرهنگی و عدم پذیرش جوامع محلی می گردد که این امر حیات صنعت گردشگری را به خطر می اندازد. هدف توسعه پایدار گردشگری، رشدی است که ارزش های جامعه میزبان را به خطر نیندازد و صنعت گردشگری را با اخلال روبرو نسازد به نحوی که آیندگان نیز بتوانند از منافع رشد صنعت گردشگری بهره مند گردند. پژوهش حاضر با رویکرد کیفی انجام شده است تا این نقش برجسته شهرهای خلاق را با تکیه بر آموزه های اقتصاد خلاق در بستر توسعه پایدار بررسی و تحلیل کند. در پژوهش حاضر ابتدا گردشگری و آثار مثبت و منفی آن بررسی شده و سپس اقتصاد صنایع خلاق و شهرهای خلاق به عنوان موتور رشد و توسعه پایدار گردشگری تحلیل می گردد. اطلاعات این مطالعه از طریق منابع کتابخانه ای گردآوری شده است. روش پژوهش در تحقیق حاضر نیز توصیفی - تحلیلی است. در نهایت، با بررسی عاملین مهم اقتصاد خلاق و تجربیات سایر کشورها در زمینه شهرهای خلاق و فرهنگی و تشریح شاخص های موجود، این نتیجه حاصل شده است که الگوهای اقتصاد خلاق و شهرهای خلاق و نظارت بر حسن اجرای اصول آن، به گردشگری خلاق و پایدار منتج می شود که جامعه میزبان را از معایب توسعه گردشگری مصون می دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری، اقتصاد خلاق، شهر خلاق، توسعه گردشگری، فرهنگ



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

## مقدمه

امروزه گردشگری بیش از پیش در کانون توجهات قرار گرفته است. گردشگری به عنوان صنعتی مطرح می‌گردد که قوه‌ی محرکه‌ی اقتصاد، علی‌الخصوص در کشورهاییست که از وجود سایر منابع بهره‌مند نیستند. بسیاری از کشورهای دنیا که اغلب از جمله کشورهای کوچک و جزیره‌ای می‌باشند به منظور تسهیل در ورود گردشگر اقدام به لغو روادید با تمام دنیا کرده‌اند. از این جمله می‌توان به کشورهایی نظیر جزایر کوک<sup>۱</sup>، میکرونزی<sup>۲</sup>، نیووی<sup>۳</sup>، جزایر پالائو<sup>۴</sup>، تووالو<sup>۵</sup> و ساموآ<sup>۶</sup> در قاره‌ی اقیانوسیه، هائیتی<sup>۷</sup> و دومینیکا<sup>۸</sup> در آمریکای مرکزی منطقه‌ی کارائیب، مالدیو<sup>۹</sup> در آسیا و یا سیشیل<sup>۱۰</sup> در قاره‌ی آفریقا اشاره کرد. اکثر این کشورها، کشورهای مستقل جزیره‌ای هستند که به علت وسعت خاک کم، عدم دسترسی ساده به راه‌ها و مسیرهای ترانزیتی و کمبود منابع صنعتی، اقتصادشان را بر صنعت گردشگری پایه‌گذاری کرده‌اند. این راهکار حتی سودمند نیز واقع شده است و امروزه تعدادی از این کشورها نظیر مالدیو به مقاصد محبوبی برای گردشگری تبدیل گشته‌اند. مقوله توریسم را از آن رو «صنعت توریسم» می‌نامند که در راستای ایجاد آن می‌باید صنایعی متحول شده و به کار افتد که مستقیماً با گردشگران در ارتباط باشند نظیر: انواع زیرساخت‌ها، صنایع ساختمان، انواع شبکه ارتباطی و صنایع حمل و نقل و تجهیزات پزشکی و درمانی و غیره (خواج‌شاهکوهی و همکاران، ۱۳۹۷). مطابق داده‌های وبسایت بانک جهانی، GDP کشور مالدیو در سال ۲۰۱۹ با ۵۳۰ هزار نفر جمعیت معادل ۴٫۷۵ میلیارد دلار آمریکا بوده است و توسط این بانک در رده‌ی درآمد متوسط‌رو به بالا دسته‌بندی شده است. همین شاخص برای سیشیل در همان سال بالغ بر ۱٫۵۸ میلیارد دلار آمریکا بوده است در حالی که این کشور فقط ۹۱ هزار نفر جمعیت دارد. بانک جهانی سیشیل را در زمره‌ی کشورهای با درآمد بالا طبقه‌بندی نموده است. سوئیس و اتریش دو کشوری هستند که حتی به آب‌های آزاد نیز دسترسی ندارند اما با کمک صنعت توریسم، اقتصادشان را به نحوی همخوان با جریان گردشگری تنظیم کرده‌اند که بیشترین بهره‌وری حاصل گردد. امروزه صنعت گردشگری که سطح بالایی از توسعه را برای بخش اقتصادی اکثر کشورها در سطح جهان فراهم ساخته است، به عنوان بخش پایه‌ای توسعه اقتصادی گردشگری دیده می‌شود. در کشورما ایران فرصت‌های گردشگری فراوانی وجود دارد که تاکنون به آنها پرداخته نشده است. مدیریت کلان در صنعت گردشگری باید فرصت‌ها را در کشور شناسایی کرده و آنها را در طرح جامع گردشگری کشور بگنجانند و زمینه سرمایه‌گذاری را در آنها مهیا کند. ورود گردشگر به کشور بیش از درآمدهای نفتی برای ما درآمد و منفعت خواهد داشت. توسعه صنعت گردشگری موجب رشد و شکوفایی اقتصادی و کاهش بیکاری و اشتغال‌زایی خواهد بود (بیگ‌پور و همکاران، ۱۴۰۰). توسعه گردشگری مانند رشد افراطی و بی‌محابای هر پدیده‌ای آسیب‌هایی در پی دارد که اگر این آسیب‌ها به از بین رفتن منابع طبیعی یا فرهنگی منجر گردد، در واقع جذابیت‌های گردشگری یک خطه است که از بین می‌رود. این مسئله می‌تواند مقاومت‌های محلی را در برابر جریان طبیعی گردشگری رقم‌بزند و کسادبازار گردشگری را حاصل شود. این مسئله ضرورت توسعه‌ی پایدار گردشگری را نشان می‌دهد. یعنی توسعه‌ای که ضمن رشد صنعت گردشگری، به منابع موجود آسیب نزند و این منابع را برای آیندگان حفظ نماید. گردشگری پدیده‌ی قرن است و نمی‌توان آن را نادیده گرفت بلکه باید بدان به

<sup>1</sup> Cook Islands

<sup>2</sup> Micronesia

<sup>3</sup> Niue

<sup>4</sup> Palau Islands

<sup>5</sup> Tuvalu

<sup>6</sup> Samoa

<sup>7</sup> Haiti

<sup>8</sup> Dominica

<sup>9</sup> Maldives

<sup>1</sup> Seychelles

<sup>1</sup> Gross domestic product



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

مثابه پدیده‌ای نگریست که (خوب یا بد) وجود داشته و در برگیرنده جریانی از سرمایه، انسان، فرهنگ و سرزمین با ظرفیت‌های گردشگری و فراغت و کنش متقابل میان آنهاست که در فضاهای جغرافیایی آثار مختلفی برجای می‌نهد (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۵). به سادگی نمی‌توان از آثار، منافع و مزایای اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و حتی سیاسی گردشگری چشم‌پوشی کرد. توسعه گردشگری نیازمند تدوین و برنامه‌ریزی طرحی است که منافع توسعه گردشگری را تا حد امکان افزایش و معایب آن را تا حد امکان کاهش دهد. طرحی که از همه‌ی ظرفیت‌های بالقوه‌ی اقتصاد استفاده کند تا جوامع محلی ضمن بهره‌مندی از آثار مثبت گردشگری، به دلیل آثار منفی بر جوامع محلی‌شان، از این صنعت دلزده نگردند. اگر گردشگری روستایی به خوبی مدیریت نشود، به سبب تعامل و ارتباط جامعه محلی با گردشگران مختلف از فرهنگ‌های متفاوت، فرهنگ محلی دچار زوال و انحطاط می‌شود. از این رو نوع گردشگری باید با ارزش‌های اجتماعی فرهنگی جامعه محلی همخوانی داشته باشد (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۵). هدف این پژوهش بررسی جایگاه اقتصاد خلاق در گردشگری با تاکید بر مولفه‌های توسعه پایدار است. فرضیه آن است که گردشگری خلاق اهداف توسعه پایدار گردشگری را برآورده می‌سازد. گردشگری خلاق می‌تواند خود تقویت کننده‌ی عناصر گردشگری یک منطقه باشد به نحوی که از آسیب و تخریب دور بماند. امروزه از ترکیب آموزه‌های اقتصاد خلاق در شهرها، مفهوم شهرهای خلاق و فرهنگی به وجود آمده است. خلاقیت برای توسعه گردشگری در شهرها در سال‌های اخیر به طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته است و سبب رقابت میان شهرها شده است، لذا شهرها به طور فزاینده‌ای به دنبال ایجاد استراتژی‌های خلاقانه خود هستند. با این حال، در زمینه گردشگری، چنین استراتژی‌ها ممکن است به طور متقابل سازنده باشد زیرا رقابت برای ایجاد تمایز اغلب در شهرهایی که الگوهای مشابه توسعه خلاقانه را تصویب می‌کنند، فراهم می‌شود (احمدزاده و همکاران، ۱۳۹۹). این استراتژی‌ها عموماً بر مبنای غنای فرهنگی شهر و خلاقیت افراد تدوین می‌گردند و همین امر به گردشگران نقشه‌ی جامعی می‌دهد که دقیقاً باید چه هدفی از گردشگری خود داشته باشند و چگونه از غنای فرهنگی خاص آن منطقه صیانت کنند. در واقع خلاقیت باعث می‌شود، گردشگران، خلاقانه خود را بخشی از پروژه‌ی فرهنگی مقصد بدانند و پاسدار ارزش‌های فرهنگی میزبانانشان باشند. نیل به این دستاورد دقیقاً بر معیارهای توسعه پایدار منطبق است که در ادامه نیز به طور دقیق‌تر و کامل‌تر بررسی خواهند شد. نقش برجسته شهرها نیز در این پروسه نباید فراموش شود. در واقع این شهرهای خلاق هستند که آینده‌ی گردشگری و جهانگردی را ترسیم خواهند کرد. اهمیت موضوع آن جا بیش‌تر می‌شود که بدانیم طبق آمار رسمی مجامع بین المللی تا سال ۲۰۵۰ میلادی تمام مردم جهان شهرنشین خواهند شد و روستایی یا روستانشین مفهوم خود را از دست خواهد داد (مریدیان و همکاران، ۱۳۹۶). بنابراین توسعه پایدار شهری نیز با توسعه پایدار گردشگری ارتباط تنگاتنگی پیدا خواهد کرد.

3

## ادبیات تحقیق

### ۱. گردشگری

سازمان جهانی گردشگری، گردشگری را مجموعه فعالیت‌های افرادی تعریف می‌کند که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود به قصد تفریح و استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می‌کنند و اقامت آنها در محل کمتر از یک سال به طول می‌انجامد (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۷). بر اساس آمار منتشره سازمان جهانی گردشگری (WTO) تعداد گردشگران در سطح جهان از سال ۱۹۵۰ تاکنون ۳۶ برابر شده است، به طوری که از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به بیش از ۹۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۷ رسیده (باوری و همکاران، ۱۳۸۹) این امر که سالانه نیز در حال افزایش است نشان دهنده‌ی میزان توجه به گردشگری نزد مردم است. گردشگری شامل عناصری می‌گردد که این عناصر از عواملی محسوب می‌شوند که گردشگران یا همان مصرف‌کنندگان این خدمت به دلیل آن عوامل به گردشگری اشتغال می‌ورزند. این عوامل یا طبیعی‌اند نظیر دریا،





# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

رودخانه، جنگل و کوه و یا کویر و بسیاری عناصر طبیعی از این دست یا فرهنگی اند نظیر موزه‌ها، کاخ‌ها، آثار باستانی و تاریخی و سایر موارد فرهنگی. گردشگران بدین منظور با انتخاب شهرها و یا روستاهای مدنظر از خدمات عناصر گردشگری بهره می‌برند. از نظر فرانسوا آشر گردشگری یک فعالیت اقتصادی است که می‌توان گفت میراث فرهنگی و طبیعی کشور ما را خرید و فروش می‌کند (بونی فیس، ۱۳۹۴). از منظر دینی نیز، دین اسلام، مسلمانان را به سیر و سفر دستور داده تا از اوضاع دنیا و آثار گذشتگان آگاه شوند و با افراد هم‌کلام شوند و با افراد گوناگون تماس بگیرند و بر آگاهی‌ها و تجربیات خود بیفزایند و اگر بر اثر حوادث و رویدادهای ناخوشایندی که برای ایشان در وطنشان رخ داده، اندوه بر آنان چیره شده، با سفر و فاصله گرفتن از محل وقوع آن قضایا کم کم آثار آنها از خاطرشان رخت برنندد (رضایان و جوزی، ۱۳۹۳) از جمله آثار گردشگری که از منظر قرآن کریم قابل بررسی است می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

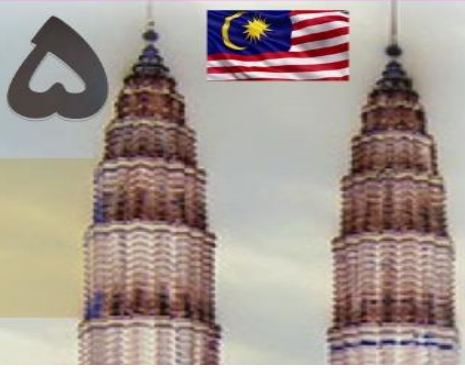
- ۱) بهره‌مندی از مواهب طبیعی: قرآن کریم می‌فرماید: اوست [خدایی] که زمین را برایتان رام ساخت، پس در راه‌ها و بلندی‌های آن گام بردارید و از روزیش بخورید که بازگشت همه به سوی اوست.<sup>۱۲</sup>
- ۲) مطالعه نظام آفرینش: در زمین گردش کنید تا ببینید خدا چگونه مردم را آفرید.<sup>۱۳</sup>
- ۳) مطالعه تاریخ: در زمین گردش کنید تا سرانجام کسانی را که پیش از شما بودند ببینید.<sup>۱۴</sup> (جوادی آملی، ۱۳۹۱).

دیدگاه‌هایی که در زمینه گردشگری ارائه شده، گردشگری را از چند منظر تحلیل می‌نماید. نظریه جهانی شدن بیان می‌دارد که رشد سریع پیشرفت‌های تکنولوژی و افزایش تعداد کشورهایایی که از کنترل دولتی به سوی اقتصاد بازار حرکت می‌کنند در حال ایجاد روندهای شدید به سوی جهانی شدن است و سبب تغییراتی مهم در حوزه جهانگردی بین‌المللی خواهد شد (نیتی، ۱۳۹۹). در نظریه دوم مجاورت فرهنگی جامعه میزبان و جامعه میهمان یا توریست‌ها مدنظر قرار گرفته و بیان می‌دارد این ارتباط مستمر منجر به فرهنگ‌پذیری بین دو گروه و اثرات فرهنگی متقابل می‌گردد که البته بعد مثبت و منفی این آثار قابل بررسی خواهد بود. نوسازی نیز یکی از این نظریات است که توسط دیوید هاریسون در مطالعات توریسم به کار رفته است. وی معتقد است ضمن اهمیت سهم اقتصادی برای رونق بخشی به صنعت توریسم باید نوسازی در زمینه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی مدنظر قرار بگیرد. گردشگری را می‌توان با دو رویکرد گردشگری شهری و گردشگری روستایی تحلیل کرد. یکی از مهمترین مقاصدی که سمت و سوی گردشگری جهان را در دهه‌های گذشته تحت تاثیر قرار داده، مقاصد گردشگری شهری است. رشد سفرهای کوتاه مدت به این مقاصد، آن را به یکی از اصلی‌ترین مراکز گردشگری تبدیل نموده و این پدیده خود را در بیشتر مقاصد گردشگری دنیا نشان داده است (رنجبریان و خزائی‌پول، ۱۳۹۲). از آنجایی که شهرها پایگاه تحولات سیاسی و فرهنگی در طول تاریخ بوده‌اند، همواره آثار و یادگارهای فراوانی از دوران گوناگون تاریخی را میزبانی می‌کنند که گردشگران زیادی را به خود جلب می‌کند. شهرهایی مثل پاریس، مادرید، بخارست، لیسبون از جمله شهرهای اروپایی هستند که گردشگران زیادی سالانه از این شهرها با اهداف فرهنگی بازدید می‌کنند. در ایران نیز می‌توان از اصفهان، تبریز، مشهد، یزد، رشت، شیراز و کرمان و ... در این خصوص یاد کرد. همه‌ی این شهرها تاریخ سیاسی پویایی را پشت سر گذاشته‌اند. ایران به لحاظ دارا بودن ابنیه و آثار تاریخی نظیر تخت جمشید، چغازنبیل، تخت سلیمان و شهر سوخته و ... جزء ۹ کشور اول جهان محسوب می‌شود (یاوری و همکاران، ۱۳۸۹). گردشگری روستایی که به نام‌های گردشگری بومی یا محلی نیز شناخته می‌شود، بیشتر با محوریت عناصر طبیعی و طبیعت گردی شکل می‌گیرد. گردشگری بومی و محلی به عنوان یکی از موارد شاخص در این زمینه که در حال حاضر بالغ بر ۲۶ درصد از کل جریان‌های گردشگری جهان را به خود اختصاص

سوره ملک آیه ۵

سوره عنکبوت آیه ۴۰

سوره روم آیه ۴۲



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

داده است (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۷). البته در کنار بازدید از مناظر طبیعی، گاهی برگزاری رویدادها و آیین‌های سنتی نیز عاملی برای جذب گردشگران به مقاصد روستایی است. اصولاً گردشگری از عناصر اولیه و ثانویه تشکیل می‌شود. عناصر اولیه به ترکیبی از جاذبه‌هایی اشاره می‌کند که جالب و منحصر به فرد است و در نتیجه قادر به جذب گردشگران می‌شود، عناصر ثانویه شامل امکانات و تسهیلات شهری در ارتباط با گردشگری است (دیناری، ۱۳۸۴).

## ۲. آثار گردشگری

هرچه تعداد ورود گردشگر بین‌المللی به یک کشور افزایش یابد، درآمد حاصل از آن نیز افزایش می‌یابد، از آن جایی که گردشگری یکی از صنایع خدماتی است، درآمد حاصل از این صنعت بخشی از تولید ناخالص داخلی کشور میزبان محسوب شده و مستقیماً بر رشد اقتصادی آن کشور تاثیر می‌گذارد (یاوری و همکاران، ۱۳۸۹). تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بعد از جنگ جهانی دوم بویژه در زمینه سهولت تحرک و جابجایی در رابطه با بهبود راه‌های ارتباطی و حمل‌ونقل، افزایش اوقات فراغت، گسترش شهرنشینی، افزایش آلودگی محیط‌زیست، بهبود رفاه اجتماعی و امکان تخصیص بخشی از درآمد برای امور غیر از امور روزمره موجب رواج گردشگری در سطح گسترده‌ای شده است. با توجه به اهمیت صنعت گردشگری، علاوه بر عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، عوامل محیط طبیعی نیز نقش مهمی را در توسعه گردشگری و همچنین جذب گردشگر ایفا می‌کنند (ایمانی و همکاران، ۱۳۹۷). گردشگری به صورت غیرمستقیم نیز بر رشد تاثیر می‌گذارد، چرا که اثر پویایی را در کل اقتصاد به شکل اثرات سرریز و یا دیگر آثار خارجی نشان می‌دهد به این صورت که اگر گردشگری به دلیل تعامل زیاد با دیگر فعالیت‌های اقتصادی، دچار رونق شود، سایر فعالیت‌های اقتصادی که به آن کالا یا خدمت ارائه می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند همراه با آن حرکت خواهند کرد (یاوری و همکاران، ۱۳۸۹). ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری همواره مورد تاکید قرار داشته است. رسانه‌ها نیز دائماً با تبلیغ عواید مالی حاصل از گردشگری، هم سیاست‌گذاران محلی و هم مردم را به فراهم سازی بستری برای میزبانی از گردشگران، تشویق می‌کنند. اما بدون توجه به بافت فرهنگی جامعه میزبان و یا تاب‌آوری منطقه میزبان. بدون شک نمی‌توان آثار اقتصادی حاصل از گردشگری را کتمان کرد. گردشگری به عنوان جزوی از مجموعه بزرگتر تفریحات، بعد از جنگ جهانی دوم و در کنار بخش‌های مالی و تکنولوژی، رشدی گول آسا را تجربه کرده است. گردشگری با مجموعه‌ای عظیمی از خدمات و کالاها سروکار دارد که به راحتی چرخ یک اقتصاد محلی و حتی گاهی اوقات در حد ملی را به حرکت می‌آورد. صنایع هتلداری، حمل و نقل، هنر (صنایع دستی)، تفریحات، فرهنگ، محیط زیست و بسیاری از حوزه‌های دیگر با توسعه گردشگری تامین مالی می‌شوند. اشتغال‌زایی بخش گردشگری غیرقابل چشم‌پوشی است و مخصوصاً زمانی که سوددهی در سایر بخش‌های اقتصادی کاهش یابد یا حتی به کلی مختل گردد، گردشگری می‌تواند جایگزین مناسبی برای آن بخش‌ها باشد. گردشگری با اقتصاد عجین شده است. به همین خاطر شاخص قدرت پاسپورت از ملاک‌های توسعه اقتصادی است. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند. صنعت گردشگری امروزه به قدری در توسعه اقتصادی، اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهادند (توتونچی و همکاران، ۱۳۹۴). این صادرات نامرئی برای کشور میزبان ارزآوری و اشتغال‌زایی به همراه دارد و این صنعت را به لحاظ گردش مالی در رده سوم تا ششم گروه صنایع (نظامی، نفت، فناوری اطلاعات، حمل و نقل و خودرو) قرار داده‌اند (اروجی، ۱۳۹۵). براساس آمار منتشره سازمان جهانی گردشگری (WTO) تعداد گردشگران در سطح جهان از سال ۱۹۵۰ تاکنون ۳۶ برابر شده است، به طوری که از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به بیش از ۹۰۰ میلیون نفر رسیده (یاوری و همکاران، ۱۳۸۹) و دائماً در حال افزایش است. علاوه بر منافع اقتصادی می‌توان به آثار مثبت فرهنگی نیز اشاره کرد. جامعه میزبان خصلت‌های فرهنگی مفید گردشگران را می‌پذیرد. از طرفی رواج گردشگری به یک منطقه منجر به توجه بیشتر دولت به آن منطقه شده که دستاوردهای زیادی برای مردم خواهد داشت.



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia



اما تمام این منافع اقتصادی باعث نمی‌شود که آثار منفی چنین رشدی مدنظر قرار نگیرد. اگر رشد و توسعه‌ی گردشگری نظام‌مند، هدفمند و با برنامه‌ریزی نباشد، این توسعه، پایداری نخواهد داشت و تمام عناصر گردشگری را در معرض خطر قرار می‌دهد. مهمتر از شناسایی ظرفیت‌های گردشگری، شناخت نوع استفاده از این ظرفیت‌هاست. اگر این اهمیت مدنظر قرار نگیرد، گردشگری فقط در حد یک تفریح و سرگرمی باقی می‌ماند در حالیکه که اگر طریقه صحیح استفاده از ظرفیت‌های گردشگری بررسی شوند از گردشگری می‌توان به عنوان راهکاری برای رفع مشکلات و آسیب‌های اقتصادی بهره برد. صرفاً تفریح بودن گردشگری، کارآیی و ماندگاری این صنعت را به خطر می‌اندازد. در گردشگری به عنوان تفریح، اصل گردشگری هدف نیست، صرفاً لذت بردن اولویت دارد و این‌که با عناصر گردشگری چگونه رفتار شود، مورد توجه قرار نمی‌گیرد و این اولین و بزرگترین آسیب این حوزه است. گردشگران ممکن است اکوسیستم اقتصادی جامعه میزبان را تحت تاثیر قرار دهند. نظیر خرید ملک و املاک توسط گردشگران که باعث افزایش قیمت‌ها به نحوی می‌گردد که مردم بومی توانایی رقابت با گردشگران را نداشته باشند. این مسئله در دراز مدت منجر به تغییر ترکیب جمعیتی می‌گردد. اگر جامعه میزبان یک جامعه روستایی باشد، رشد گردشگری ممکن است باعث تغییر نوع مشاغل از کشاورزی و باغداری به سمت مشاغل خدماتی گردد. این مسئله تا حدی برای اقتصاد زیان بار نیست که امنیت غذایی را به خطر نیاندازد. رشد افراطی مشاغل خدماتی به قیمت از بین رفتن کشاورزی و دامپروری ضربات بسیاری بر اقتصاد وارد می‌کند. حتی در بعد فرهنگی نیز، فرهنگ محلی مردم را از بین ببرد. این مسئله از تغییر در نوع پوشش و لهجه شروع می‌شود و تا مدگرایی و تغییر فرهنگ مصرف ادامه می‌یابد. این تغییرات در نهایت نیز حتی منجر به از بین رفتن تولیدات محلی مردم بومی می‌گردد چرا که نسل جدید بومیان، به فرهنگ گردشگران علاقمند می‌گردند و تمایل می‌یابند تا سبک زندگی خود را به آنان نزدیک کنند و این یعنی عرضه و ارائه تولیدات و اقلامی که به فرهنگ مهاجم نزدیک‌تر است و از بین رفتن تولیدات و اقلام محلی که ریشه در تاریخ آن منطقه دارند. بسیاری از صنایع دستی ایران، امروز تولیدکنندگان ماهر کمی دارد. ساخت‌وساز گردشگران در مناطق گردشگر پذیر نیز اگر مورد نظارت واقع نشود، هم اقلیم و منابع طبیعی را از بین می‌برد، هم ممکن است فرهنگ معماری منطقه را تغییر دهد. در مجموع آسیب دیدگی ابنیه و آثار تاریخی از پیامدهای منفی گردشگری شهری است. این اتفاق در سال‌های اخیر در مناطق زیادی از ایران دیده شده است. به دلیل موقعیت مرکزی بیشتر بافت‌های تاریخی در شهرهای ایران و ارزش بالای زمین آن‌ها، بدون اعمال تغییر کاربری‌های مناسب، خطر تبدیل این فضاها به مجموعه‌های مسکونی و تجاری به شدت وجود دارد. بافت تاریخی، نقش بسیار مهم و تاثیرگذاری در اقتصاد یک شهر دارد و این موضوع می‌تواند در خانه‌های تاریخی احیاء شده، گالری‌های آثار هنری و موارد مشابه که نقش موثری در افزایش جذب گردشگر ایفا می‌کنند، نمود داشته باشد (شبان، ۱۳۹۸). از جمله آسیب‌های رشد بدون برنامه‌ریزی گردشگری که مستقیماً بقای عناصر گردشگری را هدف گرفته است، آثار محیط زیستی منفی این صنعت است. انباشت زباله، انقراض پوشش‌های گیاهی و جانوری به دلیل آلودگی زیست محیطی ناشی از زباله‌ها یا فعالیت‌های انسانی غیرقانونی نظیر شکار، آلودگی هوا و آب، ازدحام و ترافیک، از بین رفتن زمین‌های کشاورزی و باغی به دلیل تفکیک زمین‌ها و ساخت‌وساز، آلودگی صوتی و در مجموع استفاده ناعادلانه از منابع طبیعی از جمله این آثار منفی هستند. این مجموعه هرکدام به تنهایی می‌توانند باعث نابودی عناصر گردشگری و محیط زیستی شوند. گردشگری بی‌ضابطه ممکن است منجر به پراکندگی شهری و گسترش بی‌تدبیرانه شهرها شود به این معنا که مناطق حومه‌ای زیادی به صورت پراکنده در اطراف شهر میزبان به وجود می‌آید چرا که شهر میزبان نیازمند فضا و زمین برای ساخت امکانات و تسهیلات گردشگری است. البته مخالفان پراکندگی بحث می‌کنند که گسترش شهرها، زمین‌های کشاورزی بسیاری را بلعیده است و به همان اندازه که موجب کمیابی مزارع شده، منجر به از بین رفتن جنبه‌های مثبت فضای باز نیز شده است. آن‌ها همچنین بیان می‌کنند مسیرهای طولانی رفت‌وآمد که ناشی از گسترش شهری است موجب پدید آمدن ازدحام ترافیکی و آلودگی هوا می‌شود. به‌علاوه آن‌ها مدعی هستند توسعه محدود شهر، انگیزه بازسازی زمین‌های مرکزی شهر را سرکوب می‌کند و منجر به





# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

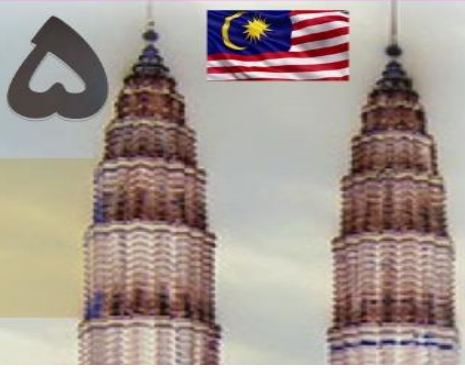
21 November 2022 | Penang, Malaysia

فرسودگی مناطق مرکزی می‌شود. برخی مخالفان نیز ادعا می‌کنند با متفرق شدن مردم و توسعه حومه‌های کم‌چگالی، تعاملات اجتماعی میان مردم کاهش یافته و عهد و میثاق اجتماعی که بنیان سلامت جامعه است تضعیف می‌شود (بروکنر، ۲۰۱۱). در نهایت باید گفت، که نگاه به مزایا و زیان‌های گردشگری نباید به صورت صفر و یکی باشد. گردشگری پکیجی از منافع و آسیب را به همراه دارد که باید با نگاه مدیرانه‌ای منافع حداکثر و آسیب‌ها حداقل گردد. این حداکثر و حداقل سازی هدفی است که در چارچوب مفهومی به نام توسعه پایدار قابل تحلیل است. هدف توسعه پایدار آن است که ضمن استفاده از منابع در حال حاضر، بهره‌برداری به‌گونه‌ای باشد که برای نسل آتی نیز امکانات استفاده مهیا باشد. بنابراین توسعه پایدار ضمن توجه به منافع اقتصادی و فرهنگی، آسیب‌ها را نیز مدنظر قرار می‌دهد به دنبال نوعی از تعادل است که ظرفیت‌های موجود تضعیف نشوند. بسیاری از افراد هنوز هم جریان‌های گردشگری را با دید منفی ارزیابی می‌کنند و چنین می‌پندارند که گردشگری موجب تخریب و آسیب‌رسانی به فرهنگ‌های محلی در کشور می‌شود. اگر فرهنگ غنی و پالایش یافته‌ای داشته باشیم، در پرتو این فرهنگ غنی، رفتاری سنجیده و حساب شده با جهانگردی داشته باشیم، نباید از جریان‌های گردشگری وحشتی به خود راه دهیم بلکه ورود جهانگردان را بیشتر نوعی صدور فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی تلقی کنیم (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱). این نوعی تبدیل تهدید به فرصت است که با یک رویکرد مبنی بر توسعه پایدار امکان پذیر می‌گردد. ادراک ساکنان از تاثیرات گردشگری عامل پیش‌بینی کننده درحمایت و مشارکت آنان در توسعه گردشگری و در حصول به توسعه پایدار گردشگری و مدیریت آن به شمار می‌رود (سلیمی‌سبحان و همکاران، ۱۳۹۷). در ادامه ضمن تبیین مفهوم توسعه پایدار، توسعه پایدار با رویکرد گردشگری و شهری بررسی شده و در نهایت اقتصاد خلاق و شهر خلاق به عنوان ابزاری برای نیل به اهداف توسعه پایدار گردشگری تبیین می‌گردد.

7

### ۳. توسعه پایدار

بعد از پایان جنگ جهانی دوم، کشورهای اروپایی و ژاپن برای رهایی از مصایب و مشکلات جنگ جهانی دوم به بازسازی اقتصاد و جامعه خود پرداختند. در این مسیر کشورهای تازه استقلال یافته در پی استقلال، برای دسترسی به سطح بالایی از پیشرفت اقتصادی، با ملاک قرار دادن واژه "توسعه" سعی در تغییر شرایط جامعه‌شان برآمدند (موسایی و همکاران، ۱۳۹۱). اما توجه و تاکید صرف بر توسعه، هرچند که نرخ‌های رشد بالاتری را رقم زد، اما برداشت بی رویه‌ی منابع منجر به تخریب گسترده‌ی زیست محیطی، اتلاف منابع طبیعی، بروز فاصله طبقاتی گسترده و بحران‌های فرهنگی و سیاسی شد. در همین راستا ادبیات جدیدی به حوزه‌ی توسعه راه یافت که پایداری را مدنظر قرار می‌داد. مفهوم توسعه پایدار از سال ۱۹۸۷ میلادی پس از طرح آن در گزارش برانت لندن در مجمع عمومی سازمان ملل مطرح شد و مورد پذیرش اکثر کشورهای عضو قرار گرفت. در تعریفی که سازمان خواروبار جهانی FAO درباره توسعه پایدار ارائه می‌کند، آمده است: توسعه پایدار به معنای مدیریت و حفاظت منابع پایه و جهت دادن به مقولات فن‌آوری و نهادی به نحوی است که نیازهای انسانی برای نسل‌های کنونی و آینده بشریت به صورت مستقر و پایدار تامین شود (رضایان و جوزی، ۱۳۹۳). در واقع توسعه پایدار، به معنای توسعه‌ای است که نیازهای حال را بدون وجه‌المصلحه قرار دادن توانایی نسل‌های آینده برای برآوردن نیازهایشان تامین می‌کند (دهشیری، ۱۳۹۴). انسان در توسعه پایدار نقش به‌سزایی ایفا می‌کند به گونه‌ای که مبنای توسعه پایدار است، به عبارتی بهتر، می‌توان گفت این دو ارتباطی دو سویه دارند؛ یعنی، هدف از توسعه پایدار سعادت انسان و رسیدن به توسعه پایدار مستلزم منابع انسانی کارآمد و کارآفرین است (غلامی‌اوتی و همکاران، ۱۳۸۹). گردشگری یکی از مظاهر فعالیت انسانی به عنوان نقش موثر توسعه پایدار است. انسان بازیگر اصلی فعالیت توریستی است و در کنار عناصر گردشگری شاکله این صنعت را بنیان می‌نهد. بنابراین می‌توان ادعا کرد کیفیت فعالیت توریستی انسان، از حوزه‌های مطالعه توسعه پایدار است. در واقع نحوه رفتار انسان با محیط به طور ویژه مفهوم اصلی توسعه پایدار را می‌رساند. هدف اصلی توسعه پایدار حفظ توانایی



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

نسل آینده در جهت تامین نیازهایشان باوجود بهره‌برداری کنونی است. اگر گردشگری و سیاحت به عنوان یک نیاز مدنظر قرار گیرد، رفتار غلط گردشگران با عناصر گردشگری باعث نابودی این منابع به نحوی می‌گردد که نسل آینده نتواند نیاز به سیاحت و گردش را با این عناصر برطرف سازد. در کنار گردشگران، رفتار حاکمان و مدیران نیز تاثیرگذار است. اهتمام مسئولان بر حفظ ظرفیت‌ها و عناصر گردشگری، منجر به بقای این عناصر اعم از طبیعی و فرهنگی در جهت استفاده‌ی نسل آتی است. بنابراین، از آنجایی که گردشگری به عنوان یک صنعت با تمام عناصر اقتصادی سروکار دارد، لذا مفهوم توسعه پایدار در خصوص گردشگری نیز کاملا صدق می‌کند. در جهانی که روز به روز بر آمار گردشگران داخلی و خارجی افزوده می‌شود و حتی شیوع یک بیماری همه‌گیر نیز نمی‌تواند برای مدت طولانی مردم را از سفر و گردشگری باز دارد، مسلما حفظ و صیانت از عناصر گردشگری اهمیتی بیش از پیش می‌یابد و این نه صرفا مربوط به ایران بلکه در تمام دنیا صادق است. بنابراین مفهوم توسعه پایدار گردشگری به دنبال آن است که ظرفیت‌های گردشگری را ضمن استفاده‌ی نسل حاضر برای نسل آینده نیز حفظ نماید. توسعه سبب می‌شود که همه مردم جامعه از کیفیت زندگی خود، در شهر و روستا، اظهار رضایت کنند (شکوئی، ۱۳۷۷). پایداری، از سه رهیافت قابل تحلیل و بررسی است. رهیافت اول بعد اخلاقی را مدنظر قرار می‌دهد. بعد اخلاقی یک محدودیت رفتاری ایجاد می‌کند به این معنا که رفتار ما در مواجهه با منابع و عناصر اقتصادی (در هر حوزه‌ای) نباید به گونه‌ای باشد که نسل آینده را از این امکانات محروم سازد و نتواند به کیفیت امروز ما زندگی کند. رهیافت دوم شناختی (اکولوژیکی)، منظر بعدی بررسی توسعه پایدار است. اگر تنوع اکولوژیکی یک مسئله مهم در حقوق انسان‌هاست آنگاه فعالیت‌های اقتصادی که کاهش چنین تنوعی را تهدید می‌کند، ذاتا نامطلوب است. ما باید رفتار خود را به گونه‌ای تنظیم کنیم که با چنین اختلالات جدی اکولوژیکی مواجه نشویم و یا به عبارت دیگر فعالیت‌های اقتصادی باید به نحوی تنظیم شود که تنوع پایدار اکولوژیکی را تضمین نماید (پرمن و همکاران، ۱۳۹۶). رهیافت سوم نیز، دیدگاه اقتصادی است. اصولا یک رفتار اقتصادی پایدار نسبت به یک رفتار اقتصادی ناپایدار کارایی بیشتری دارد. در هر حال منافع اقتصادی توسعه گردشگری همواره نسبت به زیان‌های ناشی از توسعه گردشگری چشمگیرتر است لذا مسئولان حوزه گردشگری عموما از آسیب‌هایی که گردشگری می‌تواند به وجود بیاورد غافل می‌شوند. توسعه گردشگری باید به گونه‌ای باشد که منجر به یک توسعه پایدار گردد تا نسل‌های آتی نیز بتوانند از منافع آن بهره‌مند گردند نه اینکه که بی محابا صرفا باتوجه به آورده‌های اقتصادی گردشگری نسبت به این حوزه تبلیغات بی‌پشتوانه صورت پذیرد در حالی که قطعا کسی مسئولیت زیان‌ها و آسیب‌های اکولوژیکی و فرهنگی توسعه بدون برنامه‌ی گردشگری را نخواهد پذیرفت. از آنجایی که شهرها یکی از مقاصد مهم گردشگری هستند، لذا می‌توان ادعا کرد که اقتصاد گردشگری در اقتصاد شهری تنیده شده است. لذا توسعه گردشگری منجر به توسعه شهری نیز خواهد شد (و حتی بالعکس). بنابراین اگر این توسعه، پایدار باشد، ما به توسعه پایدار گردشگری و شهری خواهیم رسید. لذا لازم است که یک برنامه جامع تدوین گردد که توسعه پایدار گردشگری را مدنظر قرار دهد و باتوجه به نقش بی بدیل شهرها در این پروسه، به نظر می‌رسد، اقتصاد خلاق و شهرهای خلاق بتوانند باعث ارتقای سطح گردشگری و توسعه پایدار گردند که در ادامه بررسی خواهد شد.

#### ۴. توسعه پایدار گردشگری شهری و روستایی

توسعه گردشگری، بدون مدیریت اثرات آن، می‌تواند باعث آسیب به محیط زیست، فرهنگ و جامعه میزبان باشد. توسعه گردشگری پایدار، با مدیریت اثرات گردشگری بر محیط زیست، اقتصاد و جامعه مقصد، منابع مقصد را حفظ نموده و حتی باعث ارتقای آن‌ها نیز می‌شود. گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح محلی می‌تواند راه حلی برای توسعه اقتصادی باشد (گودرزی، ۱۳۹۷). توسعه پایدار گردشگری فرآیندی است که با کیفیت زندگی میزبانان، تامین تقاضای بازدیدکنندگان و به همان نسبت با حفاظت منابع محیط طبیعی و انسانی در ارتباط است (ضرغام‌پروجنی و صداقت، ۱۳۹۶). اهمیت توسعه پایدار گردشگری به حدی است که سازمان جهانی گردشگری سال ۲۰۱۷ را "سال جهانی گردشگری پایدار: ابزار





# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

توسعه" نامید. صنعت ۷۶۰۰ میلیارد دلاری سفر و گردشگری، بزرگترین صنعت بخش خدمات در جهان به شمار می‌رود و بیش از ۱۰ درصد از تولید ناخالص جهان را به خود اختصاص داده است. رشد صنعت گردشگری می‌تواند تولید ناخالص داخلی کشورهای گردشگرپذیر را افزایش دهد و درآمد مالیاتی بیشتر را نصیب دولت این کشورها کند. درآمدهای ارزی حاصل از گردشگری حتی می‌تواند در سایر بخش‌ها نیز سرمایه‌گذاری شود و به بهبود رشد اقتصادی منجر شود (نیتی، ۱۳۹۹). اصول گردشگری پایدار ناظر به سه جنبه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است.

جنبه اقتصادی: گردشگری پایدار در استفاده از منابع (چه طبیعی، چه فرهنگی و چه اجتماعی) عنصر پایداری و بقا را مدنظر قرار می‌دهد. اگر گردشگری به عنوان تجارتي در نظر گرفته شود که میراث فرهنگی و طبیعی را خرید و فروش می‌کند، لذا دوام این تجارت در گرو بقای عناصر گردشگری است. بنابراین از جنبه‌های اقتصادی هم که شده، از اتلاف این منابع جلوگیری می‌شود. بدین منظور تدوین برنامه‌های جامع گردشگری چه در سطح محلی و چه در سطح ملی در دستور کار متولیان قرار می‌گیرد تا با نقشه‌ی راه بهره‌برداری از منابع گردشگری نظام‌مند گردد. گردشگری پایدار نظام اقتصادی محلی را مدنظر قرار می‌دهد و با سیاست‌گذاری‌های متناسب، از تخریب اکوسیستم اقتصادی محلی نیز جلوگیری می‌کند. سیاست‌گذاری‌هایی نظیر تعیین مالیات بر ساخت و سازهای لوکس در مناطق روستایی یا سخت‌گیری در اعطای مجوزات تغییر کاربری و یا تعیین مشوق‌های مالی در جهت حمایت از صنایع محلی و هنرهای دستی. گردشگری پایدار نیازمند جلوگیری از تخریب و انحطاط سیستم‌های اجتماعی، فرهنگی و اکولوژیکی جامعه میزبان است و ساکنان بومی باید از آن منفعی را کسب کنند (قدمی، ۱۳۹۰).

9

جنبه فرهنگی: این وجه از گردشگری پایدار ناظر بر رویکردهای آموزشی، پژوهشی و قوم‌شناسی است. گردشگری پایدار با مطالعه و پژوهش دقیق درخصوص عناصر گردشگری، بهترین راه استفاده از منابع را ترسیم می‌کند. این مطالعه روز به روز مطابق با تغییرات اقتصادی - اجتماعی، بازبینی می‌شوند تا بیشترین منافع و کمترین آسیب در خصوص منابع گردشگری طبیعی یا تاریخی حاصل گردد. از آن جمله می‌توان به برگزاری رویدادهای فرهنگی مبتنی بر فرهنگ محلی، نظیر جشن انار، مراسم گلاب‌گیری و یا رویدادهایی از این دست اشاره کرد. از اهداف برگزاری این رویدادها، آن است که ضمن شناسایی فرهنگ محلی به گردشگران، این فرهنگ را حفظ و از تخریب آن جلوگیری کنند. در این وجه از گردشگری پایدار، فرهنگ محلی به عنوان یک دارایی ارزشمند به گونه‌ای جذاب برای نسل جوان عرضه می‌شود. آموزش و پژوهش نیز در راستای حفظ این فرهنگ و جلوگیری از اثرگذاری منفی گردشگران بر آن، صورت می‌گیرد.

جنبه اجتماعی: این وجه از گردشگری پایدار، بین صنعت گردشگری و مردم بومی، سازمان‌های محلی و اجتماعات محلی ارتباط برقرار می‌کند تا به طور دائم، وضعیت گردشگری منطقه رصد شود و در صورت وجود اختلافات و آسیب‌ها در جهت رفع آن اقدام کند. از طرفی متولیان حوزه صنعت گردشگری با آموزش شاغلین این صنعت در آن منطقه، ارتباط بخش محلی و بخش گردشگری را بهبود می‌بخشد.

در مجموع می‌توان ادعا کرد که گردشگری پایدار، پایداری محیطی، پایداری اقتصادی، پایداری فرهنگی و اجتماعی را توأمان شامل می‌شود. به هر حال توسعه پایدار گردشگری، سطح استانداردهای زندگی جوامع را بهبود بخشیده، در پی ارتقای کیفیت تجربه گردشگران است و حفظ محیط زیست را که جامعه میزبان و گردشگران به آن وابسته‌اند، مورد تاکید قرار می‌دهد (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۵). مدیریت، برنامه‌ریزی و نظارت مستمر لازمه گردشگری پایدار است. مدیریت توسعه گردشگری مشتمل بر هماهنگ‌سازی و کنترل به منظور یکپارچه کردن تمامی منابعی است که در تحقق سیاست‌های گردشگری نقش دارند. منابع طبیعی دارای ارزش ذاتی هستند که به عنوان میراث جمعی باید حفظ و مدیریت شوند. سیستم مدیریت محیط زیست عبارت است از مجموعه‌ای از فنون مدیریتی که ضمن حفاظت و نگهداری از منابع محیط زیست، به افزایش کارایی و بهره‌وری مکان‌های گردشگری کمک می‌کند (ضرغام‌بروجنی و صداقت، ۱۳۹۶).



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

## ۵. اقتصاد خلاق

اصطلاح اقتصاد خلاق نخستین بار در سال ۲۰۰۱ در کتاب جان هاوکینز درباره‌ی رابطه‌ی بین خلاقیت و نظام اقتصادی پیدا شد. هاوکینز از واژه‌ی اقتصاد خلاق در معنایی گسترده بهره می‌گیرد به طوری که ۱۵ شاخه‌ی صنعت خلاق، از هنر تا زمینه‌های گسترده‌تر علم و فناوری را شامل می‌شود. به عقیده وی، عبارت اقتصاد خلاق به توان اجتماعی- اقتصادی فعالیت‌هایی که با دانش، اطلاعات و خلاقیت داد و ستد می‌کنند، اطلاق می‌گردد (لشکری‌زاده، ۱۴۰۰). مطابق تعریف آنکتاد به طور کلی اقتصاد صنایع خلاق شامل چهار دسته‌ی میراث فرهنگی، هنرها، رسانه‌ها و آفرینش‌های کارکردی می‌شود. هریک از دسته‌ها خود زیر مجموعه‌هایی دارند که گردشگری مستقیماً با زیرمجموعه‌های دسته‌ی میراث فرهنگی، هنرها و آفرینش‌های کارکردی ارتباط دارد. بنابراین باتوجه به این پیوند تنگاتنگ میان گردشگری و اقتصاد صنایع خلاق، می‌توان به راحتی ادعا کرد که گردشگری باعث رشد و پویایی اقتصاد خلاق می‌گردد. ما در یک اقتصاد به طور فزاینده نوآورانه و برپایه‌ی دانش نوظهور زندگی می‌کنیم که در آن تغییرات به سرعت و به طور مداوم ما را به چالش می‌کشند. دارایی‌های نامشهود و به طور ویژه سرمایه‌فکری و دانش بیشترین ارزش افزوده را تولید می‌کنند. علاوه بر این در چارچوب اقتصاد خلاق، نوآوری یک محرک اصلی در مزایای رقابتی پایدار دراز مدت می‌باشد (احسانیان و همکاران، ۱۳۹۸). اقتصاد خلاق عامل رشد اقتصادی نیز می‌باشد. از ارکان اصلی یک اکوسیستم اقتصادی خلاق، هنرمندان و افراد دخیل در حوزه‌ی فرهنگ یا موسساتی از این دست می‌باشند. این رکن مهم در اکوسیستم، عامل کارآفرینی، ایجاد اشتغال و بهبود درآمد است. برآیند این ترکیب بهبود وضعیت رشد اقتصادی از طریق اثرگذاری بر GDP و سطح توسعه‌یافتگی است. از طرفی با بهبود فضای کسب و کار، مالیات‌ستانی و افزایش درآمدهای دولت نیز روی می‌دهد. بنابراین اقتصاد خلاق، شاخص‌های رشد و توسعه اقتصادی را نیز تحریک می‌کند. مطابق تعریف آنکتاد، اقتصاد خلاق یک مفهوم در حال تکامل مبتنی بر دارایی‌های خلاق است که مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی دانش بنیان، نوآورانه را در بر می‌گیرد که می‌تواند سبب رشد و توسعه‌ی اقتصادی، افزایش درآمدهای ارزی (حاصل از صادرات) و کاهش بیکاری کشورها شود، در حالی که به تنوع فرهنگی و توسعه‌ی انسانی در سطوح خرد و کلان نیز کمک می‌کند (لشکری‌زاده، ۱۴۰۰). شاخص جهانی خلاقیت (GCI) نقش نیروی انسانی خلاق و نوآور بر رشد اقتصادی را بررسی می‌کند. این شاخص بر اساس سه ویژگی کلیدی تحلیل می‌شود. این سه ویژگی عبارتند از استعداد، فناوری و بردباری و تسامح که در مجموع رونق اقتصادی خلاق را موجب می‌گردند.

استعداد به معنای آن است که افراد مستعد شناسایی شوند و در زمینه‌های مربوطه در صنایع و موسسات مرتبط جذب گردند. در اقتصاد پیچیده‌ی امروز، نیاز به افراد با استعداد که توانایی مواجهه با شرایط خاص و ویژه و قدرت تحلیل و بررسی و ارائه راهکار دارند بسیار احساس می‌شود. باتوجه به این خلا و این احساس نیاز، شرکت‌ها در سراسر جهان بر سر جذب این نیروهای انسانی مستعد با یکدیگر رقابت دارند. شرکت‌هایی که گاهی از گول‌های حوزه‌ی کسب‌وکار خود هستند و گاهی نیز شرکت‌های کوچک. در واقع شرکت‌های کوچک با جذب نیروهای مستعد و بها دادن به آن‌ها هم کسب و کار خودشان را گسترش می‌دهند و هم نیروهای مستعدشان را بیش از پیش از طریق تجربه‌اندوزی رشد می‌دهند. کسب‌وکارهای کوچک واقعا ستون فقرات اقتصاد هستند. تحقیقات علمی نشان داده‌اند که کسب‌وکارهای کوچک در مقایسه با شرکت‌های بزرگتر ثبت اختراع، ۱۶ برابر اختراعات بیشتری به ثبت رساندند (یادگاری و سنائی فرد، ۱۳۹۶). ایده‌های نوآور از طرف افراد بااستعداد ارائه می‌شود. بنابراین سرمایه‌گذاری بر نیروی انسانی، هم به دلیل رونق کسب‌وکار و هم به دلیل ایجاد ایده‌های جدید، نقش موثری در رشد اقتصاد خواهد داشت. امروزه نیروی انسانی، اگر مستعد، خلاق، صاحب ایده، و نوآور باشد، خود یک منبع نامحدود در جهت هر شکلی از توسعه به حساب می‌آید.

فناوری به عنوان ویژگی دوم، از عوامل مهمی است که ایده‌ها را به منصه ظهور می‌رساند. در واقع فناوری عامل اصلی ستانده



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

فکر و عمل افراد مستعد است. مهاجرت‌های نخبگانی به این دلیل رقم می‌خورند که در کشور مبدا فناوری مناسبی در راستای ایده‌ها و فعالیت نخبگان وجود ندارد. این فناوری هم می‌تواند سخت‌افزاری باشد و هم نرم‌افزاری. بنابراین فناوری از عوامل مهم ثروت‌آفرینی و بهره‌وری نیروی انسانی مستعد است. براساس الگوی رشد سولو، پیشرفت فناوری باعث می‌شود تا در وضعیت پایدار ارزش بسیاری از متغیرها هم زمان افزایش یابد. این ویژگی را رشد متوازن می‌نامیم (منکیو، ۱۳۹۱). اقتصاددانان دریافته‌اند که بخشی از رشد اقتصادی توسط رشد سرمایه و نیروی کار توضیح داده نمی‌شود. این بخش به عنوان پسماند سولو و شاخص پیشرفت فناوری شناخته شد. مدل استاندارد سولو پیش‌بینی می‌کند که در بلندمدت اقتصادها به حالت تعادل پایدار خود نزدیک می‌شوند و رشد دائمی تنها از طریق پیشرفت تکنولوژی و فناوری قابل دستیابی است (لشکری‌زاده، ۱۴۰۰). بهبود و رشد فناوری باعث افزایش تعداد واقعی کارگران نمی‌شود ولی کارآیی هر کارگر در طول زمان چند برابر می‌شود. بنابراین پیشرفت‌های فناوری باعث افزایش کارآیی کارگران یا تعداد کارگران کارآمد می‌شود (منکیو، ۱۳۹۱).

بردباری و تسامح به عنوان سومین ویژگی، ناظر بر ابعاد فرهنگی جامعه است. جامعه میزبان چقدر در پذیرش فرهنگ‌های بیگانه سختگیری می‌کند؟ این سوالی است که پاسخ آن معیار ویژگی بردباری و تسامح را تشکیل می‌دهد. در واقع ایده‌ی این شاخص آن است که هرچه پذیرش فرهنگ‌های جدید (به طور ویژه فرهنگ مهاجران) ساده‌تر باشد، افراد با استعداد بیشتری جذب جامعه میزبان شده و در ترکیب آن با فناوری، اقتصاد خلاق رشد می‌کند. رشد سرمایه انسانی، مهارت و خلاقیت نیروی کار و تجمیع سرمایه همراه با پیشرفت تکنولوژی هر کشوری را قادر می‌سازد تا به یک حد آستانه‌ای برسد که بعد از آن به علت داشتن مزیت نسبی در تولید برخی کالاها شرط لازم برای رشد صادرات فراهم آید و رشد صادرات نیز به نوبه خود به رشد اقتصادی کمک می‌کند (شاکری و مالکی، ۱۳۸۹).

با ترکیب این سه ویژگی چنانچه پیشتر بیان شد شاخص جهانی خلاقیت به عنوان معیاری برای بررسی نقش نیروی انسانی خلاق بر رشد اقتصادی به وجود می‌آید. نکته آن است که پیوند نیروی انسانی خلاق با صنعت در چارچوب اقتصاد خلاق، صنایع خلاق را پدید می‌آورد. صنعت گردشگری نیز باتوجه به پیوند نزدیک با حوزه‌های اقتصاد خلاق، یک صنعت خلاق است. از طرفی گردشگری به عنوان یک صنعت خلاق در بهبود شاخص خلاقیت تاثیر دارد و از طرفی ویتترین مناسبی برای آن دسته از صنایع خلاق محسوب می‌شود که مستقیماً با تولید کالا در ارتباطند. به طور مثال تولیدات صنایع دستی به طور مستقیم با وضعیت گردشگری منطقه ارتباط دارد. گردشگری ویتترین مناسبی برای صنایع دستی به عنوان یکی از صنایع خلاق که هم از نیروی انسانی خلاق استفاده می‌کند و هم از فرهنگ و هنر مشتق شده است، فراهم می‌آورد. بنابراین توسعه گردشگری به عنوان یک صنعت خلاق بر بسیاری از جنبه‌های اقتصادی صنایع خلاق اثر می‌گذارد. خود گردشگری به عنوان یک صنعت خلاق نیز لازم است دستخوش تغییر شود. در واقع گردشگری خلاق لزوماً به شکل رایج گردشگری اشاره ندارد. گردشگری خلاق نیز بر پایه فرهنگ و هنر استوار است. هدف گردشگری خلاق آشنایی با اکوسیستم فرهنگی منطقه میزبان است. حتی بهره‌مندی از مواهب طبیعی منطقه میزبان نیز به نحوی صورت می‌گیرد که نشانی از اکوسیستم فرهنگی آن منطقه داشته باشد. در گردشگری خلاق، توریسم یک واقعاً هدفمند است نه صرفاً تفریحی. گردشگری خلاق در کنار ایجاد فرصت تفریح و نشاط، دانش فرهنگی را نیز به میهمان می‌فروشد. بهبود دانش فرهنگی منجر به حفظ و حراست و صیانت خود میهمانان از ظرفیت‌های فرهنگی و طبیعی منطقه میزبان و حتی منطقه خودشان است. گردشگری خلاق باوجود حفظ وجه سرگرمی صنعت توریسم، بلوغ فرهنگی ایجاد می‌کند. گردشگری خلاق مستقیماً سرمایه اجتماعی جامعه را با ارتقای سطح دانش فرهنگی، ارتقا می‌دهد. امروزه اهمیت سرمایه اجتماعی مورد مطالعات بسیاری قرار گرفته است. سرمایه اجتماعی همان سرمایه‌ای است که در قبال جامعه خود بالغانه و عاقلانه تصمیم می‌گیرد. جوامعی که در آن‌ها سرمایه اجتماعی به عنوان مولفه اساسی نقش دارد نسبت به سایر جوامع دارای پیشرفت و عملکرد بهتری در گردشگری پایدار می‌باشند چرا که سرمایه اجتماعی از نوع سرمایه‌هایی است که در ارتباط با دیگر عوامل شکل می‌گیرد. همچنین گردشگری یک صنعت خدماتی است و





# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

افراد و ارتباطات آن‌ها به عنوان بازیگران اصلی مطرح می‌شوند. براین اساس سرمایه اجتماعی با ایجاد اعتماد متقابل و درگیر کردن افراد در شبکه‌های انسانی موجب بهبود روابط انسانی و پایبندی مردم به هنجارهای اجتماعی می‌شود که این مهم می‌تواند موجب توسعه گردشگری پایدار شود (رازقی‌مله و ابراهیمی، ۱۳۹۷).

## ۶. شهرها، اقتصاد خلاق و توسعه گردشگری پایدار

روند مدرنیته از آغاز قرن ۱۸ به بعد با سرمایه‌گذاری فراوان در بخش صنعت و افزایش جمعیت و فضای آن تا به امروز در دنیا منجر به تحول سریع رشد شهرنشینی و توسعه آن به سمت کلان شهرهای جهانی و ملی شده است. یکی از پارامترهای مهم این توسعه وجود آثار گردشگری شهری بوده است، که در جامعه ایران هم پارامترها و موقعیت‌های طبیعی، فرهنگی و مذهبی در رشد شهرنشینی و کلانشهرها بسیار موثر بوده است (معینیان‌میاندوآب و همکاران، ۱۳۹۹). در کنار این امر، روند صنعتی شدن، اوقاتی برای فراغت ساکنان شهرها به وجود آورده است. چنین ترکیبی، منجر به رشد بیش از پیش اندوخته‌های گردشگری شهرها و به تبع آن افزایش اهمیت گردشگری شهری و ایفای نقش جدی‌تر شهرها در صنعت گردشگری شد. این مسئله تا بدان‌جا ادامه یافته است که در دوره کنونی، بسیاری از شهرها صرفاً جهت سرگرمی و تفریحات ساخته شده‌اند. در این خصوص می‌توان از شهر لاس وگاس از شهرهای ایالت نوادای آمریکا نام برد. همچنین شهرها میزبان مهمترین مراکز اقامتی، مراکز خرید و جاذبه‌های گردشگری هستند. جایگاه سیاسی شهرها در تاریخ یک کشور نیز باعث برجای ماندن آثار تاریخی بسیاری گردیده است. بنابراین بدیهی است که باتوجه به نقش مهم شهرها در صنعت گردشگری، نیل به هدف توسعه پایدار گردشگری بدون در نظر گرفتن شهرها امکان پذیر نیست. ترکیب اقتصاد خلاق با این وجه مهم شهرها، شهرهای خلاق را پدید آورده است. ایده «شهر خلاق» یکی از نظریاتی است که در دو دهه اخیر قوت گرفته و تلاش می‌کند شکل‌گیری آینده کلانشهرهای دنیا را با تأکید بر مفهوم «طبقه خلاق» و «اقتصاد خلاق» توصیف کند. ایده‌ای که در سیاست‌گذاری شهری در دنیا هم بسیار مورد استقبال قرار گرفته است (آزاد و همکاران، ۱۳۹۸). شهر خلاق رویکردی فرهنگی در توسعه شهری است. در این رویکرد شهر باید بتواند محیطی جذاب برای جذب و پرورش استعدادها، نوآوری‌ها و ایده‌ها باشد و بتواند از ایده‌ها و خلاقیت افراد خاص و ویژه مثل هنرمندان، دانشمندان، نویسندگان و چه از ایده‌های شهروندان عادی در جهت حل مسائل اساسی و نیز در جهت پایه‌ریزی رشد و توسعه‌ای خلاق بهره‌بردار. در این نگرش فرهنگ پایه اصلی توسعه محسوب می‌شود (ابراهیم‌زاده‌آکباد و همکاران، ۱۳۹۷). باتوجه به این که گردشگری نیز یکی از همان مسائل اساسی و توسعه‌ای شهرها محسوب می‌شود، بنابراین در یک شهر خلاق ضمن توجه به اصول اقتصاد خلاق در جهت بهترین راه بهره‌گیری از منافع گردشگری و به طور ویژه گردشگری شهری خلاق، برنامه‌ریزی می‌شود و در این مسیر از خدمات تمام کنشگران فرهنگی استفاده خواهد شد. گردشگری خلاق به عنوان نسل جدید گردشگری بعد از گردشگری انبوه و گردشگری فرهنگی، طلایه‌دار و پیشرو تازه نفس صنعت گردشگری است. کارشناسان "گردشگری خلاق" را نسل جدید گردشگری بعد از گردشگری ساحل (سفر اوقات فراغت و برای استراحت) گردشگری فرهنگی (متماثل به فرهنگ و موزه‌ها) قلمداد می‌کنند. گردشگری خلاق با شعار موزه‌های کمتر، میدان‌های بیشتر، بر انجام فعالیت‌های تجربی و تعامل ژرف‌تر با زندگی واقعی فرهنگی در شهرها تمرکز می‌کند؛ در واقع در نسل سوم گردشگری، گردشگر شبیه یک شهروند رفتار می‌کند. تعریف گردشگری خلاق، برگرفته از مفهوم صنایع خلاق است که به ما اهمیت استفاده از خلاقیت و نوآوری را در اقتصاد دانش محور نشان می‌دهد (امامی آل آقا و همکاران، ۱۳۹۷). به طور مثال می‌توان از نگرانی‌های مدیریتی در محیط‌زیست یاد کرد که بسیاری از مدیران شهری را نیز دچار چالش می‌کند. آیا گردشگری سبب تخریب بافت تاریخی به مرور زمان خواهد شد؟ آیا هجوم گردشگران باعث تغییرات فرهنگی و اقتصادی، نظیر تغییر اکوسیستم فرهنگی شهر یا روستا، تغییر کاربری اراضی، ایجاد اشتغالات فصلی، آلودگی‌های محیط زیستی، سمعی، بصری و عبور و مرور، تغییر در اکوسیستم‌های روستایی نظیر تبدیل باغات به اقامتگاه‌ها، تخریب منابع طبیعی و موارد بسیاری دیگر از



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

این دست نخواهد شد؟ توجه ویژه به این سوالات حتی ممکن است سیاست‌گذاران شهری را نسبت به توسعه گردشگری بدگمان کند حال آن که با دقت به تجربه سایر کشورها در زمینه توسعه گردشگری خلاق با محوریت شهرهای خلاق، براساس اصول اقتصاد خلاق و ترکیب فرهنگ در جنبه‌های اقتصادی گردشگری، باید انتظار داشت که بتوان برای هر منطقه طرحی جامع، مبتنی بر گردشگری خلاق را تدوین نمود تا آن منطقه را از جنبه‌های منفی گردشگری در امان نگاه داشت. این گونه می‌توان اهمیت گردشگری را در شهرهای پیشرفته جهان بهتر درک کرد. اگر توجه به پیوسته‌های فرهنگی مورد نیاز گردشگری و جنبه‌های مهم اقتصاد خلاق در ساخت شهرخلاق وجود نداشته باشد، حتی شهرهای مهم و گردشگر پذیر دنیا هم دچار مشکلات عدیده می‌شوند. از این روست که بسیاری از شهرهای شناخته شده نظیر پاریس، بخارست، مادرید، میلان از جمله شهرهای خلاق هستند. اهمیت گردشگری شهری در شهرهای کشورهای پیشرفته به حدی است که شهرداران در ایجاد زیرساخت‌ها و جاذبه‌های جدید گردشگری و معرفی شهر خود با یکدیگر رقابت می‌کنند. مسئولان شهرهای گردشگری مثل پاریس، پکن و مادرید، سعی می‌کنند با رشد صنعت گردشگری به توسعه شهر خود کمک کنند. در ایتالیا رقابت سنگینی بین شهرداران شهرهای مختلف وجود دارد و برای آژانس‌های گردشگری به طور جدی، خدمات خود را تبلیغ می‌کنند (دیناری، ۱۳۸۴).

## ۷. شاخص‌های شکل‌گیری شهر خلاق

شهر خلاق نظریه‌ای بود که نخستین بار توسط ریچارد فلوریدا مطرح گردید. او در سال ۲۰۰۲ در کتابش تحت عنوان Creative Class موضوع شهر خلاق را مطرح ساخت و در سال ۲۰۰۷ در کتاب دیگری این موضوع را بسط داد. علاوه بر ریچارد فلوریدا، آلن جی اسکات، کاستا، مک گراهان، ساساکی، هاوکینز از دیگر افرادی هستند که در تکوین این نظریه کتب و مقالاتی منتشر ساخته‌اند. ریچارد فلوریدا در پایان‌نامه خود به ظهور طبقه خلاق در شهر می‌پردازد. او در جهت پاسخگویی به این سوال است که چرا بعضی از نقاط، رشد و رفاه بالایی دارند در حالی که دیگران با تلاشی که می‌کنند چنین رفاهی را ندارند. فرضیه فلوریدا این است که موفقیت اقتصادی یک شهر بر استراتژی‌های توسعه اقتصادی سنتی (مثل استخدام صنعتی، توسعه صادرات، یا توسعه نیروی کار) استوار نیست؛ بلکه بیشتر در گرو جذب استعداد خلاق است (اقبال و همکاران، ۱۳۹۴). شهر خلاق امروز نه فقط یک ایده و تئوری بلکه یک نشانه نمادین برای رویکرد توسعه شهری براساس نوعی بینش اقتصادی است. در این حوزه «خلاقیت» حامل ایده تغییرات رادیکال و یگانه محمل آن است (آزاد و همکاران، ۱۳۹۸). در شکل‌گیری یک شهر خلاق، نقش مدیریت شهری بسیار برجسته است. در شهرهای خلاق این مدیران شهری هستند که باید سیاست‌گذاری‌های خود را به سمتی ببرند که در راستای تقویت معیارهای اقتصاد خلاق و شهر خلاق باشد. معیارهای تحقق شهر خلاق عبارتند از:

- (۱) سرمایه انسانی :
  - تعداد فرهیختگان و هنرمندان
  - تعداد دانشجویان
  - شاغلان دارای تحصیلات عالی
  - تعداد نخبگان علمی
  - مهاجرین وارد شده برای تحصیلات عالی
  - میزان تراکم جمعیت
- (۲) نوآوری:
  - تعداد واحدهای تحقیق و توسعه



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

- تعداد محققان واحدهای تحقیق و توسعه
- تعداد اختراعات
- تعداد پارکها و مراکز رشد علم و فناوری
- تعداد خوشه‌های صنعتی
- فعالیت‌های تحقیق و توسعه
- سرمایه اجتماعی:
- مشارکت اجتماعی
- علاقه فراوان به جامعه
- اعتماد اجتماعی
- تعاون و همیاری
- شرکت در شبکه روابط اجتماعی
- کیفیت زندگی:
- فرهنگ و گردشگری
- اوقات فراغت
- وضعیت زیست محیطی
- وضعیت اقتصادی
- وضعیت کالبدی (ضرابی و همکاران، ۱۳۹۳).

## جایگاه شهرهای خلاق به عنوان عامل استراتژیک توسعه پایدار گردشگری

فرهنگ و خلاقیت نقش مهمی در جوامع در حال تغییر ما ایفا می‌کند. در زمینه افزایش نابرابری‌ها و تفرقه‌های اجتماعی، برای سیاست‌گذاران مهمتر از همیشه است که از پتانسیل‌های خود استفاده کنند. فرهنگ و خلاقیت باعث ایجاد مشاغل جدید، تقویت فعالیت‌های تجاری نو و نوآوری می‌شود و می‌تواند ابزاری قدرتمند برای نزدیک شدن مردم، ایجاد احساس اجتماعی شدن و تشویق شهروندان به عنوان اعضای فعال جامعه باشد. فرهنگ و خلاقیت برای تبدیل شدن به چنین ابزار قدرتمندی، نیاز به همکاری دولت‌های محلی و ملی در کنار نهادهای بین المللی برای حفاظت و صیانت از دستاوردهای حاصله دارد. دولت‌های محلی و ملی با ایجاد زیرساخت‌های مناسب، بستر مطلوب بهره‌مندی از پتانسیل فرهنگ و خلاقیت را فراهم می‌آورند و سازمان‌های بین‌المللی هم ابزاری برای سنجش این دستاوردها فراهم می‌کنند و هم استانداردهای مرتبط را تعیین می‌کنند. در کنار این، نهادها و سازمان‌های بین‌المللی ناظران خوبی نیز بر حفظ و صیانت از دستاوردهای فرهنگی و خلاقانه و میراث فرهنگی ملموس و ناملموس کشورها هستند. فشارهای بین‌المللی حتی باعث تغییر رویکردهایی در سطح جهان شده است که آسیبی به یک پدیده فرهنگی را در پی داشته‌اند. از جمله‌ی این سازمان‌ها می‌توان به UNESCO<sup>۱</sup> اشاره کرد. یونسکو می‌خواهد از سنت‌های فرهنگی در سرتاسر جهان حفاظت کند. این سنت‌ها شامل طیف گسترده‌ای از قبیل رقص، موسیقی، جشنواره‌ها، آشپزی و موارد بسیار دیگری می‌شود. هرساله یونسکو، سنت‌های فرهنگی جدیدی را به فهرست خود اضافه می‌کند و آن را تحت حمایت قرار می‌دهد (Lee, 2011). به منظور ادغام فرهنگ و خلاقیت و در مجموع اقتصاد خلاق در برنامه‌های توسعه‌ی پایدار، یونسکو اقدام به تاسیس شبکه‌ی شهرهای خلاق نمود. شبکه شهرهای خلاق یونسکو در سال ۲۰۰۴

<sup>1</sup> The United Nation Educational, Scientific, and Cultural Organization





# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

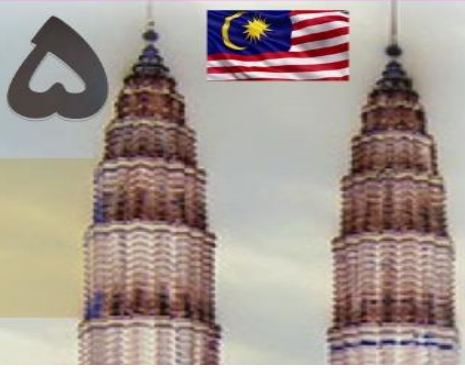
برای ارتقاء همکاری در بین شهرهایی که خلاقیت را به عنوان یک عامل استراتژیک برای توسعه پایدار شهری معرفی کرده‌اند، راه‌اندازی شد. با پیوستن به این شبکه که امروزه ۱۱۶ شهر همکار در سرتاسر جهان به شمار می‌رود، شهرها متعهد می‌شوند که بهترین وجه پویایی فرهنگی‌شان را به اشتراک بگذارند و مشارکت‌های دولتی و خصوصی و همچنین مشارکت با جامعه مدنی را به منظور: تقویت خلاقیت، تولید، توزیع و انتشار فعالیت‌های فرهنگی، کالاها و خدمات؛ توسعه مراکز خلاقیت و نوآوری؛ گسترش فرصت‌های آفرینش هنری برای سازندگان و متخصصان فرهنگی و دسترسی و مشارکت در زندگی فرهنگی را بهبود بخشیده و فرهنگ و خلاقیت را به طور کامل در برنامه‌های توسعه پایدار ادغام کنند. شهرها برای کسب عنوان<sup>۱</sup> UCC در یکی از هفت زمینه خلاق صنایع دستی و هنرهای عامیانه، هنرهای رسانه‌ای، فیلم، طراحی، غذا، ادبیات و موسیقی به رقابت می‌پردازند (UNESCO, 2004). از منظر یونسکو مناطق شهری امروز بستر اصلی توسعه استراتژی‌ها، سیاست‌ها و ابتکارات جدید با هدف تبدیل فرهنگ و خلاقیت به نیروی محرکه توسعه پایدار و بازآفرینی شهری از طریق تحریک رشد و نوآوری و ارتقای انسجام اجتماعی، رفاه شهروندان و گفتگوی بین فرهنگی است. به این ترتیب شهرها به چالش‌های عمده‌ای که با آن مواجه هستند، مانند بحران اقتصادی، اثرات زیست محیطی، رشد جمعیتی و تنش‌های اجتماعی پاسخ می‌دهند. در واقع هدف یونسکو از ایجاد تشکیل شبکه‌ی شهرهای خلاق، الگوسازی و یادآوری داشته‌های مهم فرهنگی یک شهر است تا روزه‌ای باشد برای حل و فصل سایر مسائل و مشکلات شهری و نیز مبنایی برای ایجاد توسعه پایدار، فراگیر و متوازن در زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی، زیست محیطی و اجتماعی. حلقه وصل این توسعه متوازن و پایدار از منظر یونسکو فرهنگ و خلاقیت است. توجه به ظرفیت‌های عظیم فرهنگی در حوزه‌های گوناگون می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار شهری و نیز توسعه پایدار گردشگری به عنوان هدف مدنظر پژوهش حاضر گردد. شهرها با عضویت در شبکه‌ی شهرهای خلاق یونسکو و شناسایی ظرفیت‌های فرهنگی و سرمایه‌گذاری بر آن، برند شهر خود را تبلیغ می‌کنند و این تبلیغ و نمایش منجر به افزایش ورودی گردشگر با هدف بهره‌مندی از آن ظرفیت خواهد شد. بسیاری از شهرها اینچنین، موفق به جذب گردشگران بیشتری شده‌اند چرا که موجبات معرفی آن‌ها به دنیا تسهیل گردیده است.

از دیگر مظاهر کاربردی ترکیب فرهنگ و خلاقیت در توسعه پایدار شهری و گردشگری می‌توان به برنامه پایتخت فرهنگی اروپا اشاره کرد که در سال ۱۹۸۵ تأسیس شد و اکنون به عنوان معتبرترین و محبوب‌ترین ابتکار فرهنگی اروپا در نظر گرفته می‌شود. طبق چارچوب قانونی فعلی، کشورهای عضو مربوطه باید حداقل شش سال قبل از سال عنوان، فراخوانی برای معرفی برنامه‌هایشان منتشر کنند. در طی این شش سال - از زمان انتشار فراخوان تقاضانامه‌ها تا سالی که با برنده شدن شهرها رسماً عنوان پایتخت فرهنگی اروپا را به خود اختصاص دهند - شهرها فعالیت فرهنگی خود را افزایش می‌دهند، گردشگران جدید می‌یابند، تصویر خود را تغییر می‌دهند و فرهنگ را در برنامه‌های توسعه بلند مدتشان ادغام می‌کنند (Joint Research Centre (JRC), 2019)

به ۶۷ شهر اروپایی زیر، در چهارچوب حقوقی مختلف، این عنوان اعطا شده است:

آتن یونان (۱۹۸۵)، فلورانس ایتالیا (۱۹۸۶)، آمستردام هلند (۱۹۸۷)، برلین آلمان (۱۹۸۸)، پاریس فرانسه (۱۹۸۹)، گلاسگو بریتانیا (۱۹۹۰)، دوبلین ایرلند (۱۹۹۱)، مادرید اسپانیا (۱۹۹۲)، آنتورپ بلژیک (۱۹۹۳)، لیسبون پرتغال (۱۹۹۴)، لوکزامبورگ لوکزامبورگ (۱۹۹۵)، کپنهاگ دانمارک (۱۹۹۶)، تسالونیک یونان (۱۹۹۷)، استکهلم سوئد (۱۹۹۸)، وایماز آلمان (۱۹۹۹)، اوینیون فرانسه، برگن نروژ، بولونیا ایتالیا، بروکسل بلژیک، هلسینکی فنلاند، کراکوف لهستان، پراگ جمهوری چک، ریکیاویک ایسلند و سانتیاگو ده کومپوستلا اسپانیا مشترکاً (۲۰۰۰)، روتردام هلند و پورتو پرتغال (۲۰۰۱)، بروژ بلژیک و سالامانکا اسپانیا (۲۰۰۲)، گراتس اتریش (۲۰۰۳)، جنوا ایتالیا و لیل فرانسه (۲۰۰۴)، کورک ایرلند (۲۰۰۵)، پاتراس یونان

<sup>1</sup> UNESCO creative cities



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

(۲۰۰۶)، سیبوی رومانی و لوکزامبورگ لوکزامبورگ (۲۰۰۷)، لیورپول بریتانیا و استاونگر نروژ (۲۰۰۸)، ویلینیوس لیتوانی و لینتس اتریش (۲۰۰۹)، اسن آلمان، استانبول ترکیه و پیچ مجارستان (۲۰۱۰)، تورکو فنلاند و تالین استونی (۲۰۱۱)، گیمارش پرتغال و ماریبور اسلونی (۲۰۱۲)، مارس فرانسه و کوشیتسه اسلواکی (۲۰۱۳)، ریگا لاتویا و اومتو سوئد (۲۰۱۴)، مونس بلژیک و پلزن جمهوری چک (۲۰۱۵)، سن سباستین اسپانیا و وروتسواو لهستان (۲۰۱۶)، آرهوس دانمارک و پافوس یونان (۲۰۱۷)، لیووردرن هلند و والتا مالت (۲۰۱۸)، ماترا ایتالیا و پلوودیف بلغارستان (۲۰۱۹)، رییکا کرواسی و گالاوی ایرلند (۲۰۲۰)، تیمیشوارا رومانی، الوزیس یونان و نووی ساد صربستان (۲۰۲۱)، کاوناس لیتوانی و اش سور آلت لوکزامبورگ (۲۰۲۲)، و سپرم مجارستان (۲۰۲۳).

همچنین می‌توان از مانیتور شهرهای فرهنگی و خلاق اروپا نام برد. مانیتور شهرهای فرهنگی و خلاق، ابزاری برای معیارسنجی جدیدی است که توسط مرکز تحقیقات مشترک (JRC)، خدمات علمی و دانش کمیسیون اروپا طراحی و ساخته شده است. هدف آن نظارت و ارزیابی عملکرد "شهرهای فرهنگی و خلاق" در اروپا در مقابل سایر شهرهای هم رده، براساس جمعیت، درآمد و اشتغال مشابه، با استفاده از شاخص‌های کمی و اطلاعات کیفی است و در واقع مسئولیت مانیتورینگ و نظارت بر شاخص‌ها و استانداردهای فرهنگی را برعهده گرفته است. مانیتور شهرهای فرهنگی و خلاق ابزاری قدرتمند است که به عنوان مثال در تدوین، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی سیاست‌ها و راهبردهای فرهنگی شهرداری، در تعیین تأثیرات و نتایج آنها و حتی در قیاس با سایر زمینه‌های مدیریت محلی مورد استفاده قرار می‌گیرد. شاخص‌ها نیز عبارتست از نشاط فرهنگی، که نبض فرهنگی یک شهر را از نظر زیرساخت‌های فرهنگی و مشارکت در امور فرهنگی اندازه‌گیری می‌کند (شامل اماکن و امکانات فرهنگی، مشارکت فرهنگی و جذابیت فرهنگی). اقتصاد خلاق، که میزان مشارکت بخش‌های فرهنگی و خلاق در اقتصاد یک شهر را از نظر اشتغال‌زایی و نوآوری به دست می‌آورد (شامل مشاغل خلاق و دانش محور، مالکیت معنوی و نوآوری، مشاغل جدید در بخش‌های خلاق) و در نهایت محیط پویا، که دارایی‌های ملموس و نامشهود را شناسایی می‌کند و به شهرها کمک می‌کند تا استعداد خلاق را جلب کرده و تعامل فرهنگی را تحریک کنند (شامل کیفیت مدیریت، ارتباطات محلی و بین‌المللی، باز بودن جامعه و تسامح و اعتماد، سرمایه انسانی و آموزش). در واقع مانیتورینگ وظیفه دارد که لحظه به لحظه شرایط هر یک از شهرهای فرهنگی اروپا را از نظر شاخص‌های بیان شده تحت نظر داشته باشد تا بهبودها را تقویت و تبلیغ کند و از تشدید ضعف‌ها جلوگیری نماید. به عنوان مثال، مادرید از شواهد موجود در مانیتور برای درک اینکه سرمایه‌های فرهنگی و خلاقانه پایتخت اسپانیا را باید در استراتژی برجسته‌سازی و سرمایه‌گذاری خود متمرکز کند، استفاده کرد تا به تدریج رتبه بین‌المللی خود را بهبود ببخشد. این مانیتور همچنین به شهرهای ژنو و دیور کمک کرده است تا نیازهای سرمایه‌گذاری آینده را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند و استراتژی‌های اقتصادی و خلاقانه خود را دوباره طراحی کنند. علاوه بر این، بیش از بیست کارگاه آموزشی فقط در سال ۲۰۱۸ توسط شهرهای فرهنگی اروپا میزبانی شدند و از مانیتور برای ارزیابی نقاط قوت و شکاف‌های توسعه استفاده کردند. مانیتور شهرهای فرهنگی و خلاق، شواهد و خوراک لازم را برای بحث در مجمع فرهنگ اروپا ۲۰۱۷ و هفته‌ی مناطق و شهرهای اروپا ۲۰۱۸ فراهم کرده است. این مبنایی برای ارزیابی آثار اقتصادی بود که زیربنای "برنامه جدید فرهنگی اروپا در سال ۲۰۱۸" قرار داشت و یکی از اقدامات موجود در "چارچوب اقدام اروپا برای میراث فرهنگی" به شمار می‌آید. این مانیتورینگ به طور ویژه در خدمت توسعه پایدار گردشگری خلاق عمل می‌کند. چرا که شهرها می‌توانند با کمک داده‌ها و رصدهای مانیتور شهرهای فرهنگی و خلاق وضعیت فرهنگی خود را بهبود بخشند. اتحادیه اروپا با نظارت بر شهرهای فرهنگی و خلاق از این طریق، این فرصت را به شهرها و سیاست‌گذاران می‌دهد تا دارایی‌های فرهنگی و خلاقانه فعلی خود را محک زده و برای توسعه آینده از چارچوب‌های سیاسی مبتنی بر شواهد علمی، پشتیبانی کنند.



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

## نتیجه گیری

اقتصاد گردشگری یکی از جنبه‌های پویا و مدرن علم اقتصاد است که از پویایی صنعت گردشگری نشات می‌گیرد. گردشگری هم مانند همه‌ی صنایع مزایا و معایبی دارد. برای کاهش معایب و همچنین حفظ، بهبود و توسعه‌ی منافع گردشگری، سیاست‌های اقتصاد خلاق می‌تواند کارآ باشد. آنچه که یونسکو شبکه‌ی شهرهای خلاق می‌نامد یا فعالیت‌های اتحادیه‌ی اروپا در راستای نظارت بر شاخص‌های فرهنگی شهرهای فرهنگی اروپا، به این دلیل است که هویت فرهنگی شهر شناسایی شود و تمام تلاش‌ها معطوف به حفظ این هویت شود. در چنین شرایطی عاملین اقتصادی در جهت بهره‌برداری اقتصادی از این هویت تلاش خواهند کرد و استمرار این بهره‌برداری منوط به حفظ هویت فرهنگی است. در واقع شبکه‌ی شهرهای خلاق عملاً نوعی تشویق و ترغیب عاملین اقتصادی، سیاست‌گذاران، مسئولان و حتی خود گردشگران در جهت صیانت و نگهداری هویت فرهنگی شهر است. این هویت می‌تواند از بستری تاریخی نشات بگیرد یا از یک خرق اجتماعی. در هر حال هرآنچه که باشد اگر گردشگری در یک اکوسیستم خلاق صورت گیرد از گزند تغییرات و نابودی مصون خواهد شد. اکوسیستم اقتصاد خلاق، روش‌های بهره‌مندی از صنعت توریسم را حول محور هویت فرهنگی و نشاط اجتماعی شهر، اقتصادی و سودآور می‌سازد در حالی که با حفظ این هویت به بهره‌برداری از آن در آینده کمک خواهد کرد. این همان توسعه‌ی پایدار گردشگری است. اقتصاد خلاق، طبقه‌ی خلاق و شهر خلاق ترکیبی است که به پایه‌ی توسعه‌ی فرهنگی شهر بنا شده و گردشگری را به یک صنعت بالغانه و خلاق بدل می‌سازد. گردشگر خلاق اهمیت فرهنگ را درک می‌کند و خود او تلاش می‌کند تا از میراث فرهنگی شهر به عنوان بزرگترین دارایی هویت فرهنگی شهر، صیانت کند. از دیگر سو، مسئولان شهری نیز چون نظارت نهاد‌های ناظر را احساس می‌کنند و اهمیت تبلیغ این نهادها برای شهر را می‌دانند در برنامه‌ریزی‌ها و طرح‌های خود به گونه‌ای عمل نخواهند کرد که این هویت فرهنگی به خطر بیفتد. در واقع اقتصاد خلاق راه‌های درآمدزایی از هویت فرهنگی و میراث فرهنگی یک شهر را عملیاتی می‌کند و چنانچه این درآمدزایی حاصل شود همه اعم از مسئولان، مردم و حتی گردشگران برای حفظ این هویت و میراث تلاش می‌کنند. ناظران بزرگ بین‌المللی نظیر یونسکو یا آنچه در اتحادیه اروپا در قالب مانیتور شهرهای فرهنگی و خلاق اروپا وجود دارد، عامل بازدارنده‌ی مهمی در قبال هر نوع تغییر، تحریف و تخریب هویت فرهنگی یک شهر خواهند بود. مانیتور شهرهای فرهنگی و خلاق اروپا با رصد دائمی و ارائه‌ی شواهد و داده‌های فرهنگی جایگاه یک شهر را نسبت به سایر شهرهای فرهنگی نشان می‌دهد و نقاط ضعف و قوت را جهت اصلاح و بهبود به مسئولان شهری ارائه می‌کند. این مانیتور باعث می‌شود سیاست‌گذاران روند تغییرات را در طول چند سال بررسی کنند و آثار سیاست‌هایشان را بسنجند. به نظر می‌رسد اگر چنین نظارتی حداقل در سطح ملی در ایران وجود داشته باشد به گونه‌ای که هم مردم هویت فرهنگی شهر خود را بشناسند و هم مسئولان معیاری برای محک فعالیت‌های فرهنگی‌شان داشته باشند روند گردشگری داخلی ایران را متحول خواهد کرد. پایش لحظه‌ای اینچنینی باعث می‌شود گردشگران داخلی و حتی خارجی نیز از ظرفیت‌های گردشگری مناطق مختلف ایران مطلع شوند و برای بازدید تشویق گردند. این‌گونه گردشگری ایران صرفاً به چند منطقه‌ی خاص محدود نخواهد شد. از طرفی یک گردشگر وقتی دقیقاً بداند، هویت فرهنگی یک شهر چگونه در طول هزاران سال به عنوان امانت به امروزیان رسیده، مسئولانه‌تر در قبال هویت فرهنگی جامعه‌ی میزبان عمل خواهد کرد. بنابراین می‌توان گفت که اقتصاد خلاق اکوسیستمی را فراهم می‌آورد که هویت فرهنگی یک شهر را از مسیر اقتصاد خلاق و شهرخلاق به گردشگری پایدار، توسعه می‌دهد.





# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

## منابع

- آزاد، نفیسه، ناظمی، امیر، و علیرضائزاد، سهیلا. (۱۳۹۸). تحلیل آینده پژوهانه سیاست‌گذاری شهر خلاق؛ مطالعه‌ای در شهر تهران. *مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*, ۳۲(۹), ۱۵۷-۱۸۰.
- ابراهیم‌زاده‌آباد، عیسی، دوستی‌مقدم، حسین، و قیصران‌پور، سمیه. (۱۳۹۷). نقش شهر خلاق در توسعه خدمات شهری و کیفیت زندگی شهروندان مورد مطالعه زاهدان. *جغرافیا و روابط انسانی*, ۳(۱), ۳۹۷-۴۰۹.
- احسانیان، ساجده، نبی‌پورافروزی، مهدی، و علیپور، مالک. (۱۳۹۸). بررسی به کارگیری سرمایه فکری، نوآوری و خلاقیت به عنوان محرک‌های اصلی برای توسعه پایدار درازمدت در چارچوب اقتصاد خلاق و جامعه دانش بنیان. *دستاوردهای نوین در مطالعات علوم انسانی*, ۱۵(۲), ۷۷-۸۴.
- احمدزاده، حسن، داداش‌پورمقدم، مجید، و حضرتی، محمدحسین. (۱۳۹۹). توسعه گردشگری شهری براساس شاخص‌های خلاقیت شهری؛ مطالعه موردی: شهر قزوین. *شباک*, ۷۴(۶), ۱۴۵-۱۵۶.
- اروجی، اردشیر. (۱۳۹۵). *بررسی وضعیت خدمات گردشگری در ایران: صادرات نامرئی. تجارت فردا*.  
[www.tejaratefarda.com/fa/tiny/news-19945](http://www.tejaratefarda.com/fa/tiny/news-19945)
- اقبال، ناصر، بیک‌بابایی، بشیر، عبدالهی، ولی، حسین‌زاده، محمد، و هندی، هوشنگ. (۱۳۹۴). بررسی شاخص‌های شکل‌گیری شهر خلاق؛ (مطالعه موردی: کلانشهر تبریز). *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*, ۲۹(۷), ۶۳-۸۰.
- امامی آل آقا، صدرا، سخائی، نوید، رحیمی، بابک، و کرمی، پرویز. (۱۳۹۷). *بررسی تجربیات جهانی شرکت‌های استارت‌آپ در حوزه گردشگری با استفاده از صنایع خلاق*. دانش‌بنیان فناور.
- ایمانی، بهرام، ناصری‌منش، علی، و مهدی، علی. (۱۳۹۷). بررسی و تحلیلی بر نقش و جایگاه آئین‌های بومی و سنتی در توسعه پایدار گردشگری روستایی (مورد مطالعه: منطقه سوادکوه در استان مازندران). *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*, ۳۸(۱۰), ۱۷۶-۱۹۴.
- بروکنر، جان. (۲۰۱۱). *درس‌هایی در اقتصاد شهری: جلد اول* (ناصر، یارمحمدیان، مترجم). دانشگاه هنر اصفهان.
- بونی فیس، پریسیلا. (۱۳۹۴). *مدیریت گردشگری فرهنگی* (محمود، عبدالله زاده، مترجم؛ سوم). دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- بیگ‌پور، مریم، فرجی‌راد، عبدالرضا، و شریعت‌پناهی، مجیدولی. (۱۴۰۰). ارزیابی نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری کلانشهر تهران. *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*, ۵۰(۱۳), ۱-۲۳.
- پرمن، راجر، ما، یو، و مگ‌گیل ری، جیمز. (۱۳۹۶). *اقتصاد محیط زیست و منابع طبیعی* (حمیدرضا، ارباب، مترجم؛ پنجم). نشرنی.
- توتونچی، لقمان، زمانی، جعفر، و صمدی پور، شیدا. (۱۳۹۴). *گردشگری یا صادرات نامرئی؛ مطالعه موردی: شهرستان بوکان*. کنفرانس ملی ایده‌های نو در گردشگری، جغرافیا و توسعه بومی، بوکان.
- جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۹۱). *مفاتیح الحیاء* (ویرایش پنجاه و یکم). مرکز نشر اسراء.
- خواجeh شاهکوهی، علیرضا، سیدی، مهسا، و بزی، خدارحم. (۱۳۹۷). *موانع و محدودیت‌های توسعه پایدار گردشگری در شهر ساحلی تنکابن*. *آمایش جغرافیایی فضا*, ۲۷(۸), ۶۵-۷۶.
- دهشیری، محمدرضا. (۱۳۹۴). *جهانی شدن و توسعه پایدار*. *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*, ۲۸(۷), ۴۵-۶۶.
- دیناری، احمد. (۱۳۸۴). *گردشگری شهری در ایران و جهان*. دانشگاه فردوسی مشهد.



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

رازقی مله، هادی، و ابراهیمی، قربانعلی. (۱۳۹۷). تحلیل رابطه علی سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهروندان شهر ساری). برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۲۵(۷)، ۴۶-۷۱.

رضایان، سحر، و جوزی، سیدعلی. (۱۳۹۳). اسلام و محیط زیست. علم کشاورزی ایران.  
رضوانی، محمدرضا، بدری، سیدعلی، ترابی، ذبیح‌الله، ملکان، احمد، و عسگری، علی. (۱۳۹۵). ارزیابی توسعه پایدار گردشگری در مناطق روستایی حاشیه کلان‌شهر تهران (مورد مطالعه: روستای آهار). پژوهش‌های روستایی، ۲۶(۷)، ۲۸۹-۲۹۸.

رنجبریان، بهرام، و خزائی پول، جواد. (۱۳۹۲). توسعه مدلی جهت تبیین تأثیر سازه‌های بازاریابی مدیریت شهری بر تمایلات رفتاری نسبت به مقاصد گردشگری شهری. اقتصاد و مدیریت شهری، ۳(۱)، ۵۷-۷۴.

سلیمی سبحان، محمدرضا، فیضی، سلمان، و یاپنگ‌غراوی، محمد. (۱۳۹۷). تحلیل اثرات کارآفرینی بر توسعه پایدار گردشگری روستایی شهرستان اردبیل. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۲۶(۷)، ۲۱-۳۶.

شاکری، عباس، و مالکی، امین. (۱۳۸۹). آزمون رابطه رشد صادرات غیر نفتی و رشد اقتصادی در ایران. پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، ۵۶(۱)، ۵-۲۶.

شبان، امیرحسین. (۱۳۹۸، مهر ۲۴). تهدید حیات بافت تاریخی با نگاه موزه‌ای (خبرگزاری ایمن) [مصاحبه].  
[www.imna.ir/news/392732/](http://www.imna.ir/news/392732/)

شکوئی، حسین. (۱۳۷۷). جغرافیای کاربردی و مکتبهای جغرافیایی (ویرایش چهارم). آستان قدس رضوی.  
ضرابی، اصغر، موسوی، میرنجف، و باقری کشکولی، علی. (۱۳۹۳). بررسی میزان تحقق پذیری شهر خلاق (مقایسه تطبیقی بین شاخص‌های توسعه‌ی پایدار شهری و معیارهای ایجاد شهر خلاق، نمونه‌ی مورد مطالعه: شهرهای استان یزد). جغرافیا و توسعه فضای شهری، ۴(۲)، ۱-۱۷.

ضرغام‌پروجنی، حمید، و صداقت، مریم. (۱۳۹۶). الگوی پارادایمیک توسعه پایدار گردشگری (مبتنی بر استقراء داده‌بنیاد از بیانات مقام معظم رهبری). پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۶(۷)، ۱۶۷-۲۰۸.

غلامی‌اوتی، رمضان، نازکتبار، حسین، و نامدار، عباس. (۱۳۸۹). بنگاه‌های کسب و کار زنان و نقش آنان بر توسعه پایدار در استان مازندران. پژوهش‌نامه زنان، ۱۱(۱)، ۱۳۳-۱۵۶.

قدمی، مصطفی. (۱۳۹۰). ارزیابی و تدوین استراتژی مقصد در چارچوب توسعه پایدار گردشگری نمونه مورد مطالعه کلان‌شهر مشهد. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۹(۳)، ۵۹-۸۲.

گودرزی، نسیم. (۱۳۹۷، مهر ۲۲). گردشگری پایدار چیست و چگونه به وجود آمد؟. کجارو.  
<http://www.kojaro.com/2018/10/6/165446/> گردشگری-پایدار-معرفی/

لشکری‌زاده، مریم. (۱۴۰۰). نقش اقتصاد خلاق در رشد اقتصادی کشورهای منتخب. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۵۰(۱۳)، ۲۶۵-۲۷۸.

مریدیان، علی، یارمحمدیان، ناصر، و نصرافهانی، رضا. (۱۳۹۶). ارزیابی معیارهای موفقیت آمیز مشارکت عمومی-خصوصی در توسعه شهر شیراز. مطالعات مدیریت شهری، ۳۲(۹)، ۱۹-۳۴.

معینیان‌میاندوآب، غزال، فتحی، بابک، و معینیان، پریچهر. (۱۳۹۹). الزامات مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری با تأکید بر اقتصاد؛ (مورد مطالعه: شهر میاندوآب). جغرافیا و روابط انسانی، ۸(۲)، ۴۴۹-۴۷۱.

منکیو، گرینگوری. (۱۳۹۱). اقتصاد کلان (حمیدرضا. ارباب، مترجم). نشرنی.



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

- موسایی، میثم، هاشمی، سمیه، و ابراهیمی، میترا. (۱۳۹۱). بررسی جامعه شناختی توسعه پایدار گردشگری در ایران؛ موانع، چالش ها، راهکارها. *علوم اجتماعی (دانشگاه آزاد شوشتر)*, ۱۶(۶), ۲۵-۵۰.
- مهدوی، داوود، رکن‌الدین‌افتخاری، عبدالرضا، و سجاسی‌قیداری، حمدالله. (۱۳۹۵). طراحی راهبردهای توسعه پایدار گردشگری روستاهای تاریخی—فرهنگی ایران. *جغرافیا و برنامه ریزی*, ۵۶(۲۰), ۲۷۵-۳۰۰.
- نیتی، محمدرضا. (۱۳۹۹). تحلیل و بررسی نقش منابع گردشگری در توسعه پایدار گردشگری شهر حیدرآباد هند. *نگرش های نو در جغرافیای انسانی*, ۴۶(۱۲), ۴۵۷-۴۷۴.
- یادگاری، رضا، و سنائی فرد، مهشید. (۱۳۹۶). *کارآفرینی به شیوهی سیدعلی ضیایی: بنیانگذار هلدینگ اقتصادی اجتماعی گردشگری*. کارآفرینان بزرگ.
- یاوری، کاظم، رضاقلی زاده، مهدیه، آقایی خوندابی، مجید، و مصطفوی، سیدمحمد حسن. (۱۳۸۹). تاثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی. (OIC) *تحقیقات اقتصادی*, ۴۵(۹۱), ۲۲۱-۲۴۳. SID.
- Joint Research Centre (JRC). (2019). *The Cultural and Creative*. Publications Office of the European Union.
- Lee, Linda. (2011). *Select Reading* (2nd edition). OXFORD university press.
- UNESCO. (2004). *What is the Creative Cities Network?* UNESCO. <https://en.unesco.org/creative-cities/content/about-us>





# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

## Abstract

The tourism industry is the factor of economic growth. Countries such as Austria, Switzerland and Spain can be cited as examples, which are heavily influenced by tourism. Therefore, the tourism industry can be seen as a factor to achieve economic growth and development. Along with all the positive capacities, tourism can also be associated with disadvantages and problems, the most important of which is environmental and cultural damage. The growth and development of tourism causes an increase in the number of destructions, cultural conflicts and non-acceptance of local communities, which endangers the life of the tourism industry. The goal of sustainable development of tourism is growth that does not endanger the values of the host society and does not disrupt the tourism industry so that the future generations can also benefit from the benefits of the growth of the tourism industry. The current research has been conducted with qualitative approach to investigate and analyze this outstanding role of creative cities by relying on the teachings of creative economy in the context of sustainable development. In the current research, tourism and its positive and negative effects are first examined, and then the economy of creative industries and creative cities is analyzed as the engine of growth and sustainable development of tourism. The information of this study was collected through library sources. Finally, the study of the important factors of the creative economy concludes that the criteria of the creative economy and monitoring its strict implementation lead to creative and sustainable tourism.

21

**Keywords:** tourism, creative economy, creative city, tourism development, culture