

Original Research Article

Identifying and Modeling creative tourism challenges in the city of Nain

Fatemeh Poorbafrani¹, Aboozar Vafaei^{2*}, Esmaeil Mazroui Nasrabadi³

¹Master of geography and urban planning, Faculty of Natural Resources and Earth Sciences, University of Kashan, Kashan, Iran

²Assistant professor, Department of Geography and Tourism, Faculty of Natural Resources and Earth Sciences, University of Kashan, Kashan, Iran

³Assistant professor, Department of Business Administration, Faculty of Financial Science, Management and Entrepreneurship, University of Kashan, Kashan, Iran



10.22034/GRD.2025.22532.1641

Received:

December 16, 2024

Accepted:

April 7, 2025

Keywords:

Creative tourism, Challenge, Interpretive structural modeling, Thematic analysis, Creative and convergent management

Abstract

Today, creative tourism is one of the most important ways to improve the economic status of cities, but, despite the benefits of developing this model of tourism, its implementation is not easy and there are numerous challenges to it. In this context, the city of Nain is an urban area that, despite benefiting from various forms of tourism and allocating a share of the city's economy to this activity, faces challenges in various dimensions of creative tourism. The present study aims to identify and model the challenges of creative tourism and remove obstacles to its realization. The spatial domain of the research is the city of Nain. The research is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of method. The statistical population consisted of two levels, including officials, city managers and city tourism activists as well as academic experts and specialists. The sampling method was purposeful, and the sample size for the first group, based on theoretical saturation, was 17 people in the form of semi-structured interviews and for the second group, 10 people were selected in the form of a questionnaire. The data analysis was conducted through thematic analysis and ISM. The findings of this study showed that, among the nine main challenges identified, the most important one is the lack of creative and convergent management, which results in the inability of executive managers to actualize the city's existing capabilities in the field of tourism. Therefore, identifying competent managers, holding training courses in problem-solving skills, decision-making, negotiation techniques, creativity and teamwork, and preparing cultural and environmental attachments are necessary to prevent the identified challenges in the field of creative tourism in Nain.

E-ISSN: 2588-7009 /© 2023. Published by Yazd University. This is an open access article under the CC BY 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



* **Corresponding Author:** Aboozar Vafaei

Address: University of Kashan, Kashan, Iran

Email: vafaei@kashanu.ac.ir

Extended Abstract

1. Introduction

Today, creative tourism is one of the most important ways to improve the economic status of cities, but, despite the benefits of developing this model of tourism, its implementation is not easy and there are numerous challenges to it. In this regard, the city of Nain benefits from various forms of tourism, namely historical, agricultural, natural, handicrafts and physical, and allocating a share of the city's economy to this activity. However, it faces challenges in various dimensions to realize creative tourism. Therefore, the present study aims to identify and model the challenges of creative tourism in the city of Nain to form a basis for proper policy and decision-making by the authorities in this field and ultimately to remove the obstacles to realizing creative tourism in the city.

2. Research Methodology

The research is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of method. The statistical population of the research consisted of two levels including officials, city managers and city tourism activists as well as academic experts and specialists. The sampling method was judgmental, and the sample size for the first group was 17 people put to semi-structured interviews based on theoretical saturation. The second group included 10 people who completed questionnaires. The data collection was field-based through semi-structured interviews in the field of creative tourism challenges and a questionnaire developed by the researcher in the field of modeling creative tourism challenges. To design the interview protocol, after reviewing the relevant literature, the PESTEL technique was used to design questions. Pairwise comparisons between the factors were also done to design researcher-made questionnaires. Thematic analysis was performed to analyze the data in the stage of identifying creative tourism challenges, and, through interpretive structural modeling (ISM), the creative tourism challenges were modeled.

3. Results and discussion

The interviews revealed 39 challenges of creative tourism in the city, which were divided into 17 subcategories, including "presence of various types of pollution in the city's tourism space", "excessive use of the city's pristine and natural space", "ignorance of local customs and traditions", "use of no traditional elements in the recreation of urban spaces", "lack of motivation and willingness to invest", "weakness of government finances to support various tourism sectors", "lack of concerned managers in the tourism sector", "divergence of tourism sector managers and lack of teamwork", "lack of necessary tools for guidance and advertising", "lack of primary tourism infrastructure", "weakness of executive management of the tourism sector", "lack of training, preparation and accompanying the host community in tourism activities", "lack of necessary preparation for tourists to familiarize themselves with the culture of the local community", "lack of educational and specialized centers in the tourism sector", "lack of interactions and communications with tourism sector activists in all parts of the country and the world", "ignorance of the city's tourism capacities", and "lack of planning to hold traditional and local ceremonies continuously throughout the year". There were also nine main categories including "existence of environmental pollutants and damage to nature tourism", "forgetting the original culture and identity of the city", "lack of a sustainable tourism economy", "lack of a unified policy and strategy in the field of tourism", "lack of facilities, equipment and services in the field of tourism", "lack of creative and convergent management", "lack of culture and trust building for the local community and tourists", "lack of specialized and practical training", and "lack of a comprehensive tourism package to offer". Next, in order to more accurately analyze the challenges of the city's creative tourism, their interpretative structural model was drawn, and the position of each challenge was examined in it.

4. Conclusion

The present study has identified and modeled the challenges of creative tourism in the city of Nain. The results of the theoretical part of the study show that creative tourism can distinguish and develop the creative experiences of tourists and prioritize sustainability. However, there have always been obstacles and challenges to the sustainability of this type of tourism, which include infrastructure challenges such as the lack of adequate and suitable accommodation and amenities, a weak structure for creating jobs, inadequate education, lack of smart technologies, lack of guidelines, and inadequate training. Besides, comparing the research findings with theoretical foundations shows that Nain is an urban area that, despite benefiting from various forms of tourism and allocating a share of the city's economy to this activity, faces challenges in the field of creative tourism, including the lack of specialized training centers in various fields of tourism, a shortage of specialized personnel in the field of tourism, the lack of facilities and equipment necessary for the development of city tourism, lack of investment in various tourism affairs, and the weakness and incompetence of tourism sector managers. These challenges can hinder creative and dynamic economic formation and ultimately the sustainable development of the city's tourism. Based on the results of the present study, there are several challenges facing the development of creative tourism in this city. The output of the structural model showed that the lack of creative and convergent management is the most important challenge. This is because experts believe that the lack of creative and convergent management in the city of Nain has led to the lack of support from senior city managers for the tourism sector, the lack of alignment between executive institutions and the private sector in this area, the lack of a real and concerned custodians in the city's tourism sector, and the inability of executive managers to activate the city's existing capacities in the tourism sector.

مقاله پژوهشی

شناسایی و مدل‌سازی چالش‌های گردشگری خلاق در شهر نائین

فاطمه پوربافرانی^۱، ابوذر وفايي^{۲*}، اسماعیل مزروعی نصرآبادی^۳

^۱ کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

^۲ استادیار گروه جغرافیا و گردشگری، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

^۳ استادیار گروه مدیریت کسب‌وکار، دانشکده علوم مالی، مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

doi 10.22034/GRD.2025.22532.1641

چکیده

امروز گردشگری خلاق به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راه‌های ارتقاء وضعیت اقتصادی شهرها است، اما توسعه این مدل از گردشگری با چالش‌های متعددی روبرو است. در این راستا شهر نائین ازجمله نقاط شهری است که باوجود بهره‌مندی از اشکال متنوعی از گردشگری و اختصاص سهمی از اقتصاد شهر به این فعالیت، جهت تحقق گردشگری خلاق با چالش‌هایی در ابعاد مختلف مواجه است، لذا پژوهش حاضر بر آن است تا با شناسایی و مدل‌سازی چالش‌های گردشگری خلاق، آن‌ها را رفع نماید. قلمرو مکانی پژوهش، شهر نائین است. نوع پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه انجام توصیفی – تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش را دو سطح شامل مدیران شهری، فعالان حوزه گردشگری شهر و متخصصین و صاحب‌نظران دانشگاهی تشکیل می‌دهد. روش نمونه‌گیری، هدفمند است و حجم نمونه برای گروه اول بر اساس اشباع نظری، ۱۷ نفر در قالب مصاحبه نیمه ساختاریافته و برای گروه دوم، ۱۰ نفر در قالب پرسشنامه انتخاب شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از طریق تحلیل مضمون و ISM، انجام شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد از بین ۹ چالش اصلی شناسایی شده، مهم‌ترین چالش، فقدان مدیریت خلاق و همگرا است که پیامد آن ناتوانی مدیران اجرایی در بالفعل نمودن ظرفیت‌های موجود شهر در حوزه گردشگری است، لذا با توجه به اولویت چالش‌ها شناسایی مدیران شایسته، برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه مهارت‌های حل مسئله، مدیریت تصمیم‌گیری، فنون مذاکره، خلاقیت و کارگروهی برای جلوگیری از چالش‌های شناسایی شده در حوزه گردشگری خلاق شهر نائین ضروری است. نتایج این پژوهش با شناسایی چالش‌های گردشگری خلاق و ارائه مدل اثرگذاری آن‌ها بر یکدیگر می‌تواند نقشه راهی برای توسعه این گردشگری در کشور و به‌ویژه شهر نائین باشد.

تاریخ دریافت:

۲۶ آذر ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش:

۱۸ فروردین ۱۴۰۴

کلیدواژه‌ها:

گردشگری خلاق،

چالش،

مدل‌سازی ساختاری تفسیری،

تحلیل مضمون،

مدیریت خلاق و همگرا،

۱ مقدمه

امروزه یکی از مهم‌ترین انواع گردشگری، گردشگری خلاق است. گردشگری خلاق موضوعی در حال رشد و تحقیق است که محرک خلاقیت گردشگران در تولید تجربیات به‌یادماندنی است (الشماری^۱، ۲۰۲۳). این گردشگری به عنوان یک جایگزین به ویژه برای مقاصد کوچک و مناطق روستایی عمل می‌کند (اسکالابرنی^۲ و همکاران) و

* نویسنده مسئول: ابوذر وفايي

آدرس: دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان.

Email: vafaei@kashanu.ac.ir

1 Al-Shamari

2 Scalabrini

اهمیت بسیار بالایی برای کشورها دارد؛ به عبارت دیگر گردشگری خلاق که به ادغام خلاقیت در گردشگری می‌پردازد (اسلام و سادوخان^۱، ۲۰۲۴) نوعی از گردشگری است که نه تنها باعث ایجاد لذت برای گردشگران می‌شود، بلکه آرامش، سرگرمی، رشد فردی و جوان‌سازی جسمی و روحی را نیز به همراه دارد (اینس و جنکاسی^۲، ۲۰۲۴) و مبتنی بر مشارکت فعال گردشگران و خلق مشترک است (اسلام و سادوخان^۳، ۲۰۲۴). در این گردشگری تبدلات فرهنگی معنادار بین گردشگران و افراد محلی ترویج داده می‌شود (سعید و الاتریس^۴، ۲۰۲۴). این نوع از گردشگری دارای مزایای متعددی مانند حفظ فرهنگ و میراث (تپفوما^۵ و همکاران، ۲۰۲۴؛ سومردی^۶، ۲۰۲۳)، جذب گردشگر در مقاصد فاقد منابع طبیعی (اسلام و سادوخان^۷، ۲۰۲۴)، اقامت طولانی‌تر مشتریان و کاهش اثرات بحران‌هایی مانند کرونا (سرانوویلا^۸ و همکاران، ۲۰۲۴)، بالا بردن ارزش و کیفیت مقصد گردشگری برای کاربران نهایی، افزایش خرید محصول (پراتاما^۹ و همکاران، ۲۰۲۳)، بقای کسب‌وکار روستاهای گردشگری (گینتینگ^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۳)، توسعه پتانسیل خلاقانه گردشگر (لی و کواس^{۱۱}، ۲۰۲۴)، بهبود تجربه گردشگر (مولوی^{۱۲} و همکاران، ۲۰۲۳؛ پراتاما و همکاران، ۲۰۲۳) و ارتقای منافع اجتماعی برای جوامع (اکدمیر^{۱۳} و همکاران، ۲۰۲۳). با توجه به این مزایا و از آنجایی که گردشگری خلاق یکی از اشکال پایداری اجتماعی و اقتصادی است تمایل به رشد زیاد دارد (مدریوس^{۱۴} و همکاران، ۲۰۲۳) در نتیجه ادغام و توسعه گردشگری خلاق یک انتخاب اجتناب‌ناپذیر برای دستیابی به توسعه اقتصادی و فرهنگی است (بنیانمساپورن^{۱۵} و همکاران، ۲۰۲۴). علی‌رغم مزایای فوق، گردشگری خلاق به‌طور کامل مورد استقبال قرار نگرفته و مطالعات کمی در مورد آن در کشورهای در حال توسعه وجود دارد (تپفوما و همکاران، ۲۰۲۴). همچنین این نوع از گردشگری با انتقاداتی مواجه شده است (تن و تن^{۱۶}، ۲۰۲۳) در نتیجه لازم است چالش‌های آن نیز واکاوی گردد. با توجه به اینکه گردشگری خلاق با تبلور ارزش‌های فرهنگی سرزمین با توجه به خرده‌فرهنگ‌های فراوان در ایران، نقش اساسی در برنامه‌های راهبردی گردشگری ایران دارد (مولایی و همکاران، ۲۰۲۳) لازم است واکاوی دقیقی روی آن انجام شود و چالش‌های آن شناسایی گردد.

در این راستا شهر نائین دارای ظرفیت‌های متعدد گردشگری است که می‌توان به ظرفیت‌های تاریخی، کشاورزی، طبیعی، صنایع‌دستی و کالبدی آن اشاره کرد. علی‌رغم این ظرفیت‌ها این شهر نتوانسته از آن‌ها استفاده مناسبی داشته باشد و در حال حاضر کارآمدی گذشته‌ی خود را از دست داد است، لذا توجه به این ظرفیت‌ها در قالب گردشگری خلاق می‌تواند ضمن جلوگیری از بیکاری و فرسودگی نظام فضایی شهری با فراهم نمودن

1 Islam & Sadhukhan

2 Ince & Gençay

3 Islam & Sadhukhan

4 Saeed & Al Atees

5 Tapfuma

6 Soemardi

7 Islam & Tapfuma

8 Serrano Leyva

9 Pratama

10 Ginting

11 Li & Kovacs

12 Molavi

13 Akdemir

14 Medeiros

15 Boonyanmethaporn

16 Tan & Tan

بسترهای لازم جهت مشارکت جامعه محلی در این حوزه، مسیر شکل‌گیری اقتصادی خلاق و پویا و درنهایت توسعه پایدار گردشگری شهر نائین را فراهم آورد (وفایی و همکاران، ۱۴۰۳). با توجه به این مورد، هدف اول این تحقیق شناسایی چالش‌های گردشگری خلاق در شهر نائین است تا از طریق آن متولیان بتوانند تصمیمات مناسبی برای توسعه گردشگری خلاق اتخاذ نمایند. پیشینه پژوهش در این زمینه بیانگر وجود خلأ تحقیقاتی در زمینه شناسایی چالش‌های گردشگری خلاق در شهر نائین است. تحقیقات قبلی در زمینه گردشگری خلاق در ایران را می‌توان در ۴ دسته اساسی گروه‌بندی کرد. تعدادی از این تحقیقات در زمینه مدل‌های علی در قالب مدل‌های پویایی‌شناسی سیستم‌ها و مدل‌های ساختاری پرداخته‌اند در این زمینه می‌توان به تحقیقاتی مانند خدیور و گلستانی^۱ (۱۴۰۱) یا مسیبیان ریزی و مسیبی^۲ (۱۴۰۰) اشاره کرد. دسته دوم تحقیقات را می‌توان به تحقیقاتی اختصاص داد که به تحلیل و ارزیابی گردشگری خلاق از منظر وضعیت فعلی آن، راهبردهای توسعه آن یا ظرفیت‌های آن پرداخته‌اند. در این زمینه می‌توان به تحقیق سالاری پور^۳ و همکاران (۱۳۹۹) اشاره کرد. دسته سوم تحقیقات به ارائه مدل‌های مفهومی در زمینه گردشگری خلاق پرداخته‌اند. به‌عنوان مثال پژوهان^۴ و همکاران (۱۴۰۲) در این دسته قرار می‌گیرد. دسته چهارم که مرتبط‌ترین دسته با موضوع پژوهش حاضر هستند تحقیقاتی هستند که به بررسی پیشایندها و پسایندهای گردشگری خلاق پرداخته‌اند. تحقیقات متعددی در این زمینه انجام شده است به‌عنوان نمونه می‌توان به تحقیق مهدیان بهنمیری و تقوایی^۵ (۱۴۰۱) یا وفایی^۶ و همکاران (۱۴۰۳) اشاره کرد. در میان تحقیقات خارجی نیز همین دسته‌بندی را می‌توان مشاهده کرد اما در زمینه عنوان پژوهش که در زمینه چالش‌های گردشگری خلاق است در تحقیقات داخلی موردی یافت نشد اما در تحقیقات خارجی نمونه‌هایی ملاحظه گردید. به‌عنوان مثال بلوسیک^۷ و همکاران (۲۰۱۹)، دیاز^۸ و همکاران (۲۰۲۱)، لبراتو^۹ و همکاران (۲۰۲۲) و پان فیلوک^{۱۰} (۲۰۲۳) نمونه‌ای از این تحقیقات هستند. این مرور بیانگر خلأ تحقیقاتی در زمینه چالش‌های گردشگری خلاق در ایران است. درواقع تحقیقات قبلی در داخل ایران بیشتر روی مفهوم‌سازی گردشگری خلاق، ارزیابی آن و عوامل مؤثر بر آن متمرکز بوده‌اند و تمرکزی بر چالش‌های آن نداشته‌اند؛ درنتیجه هدف اول تحقیق را توجیه می‌کند. شناسایی مجموعه‌ای عوامل زمانی می‌تواند اثربخشی بیشتری داشته باشد که روابط فی‌مابین آن‌ها تحلیل شود (مزروعی نصرآبادی^{۱۱} و همکاران، ۱۴۰۲) تا بتواند تحلیل دقیق‌تری از چالش‌ها کسب کرد و متولیان بتوانند تصمیمات بهتری اتخاذ کنند؛ درنتیجه هدف دوم تحقیق ارائه مدل ساختی-تفسیری چالش‌های گردشگری خلاق در شهر نائین است. با توجه به عدم شناسایی چالش‌ها، منطقاً مدلی از آن‌ها نیز در ایران وجود ندارد و این نیز جنبه دیگری از نوآوری پژوهش حاضر است.

با عنایت به اینکه پژوهش حاضر به دنبال شناسایی چالش‌ها و مدل‌سازی گردشگری خلاق در شهر نائین است لذا فرایند انجام پژوهش در دو گام انجام گردید بدین‌صورت که در گام اول از روش تحقیق کیفی در چارچوب مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته از خبرگان گردشگری در شهر نائین استفاده شد و برای تجزیه و تحلیل

¹ khadivar & Golestani

² Mosayebian rizi & Mosayebi

³ Salaripour

⁴ Pajoohan

⁵ Mahdian Bahnamiry & taghvaei

⁶ Vafaei

⁷ Belevskikh

⁸ Dias

⁹ Liberato

¹⁰ Panfiluk

¹¹ Mazroui Nasrabadi

داده‌ها از تحلیل تماتیک استفاده شد. در گام دوم تحقیق به‌منظور مدل‌سازی چالش‌های گردشگری خلاق در شهر نائین از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری در قالب پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید.

۲ مبانی نظری

امروزه خلاقیت به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان یک مؤلفه اساسی موفقیت شناخته می‌شود (وانگ^۱، ۲۰۲۴). خلاقیت یعنی ایجاد چیزی که هم جدید و هم مفید باشد (کراوس^۲، ۲۰۲۴). بسیاری از محققان خلاقیت را به‌عنوان یک عملکرد خاص که هم جدید و هم مناسب است تعریف می‌کنند (سیاسوز^۳، ۲۰۲۴). حرکت به سمت خلاقیت در گردشگری به‌عنوان بخشی از تحول در تجربه گردشگری تلقی می‌شود (بستنکار^۴، ۲۰۲۴). گردشگری خلاق ادغام خلاقیت در گردشگری است (اسلام و سدوخان، ۲۰۲۴). گردشگری خلاق به‌عنوان نسل بعدی گردشگری تلقی می‌شود (آگاپیتو^۵ و همکاران، ۲۰۲۳) که به‌عنوان یک بخش امیدوارکننده و محبوب در بازار گردشگری در حال ظهور است (حودین^۶ و همکاران، ۲۰۲۴) زیرا به‌سرعت می‌تواند اولویت گردشگران را تغییر دهد (میستریانی^۷ و همکاران، ۲۰۲۳). گردشگری خلاق نوعی از گردشگری است که تجارب خلاق گردشگران را متمایز و توسعه می‌دهد و پایداری را در اولویت قرار می‌دهد (الکایا و یاسر^۸، ۲۰۲۴) و ورودی اولیه اصلی آن میراث فرهنگی ناملموس و فرهنگ مقاصد- گردشگری است (کانکالوس و دکسوتا^۹، ۲۰۲۴). تعارف زیادی در مورد گردشگری خلاق وجود دارد اما نکات مهم در این زمینه عبارت‌اند از:

- ❖ گردشگری خلاق به‌طور کامل با «تجربه کردن»، «خلق مشترک» و «یادگیری» مرتبط است (جاردیم^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۳) و مشارکت گردشگران را برای پیوستن و توسعه مهارت‌های آن‌ها جلب کند (باتوبارا و سیتیوان^{۱۱}، ۲۰۲۴).
- ❖ گردشگری خلاق با تبادل ایده‌ها و مهارت‌ها بین بازدیدکنندگان و جامعه محلی با یک رویکرد هم‌افزا مرتبط است (ویردوباس^{۱۲}، ۲۰۲۳).
- ❖ این گردشگری بر میراث ناملموس متمرکز است، یعنی احساسات، خلاقیت و مردم (پاولوییک^{۱۳}، ۲۰۲۳).
- ❖ گردشگری خلاق نسبت به گردشگری فرهنگی که بیشتر بر اشیاء فیزیکی متمرکز است روی افراد و در توسعه روابط متمرکز است (ریچاردز^{۱۴}، ۲۰۲۳).

1 Wang

2 Ceaușu

3 Ceaușu

4 Bastenegar

5 Agapito

6 Huddin

7 Mistrian

8 Alkaya & Yaşar

9 Gonçalves & da Costa

10 Jardim

11 Batubara & Setiawan

12 Vourdoubas

13 Pavliuk

14 Richard

۳ مدل‌های گردشگری خلاق

امروزه محققان به‌طور فزاینده‌ای بر مدل‌های نوآورانه در بخش گردشگری خلاق متمرکز شده‌اند که می‌توانند کارایی گردشگری خلاق را افزایش دهند و هم‌زمان پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را تضمین کنند.

۳/۱ مدل‌های فناورانه

مطالعات نشان می‌دهد که ادغام فناوری‌های دیجیتال عامل کلیدی در توسعه مدل‌های نوآورانه گردشگری خلاقانه است. به‌ویژه، دسترسی به پلتفرم‌های رزرو آنلاین، استفاده از اپلیکیشن‌های موبایل برای تعامل با گردشگران و جوامع محلی و همچنین به‌کارگیری فناوری‌های واقعیت افزوده (AR) و واقعیت مجازی (VR)، به طرز گسترده‌ای در حال تغییر نحوه درک گردشگران از محصولات و خدمات سنتی گردشگری خلاق هستند (ورونکووا، ۲۰۲۴).

۳/۲ مدل‌های اجتماعی- مشارکتی

در این مدل‌ها به جنبه‌های اجتماعی گردشگری خلاق پرداخته می‌شود، جایی که مسئولیت اجتماعی و مشارکت جوامع محلی در فرآیندهای گردشگری خلاقانه اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است. مدل‌های نوآورانه باید همکاری بین کارآفرینان محلی، گردشگران و نهادهای دولتی را تقویت کنند، زیرا این همکاری به توسعه زیرساخت‌های اجتماعی، حفظ میراث فرهنگی و بهبود کیفیت زندگی کمک می‌کند (تسلنکو^۲، ۲۰۲۳).

۳/۳ مدل‌های زیست‌محیطی

یکی دیگر از مدل‌های موردبررسی در گردشگری خلاق مدل‌های زیست‌محیطی است. در مواجهه با چالش‌های زیست‌محیطی کنونی، مانند تغییرات اقلیمی و کاهش تنوع زیستی گونه‌های گیاهی و جانوری، یک مدل نوآورانه گردشگری خلاقانه باید بر پایداری محیط‌زیست تمرکز کند. بر اساس منابع اخیر، بسیاری از پژوهشگران معتقدند که ابتکارات زیست‌محیطی، مانند استفاده از منابع تجدید پذیر، کاهش انتشار کربن و مشارکت فعال گردشگران در برنامه‌های حفاظتی، می‌تواند به‌طور قابل‌توجهی به پایداری شیوه‌های گردشگری خلاق کمک کند (ورونکووا، ۲۰۲۴).

۳/۴ مدل‌های شبکه محلی

در بسیاری از موارد، به‌ویژه در شهرداری‌ها و انجمن‌های توسعه منطقه‌ای و همچنین در میان برخی کارآفرینان مستقل، ایجاد و تقویت شبکه‌های محلی از طریق صنعتگران، هنرمندان، فعالان غذاهای سنتی و سایر خالقان به‌عنوان روشی مؤثر برای ارائه طیف متنوعی از کارگاه‌ها و فعالیت‌های خلاقانه مشاهده شده است. این رویکرد باعث می‌شود که سازمان دهنده نقش تسهیلگر، محرک و مروج را ایفا کند، درحالی‌که کارگاه‌ها توسط اعضای همین شبکه محلی اجرا می‌شوند (داکسبری^۳، ۲۰۲۰).

1 Voronkova

2 Teslenko

3 Duxbury

۴ چالش‌ها و موانع گردشگری خلاق

گردشگری خلاق علیرغم اثرات فراوان آن اما مجموعه‌ای از چالش‌ها و موانع را به وجود می‌آورد که مدیران، مقاصد و ذینفعان باید برای تقویت توسعه پایدار و بهبود تجربه‌های گردشگران از آن عبور کنند. این چالش‌ها از عوامل مختلفی از جمله ابعاد اقتصادی، زیرساختی و اجتماعی ناشی می‌شوند که می‌توانند اجرای مؤثر ابتکارات گردشگری خلاق را مختل نمایند. از میان این چالش‌ها می‌توان به مواردی مانند محدودیت‌های مالی نام برد، بسیاری از پروژه‌های گردشگری خلاق با کمبود منابع مالی مواجه هستند که این امر توانایی آن‌ها را در توسعه و ترویج تجربه‌های منحصربه‌فرد محدود می‌کند. همچنین بسیاری از شرکت‌های گردشگری منابع مالی کافی برای سرمایه‌گذاری در توسعه گردشگری خلاق ندارند که این امر باعث خنثی شدن نوآوری و رشد این صنعت می‌شود (گال،^۱، ۲۰۲۴، آسیمیادیس^۲، ۲۰۲۴). علاوه بر این هنرمندان و تولیدکنندگان محلی اغلب با کمبود سرمایه روبه‌رو هستند که توانایی آن‌ها را در ایجاد و بازاریابی مؤثر آثار هنری محدود می‌کند (تاپفوما و موساونگنه^۳، ۲۰۲۳). پس از آن رقابت در بازارهای بین‌المللی قابل‌توجه است: با توجه به اینکه هنرمندان و خالقان محلی با یک بازار رقابتی شدید از محصولات بین‌المللی روبه‌رو هستند و نمی‌توانند با آن‌ها وارد عرصه رقابت شوند این عامل ممکن است به صنایع خلاق محلی آسیب بزند (تاپفوما و موساونگنه، ۲۰۲۳). از دیگر چالش‌های مهم گردشگری خلاق مسئله حمل‌ونقل است: به‌طوری‌که در تحقیقات مشخص شد است در مناطقی از کشور اندونزی، مسیرهای حمل‌ونقل ناکافی می‌توانند دسترسی به مکان‌های اکوتوریسم را مختل کرده و بر تجربه کلی بازدیدکنندگان و قابلیت بقای صنایع خلاق تأثیر بگذارند (ساب خان^۴ و همکاران، ۲۰۲۴). همچنین موانع فناوری و تکنولوژیکی نیز بسیار مهم هستند: ادغام فناوری‌های دیجیتال در گردشگری خلاق امری ضروری است، اما اغلب به‌طور کافی توسعه نیافته‌اند که خود این عامل باعث محدودیت در دسترسی به داده‌های مبتنی بر اطلاعات می‌شود که می‌تواند مانع ارتقا کیفیت خدمات گردد (هایکتینتو^۵ و همکاران، ۲۰۲۴). در ارتباط با مشارکت جامعه باید گفت که؛ یک گردشگری خلاق کارآمد به مشارکت جامعه محلی وابسته است، با این حال، اغلب کمبود آموزش و عدم توسعه مهارت‌ها می‌تواند مانع از مشارکت فعال شهروندان در بخش گردشگری خلاق شود (آسیمیادیس، ۲۰۲۴). از دیگر چالش‌ها گردشگری خلاق حفظ فرهنگ است؛ زیرا برقراری تعادل بین توسعه گردشگری و حفظ فرهنگ و میراث محلی یکی چالش اساسی است (هایکتینتو و همکاران، ۲۰۲۴)، اصالت فرهنگی و تجاری‌سازی هم از دیگر موارد مهم بخش گردشگری خلاق است: یکی از مسائل رایج در گردشگری خلاق، تجاری‌سازی بیش‌ازحد است که می‌تواند منجر به از دست رفتن اصالت فرهنگی شود به‌طوری‌که ۷۵ درصد از بانیان بخش گردشگری خلاق نگرانی خود را در مورد این جنبه ابراز کرده‌اند (سان و شو^۶، ۲۰۲۳). سرانجام مبحث پایانی در بخش چالش‌های گردشگری خلاق به این نکته اشاره دارد که تمرکز بیش‌ازاندازه بر تجربیات و جستجوی نوآوری ممکن است بر تعاملات واقعی فرهنگی سایه بیفکند و احتمالاً جوامع محلی را دچار بیگانگی یا بی‌هویتی کند (پارتمنیگسه^۷، ۲۰۲۵). درنهایت باید گفت که اگرچه گردشگری خلاق می‌تواند معیشت محلی را بهبود بخشد و شغل ایجاد کند، اما مزایای آن اغلب پایدار نیست که این مسئله در روستاهای دارای ویژگی گردشگری خلاق مشاهده می‌شود که

1 Gáll

2 Asimiadis

3 Tapfuma & Musavengane

4 Subkhan

5 Hikitenco

6 Sun & Shu

7 Pratminingsih

درآمد آن‌ها به‌شدت به بازدید گردشگران وابسته است (نبیلا^۱، ۲۰۲۳). باوجود این چالش‌ها گردشگری خلاق همچنان پتانسیل بالایی برای تقویت مشارکت جامعه و توسعه اقتصادی دارد.

همان‌طور که اشاره شد این مقاله به بررسی مدل‌های نوآورانه در گردشگری خلاق پرداخت که شامل مدل‌های فناورانه با استفاده از ابزارهای دیجیتال، مدل‌های اجتماعی-مشارکتی با تمرکز بر جوامع محلی، مدل‌های زیست‌محیطی با تأکید بر پایداری و مدل‌های شبکه محلی با همکاری صنعتگران و هنرمندان است. باوجود اثرات مثبت گردشگری خلاق، چالش‌هایی مانند محدودیت‌های مالی، رقابت بین‌المللی، مشکلات حمل‌ونقل، موانع فناوری و عدم مشارکت کافی جامعه محلی وجود دارد که نیازمند مدیریت و برنامه‌ریزی دقیق برای توسعه پایدار این نوع گردشگری است. شناسایی دقیق این چالش‌ها و بررسی روابط فی‌مابین آن‌ها لازمه توسعه گردشگری خلاق در کشور و شهر نائین است در نتیجه روی این پژوهش تمرکز شده است.

۵ روش تحقیق

این پژوهش به دنبال شناسایی چالش‌های گردشگری خلاق و مدل‌سازی آن‌ها است. بدین منظور در گام اول از روش تحقیق کیفی استفاده شد. در این مرحله، جامعه آماری خبرگان گردشگری در شهر نائین هستند که در زمینه گردشگری خلاق دارای تجربیات عملی یا دانشگاهی باشند. شیوه نمونه‌گیری به‌صورت قضاوتی بود و حجم آن بر مبنای اشباع نظری برابر با ۱۷ نفر تعیین گردید. با توجه به وجود پیشینه‌هایی در خارج از کشور و به‌منظور افزایش سرعت و دقت در نتایج، پروتکل مصاحبه به‌صورت نیمه ساختاریافته طراحی شد. برای ارزیابی استحکام یافته‌ها از معیارهای چهارگانه گوبا و لینکولن (۱۹۸۲)، استفاده شد. بدین منظور، محققین با انجام مصاحبه‌های بلندمدت، توصیف غنی مصاحبه‌ها، اخذ تأییدیه از مصاحبه‌شوندگان و مستندسازی آن‌ها انجام دادند. تا امکان حسابرسی تحقیق، قابلیت انتقال نتایج، اعتماد و اعتبار نتایج حاصل شود. کدگذاری داده‌ها در این مرحله به‌صورت دستی انجام شده است.

در مرحله دوم تحقیق به‌منظور مدل‌سازی چالش‌های گردشگری خلاق در شهر نائین از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری استفاده شد. جامعه آماری و شیوه نمونه‌گیری در این مرحله مشابه مرحله قبل است و حجم نمونه برابر با ۱۰ نفر تعیین گردید. به‌منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. این پرسشنامه از آنجایی که بر مبنای یافته‌های مرحله قبل است، روایی محتوایی آن مورد تأیید است اما باین‌وجود به تأیید اساتید دانشگاهی نیز رسید. به‌منظور ارزیابی پایایی آن باید بیش از ۵۰ درصد افراد روی اعداد اعلامی برای هر رابطه اتفاق نظر داشته باشند. پرسشنامه این مرحله بر اساس ماتریس مقایسات زوجی است که رد آن از ۴ نماد O (ارتباطی بین متغیرهای سطر و ستون وجود ندارد)، A (بدین معناست که متغیر موجود در ستون، روی متغیر موجود در سطر اثر می‌گذارد)، V (بدین معناست که متغیر موجود در سطر، روی متغیر موجود در ستون اثر می‌گذارد) و X (به معنای تأثیر متغیر سطر بر ستون و متغیر ستون بر سطر است) استفاده می‌شود. محاسبات این مرحله در نرم‌افزار اکسل انجام شده است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در مرحله شناسایی چالش‌های گردشگری خلاق شهر نائین از تحلیل تماتیک استفاده شد. در این روش بعد از انجام مصاحبه‌ها، فرایند کدگذاری آن‌ها انجام می‌شود. بعد از کدگذاری اولیه، کدها بازبینی می‌شوند. بعد از نهایی سازی کدها، دسته‌بندی آن‌ها در قالب مقوله‌های فرعی و اصلی انجام می‌شود. برای مدل‌سازی چالش‌ها از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری ((ISM)، استفاده شد. این روش شامل چندین ماتریس است که به ترتیب ساخته و تحلیل می‌شوند. ابتدا ماتریس روابط ساختاری شکل می‌گیرد که

1 Nabila

روابط بین عناصر را بر اساس نظر متخصصان نشان می‌دهد. سپس ماتریس دستیابی اولیه بر اساس ماتریس روابط ساختاری ایجاد می‌شود که روابط را به صورت باینری (۰ و ۱) نشان می‌دهد. با اعمال روابط غیرمستقیم، ماتریس دستیابی نهایی به دست می‌آید که شامل تمام روابط مستقیم و غیرمستقیم است. در نهایت، از این ماتریس برای تعیین سطوح مختلف عناصر و ترسیم مدل ISM استفاده می‌شود.

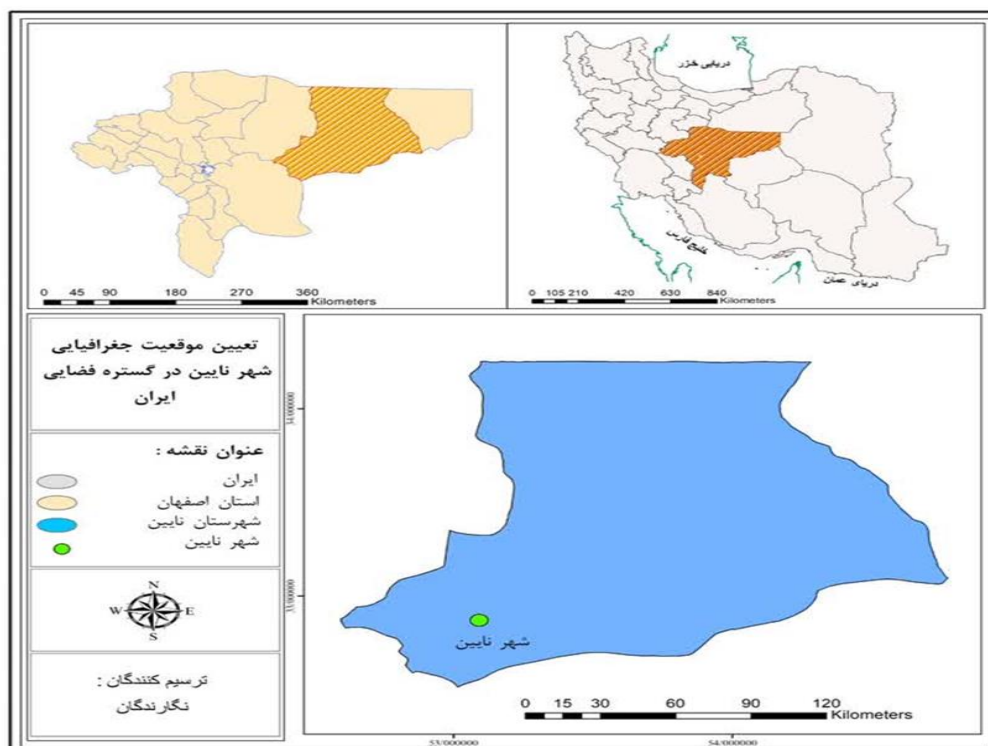
جدول ۱: خلاصه مراحل روش تحقیق

مراحل	هدف	جامعه آماری	شیوه نمونه‌گیری	حجم نمونه	ابزار گردآوری	روش تحلیل
۱	شناسایی چالش‌های گردشگری خلاق	خبرگان	قضاوتی	رسیدن به اشباع نظری (۱۷ نفر)	مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته	تحلیل تماتیک
۲	مدل‌سازی چالش‌های گردشگری خلاق	خبرگان	قضاوتی	۱۰ نفر	پرسشنامه	ISM

منبع: یافته‌های پژوهش

۶ محدوده مورد مطالعه

شهر نائین در فاصله ۱۴۵ کیلومتری شرق اصفهان است که بر اساس آمار سال ۱۳۹۵ دارای ۱۳۳۷۸ خانوار و ۲۷۳۷۹ نفر جمعیت دارد که از این تعداد ۱۳۷۶۸ نفر مرد و ۱۳۶۱۱ نفر زن می‌باشند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). این شهرستان دارای ظرفیت گردشگری بسیار بالایی در حوزه‌های متعدد میراث فرهنگی، طبیعی، کشاورزی، صنایع خلاق و ... است که می‌تواند گردشگری زیادی را به این شهر جذب نماید.



شکل ۱: موقعیت جغرافیایی شهر نائین (منبع: شهرداری نائین، ترسیم نگارندگان)



شکل ۱: پراکندگی جاذبه‌های گردشگری در شهر ناین (منبع: شهرداری ناین، ترسیم نگارندگان)

۷ یافته‌ها و بحث

۷٫۱ کدگذاری چالش‌های گردشگری خلاق در شهر ناین

بعد از انجام مصاحبه‌ها، کدگذاری چالش‌های گردشگری خلاق آغاز شد. برای کدگذاری چالش‌ها، متون مصاحبه‌ها بارها مورد خوانش قرار گرفت تا از طریق آن‌ها، تم‌ها یعنی چالش‌های گردشگری خلاق شناسایی شود. بعد از شناسایی تم‌ها به دسته‌بندی آن‌ها در قالب مقوله‌های فرعی و مقوله‌های اصلی پرداخت شد تا نظم و انسجام بهتری به‌منظور تصمیم‌گیری‌های دقیق‌تر، ایجاد شود. جدول ۲، بیانگر تم‌ها، مقوله‌های فرعی و اصلی چالش‌های گردشگری خلاق در شهر ناین است.

جدول ۲: نتایج کدگذاری چالش‌های گردشگری خلاق در شهر ناین

مقوله اصلی	مقوله فرعی	تم (چالش‌ها)
وجود آلاینده‌های محیطی و صدمه به گردشگری طبیعت	وجود انواع آلودگی در فضای گردشگری شهر	وجود آلودگی صوتی در اطراف مکان‌های تاریخی عدم توجه به بهداشت در فضاهای گردشگری شهر وجود مراکز صنعتی آلاینده در پیرامون فضاهای گردشگری شهر
	استفاده بی‌رویه از فضای بکر و طبیعی شهر	بهره‌برداری و تخریب بی‌رویه فضاهای بکر و طبیعی گردشگرپذیر در محیط پیرامون شهر عدم توجه به جایگاه بافت تاریخی شهر و تخریب آن
فراموش شدن فرهنگ اصیل و هویت شهر	بی‌توجهی به آداب و رسوم محلی	بی‌اهمیتی به پوشش محلی فراموش شدن گویش محلی و اصیل شهر اهمیت ندادن مردم به فرهنگ و هنر شهر
	عدم استفاده از المان‌های سنتی در بازآفرینی فضاهای شهری	دور شدن از المان‌های سنتی و تاریخی شهر در فضاهای شهری، بناها و طراحی آن‌ها عدم نورپردازی قلعه‌های شهر

نبود اقتصاد گردشگری پایدار	نبود انگیزه و تمایل به سرمایه‌گذاری	عدم سرمایه‌گذاری در امور مختلف گردشگری
	ضعف مالی دولت در حمایت از حوزه‌های مختلف گردشگری	کمبود بودجه و عدم حمایت قابل‌توجه دولت در زمینه‌ی گردشگری
فقدان خطمشی و راهبرد واحد در حوزه گردشگری	نبود مدیران دغدغه‌مند در حوزه گردشگری	تأثیر تفکر سیاسی بر فعالیت‌های گردشگری در اولویت نبودن برنامه گردشگری در برنامه‌های آمایشی شهر عدم توجه مسئولین شهری به طرح و ایده‌های فعالین گردشگری در زمینه توسعه گردشگری شهر
	واگرایی متولیان حوزه گردشگری و نبود کار تیمی	عدم هماهنگی سازمان‌های متولی امور گردشگری در توسعه گردشگری شهر نبود وحدت رویه در فعالیت‌های فعالین گردشگری شهر
کمبود تسهیلات، تجهیزات و خدمات حوزه گردشگری	نبود ابزارهای لازم جهت راهنمایی و تبلیغات	عدم استفاده از تبلیغات محیطی برای ورودی شهر عدم وجود تابلو راهنما در مکان‌های تاریخی فقدان مکان مشخص برای تبلیغات و فروش محصولات محلی
	کمبود زیرساخت‌های اولیه گردشگری	کمبود آژانس گردشگری در شهر نبود امکانات و تجهیزات لازم برای توسعه گردشگری شهر عدم بسترسازی مناسب برای ورود مستقیم گردشگر به داخل شهر عدم استفاده از چهار راه مواصلاتی بودن شهر نائین
فقدان مدیریت خلاق و همگرا	ضعف مدیریت اجرایی حوزه گردشگری	ضعف و ناتوانی مدیران بخش گردشگری ضعف مدیریت در بهره‌برداری از مکان‌های تاریخی
عدم فرهنگ‌سازی و اعتمادسازی برای جامعه محلی و گردشگر	عدم آموزش، آماده‌سازی و همراه نمودن جامعه میزبان در فعالیت‌های گردشگری	عدم همراهی مردم در توسعه محوره‌های گردشگری شهر پذیرا نبودن جامعه محلی برای ورود گردشگر به شهر
	عدم زمینه‌سازی لازم جهت آشنایی گردشگر با فرهنگ جامعه محلی	فقدان فرهنگ‌سازی در حوزه احترام به اعتقادات جامعه میزبان
فقدان آموزش‌های تخصصی و کاربردی	نبود مراکز آموزشی و تخصصی در حوزه گردشگری	نبود مراکز آموزشی تخصصی در زمینه‌های مختلف گردشگری فقدان مراکز آموزش صنایع‌دستی و هنری ورود افراد غیرمتخصص به فعالیت‌های گردشگری کمبود نیروی متخصص در زمینه‌ی گردشگری
فقدان بسته جامع گردشگری جهت عرضه	عدم برقراری تعاملات و ارتباطات با فعالین حوزه گردشگری در اقصی نقاط کشور و دنیا	عدم حضور فعالین گردشگری شهر و معرفی نشدن شهر در نمایشگاه‌های گردشگری
	بی‌توجهی به ظرفیت‌های گردشگری شهر	عدم توجه به ظرفیت‌های مختلف گردشگری در حوزه هنری، صنایع‌دستی و گونه‌های جانوری
	عدم برنامه‌ریزی جهت اجرای مراسمات سنتی و محلی به‌طور مستمر در طول سال	عدم تکرار مداوم مراسم و جشنواره‌های سنتی در طول سال در شهر عدم توجه به مناسبت‌های تقویمی حوزه‌های گردشگری عدم توجه به تور طبیعت‌گردی در شهر نائین

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که در جدول فوق نشان داد شده است، چالش‌های گردشگری خلاق در شهر نائین برابر با ۳۹ چالش است که در ۱۷ مقوله فرعی با نام‌های «وجود انواع آلودگی در فضای گردشگری شهر»، «استفاده بی‌رویه از فضای بکر و طبیعی شهر»، «بی‌توجهی به آداب و رسوم محلی»، «عدم استفاده از المان‌های سنتی در بازآفرینی فضاهای شهری»، «نبود انگیزه و تمایل به سرمایه‌گذاری»، «ضعف مالی دولت در حمایت از حوزه‌های مختلف گردشگری»، «نبود مدیران دغدغه‌مند در حوزه گردشگری»، «واگرایی متولیان حوزه گردشگری و نبود کار تیمی»، «نبود ابزارهای

لازم جهت راهنمایی و تبلیغات»، «کمبود زیرساخت‌های اولیه گردشگری»، «ضعف مدیریت اجرایی حوزه گردشگری»، «عدم آموزش، آماده‌سازی و همراه نمودن جامعه میزبان در فعالیت‌های گردشگری»، «عدم زمینه‌سازی لازم جهت آشنایی گردشگر با فرهنگ جامعه محلی»، «نبود مراکز آموزشی و تخصصی در حوزه گردشگری»، «عدم برقراری تعاملات و ارتباطات با فعالین حوزه گردشگری در اقصی نقاط کشور و دنیا»، «بی‌توجهی به ظرفیت‌های گردشگری شهر»، «عدم برنامه‌ریزی جهت اجرای مراسمات سنتی و محلی به‌طور مستمر در طول سال» و ۹ مقوله اصلی با نام‌های «وجود آلاینده‌های محیطی صدمه زننده به گردشگری طبیعت»، «فراموش شدن فرهنگ اصیل و هویت شهر»، «نبود اقتصاد گردشگری پایدار»، «فقدان خطمشی و راهبرد واحد در حوزه گردشگری»، «کمبود تسهیلات، تجهیزات و خدمات حوزه گردشگری»، «فقدان مدیریت خلاق و همگرا»، «عدم فرهنگ‌سازی و اعتمادسازی برای جامعه محلی و گردشگری»، «فقدان آموزش‌های تخصصی و کاربردی»، «فقدان بسته جامع گردشگری جهت عرضه»، دسته‌بندی شدند. در ادامه به‌منظور تحلیل دقیق‌تر چالش‌ها، مدل ساختاری تفسیری آن‌ها ترسیم شده و جایگاه هر چالش در آن بررسی می‌شود.

۷،۲ مدل ساختاری تفسیری چالش‌های گردشگری خلاق در شهر نائین

در گام اول، ماتریس خودتعاملی ساختاری پژوهش، با استفاده از نظر پاسخ‌دهندگان تشکیل می‌شود. این ماتریس بر اساس نظرات خبرگان به دست آمده است. جدول ۳، بیانگر ماتریس خودتعاملی ساختاری است. همان‌طور که در بخش روش تحقیق توضیح داده شد، معنای نمادها به‌صورت زیر است:

O، یعنی ارتباطی بین متغیرهای سطر و ستون وجود ندارد.

A، بدین معناست که متغیر موجود در ستون، روی متغیر موجود در سطر اثر می‌گذارد.

V، بدین معناست که متغیر موجود در سطر، روی متغیر موجود در ستون اثر می‌گذارد.

X، به معنای تأثیر متغیر سطر بر ستون و متغیر ستون بر سطر است.

جدول ۳: ماتریس خودتعاملی ساختاری چالش‌ها

چالش‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
وجود آلاینده‌های محیطی و صدمه به گردشگری طبیعت (A)		A	A	O	O	O	A	A	A
فراموش شدن فرهنگ اصیل و هویت شهر (B)			O	O	O	A	X	A	A
نبود اقتصاد گردشگری پایدار (C)				A	O	A	O	O	V
فقدان خطمشی و راهبرد واحد در حوزه گردشگری (D)					O	A	O	O	A
کمبود تسهیلات، تجهیزات و خدمات حوزه گردشگری (E)						O	O	O	O
فقدان مدیریت خلاق و همگرا (F)							V	O	V
عدم فرهنگ‌سازی و اعتمادسازی برای جامعه محلی و گردشگر (G)								A	O
فقدان آموزش‌های تخصصی و کاربردی (H)									O
فقدان بسته جامع گردشگری جهت عرضه (I)									

منبع: یافته‌های پژوهش

در گام دوم، باید ماتریس دستیابی اولیه را با تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به اعداد صفر و یک، تشکیل داد. جدول ۴ بیانگر این ماتریس است:

جدول ۴: ماتریس دستیابی اولیه چالش‌ها

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
A	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
B	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰
C	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱
D	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰
E	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰
F	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱
G	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰
H	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۰
I	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱

منبع: یافته‌های پژوهش

در گام سوم، باید ماتریس دستیابی اولیه را سازگار کرد. درواقع از متغیر A_m با متغیر Z_m رابطه داشته باشد و متغیر Z_m با متغیر K_m رابطه داشته باشد؛ آنگاه باید، متغیر A_m با متغیر K_m رابطه داشته باشد. این رابطه در صورتی که وجود داشته باشد، اقدامی صورت نمی‌گیرد، اما اگر وجود نداشته باشد، در تقاطع A_m و K_m ۱* گذاشته می‌شود. ماتریس سازگار شده، در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵: ماتریس سازگار شده چالش‌ها

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
A	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
B	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰
C	۱	۱*	۱	۱*	۰	۰	۰	۰	۱
D	۱*	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱
E	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰
F	۱*	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱
G	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰
H	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۰
I	۱	۱	۱*	۱	۰	۰	۱*	۰	۱

منبع: یافته‌های پژوهش

در گام چهارم، باید بر اساس ماتریس دستیابی سازگار شده، ماتریس دستیابی (اثرگذاری) و ماتریس اثرپذیری، محاسبه شده و سپس اشتراک آن‌ها محاسبه شود. اگر اشتراک آن‌ها برابر با ماتریس اثرگذاری باشد، متغیر مربوطه در آن سطر قرار می‌گیرد و از محاسبات بعدی حذف می‌شود. همین روند تا تخصیص تمامی متغیرها، ادامه می‌یابد. در جدول ۶ تعیین سطح چالش‌ها در مرتبه اول انجام شده است

جدول ۶: تعیین سطح چالش‌ها (سطح ۱)

نام معیار	اثرگذاری	اثرپذیری	اشتراک	سطح
A	A	IHGFDCA	A	۱
B	GBA	IHGFCB	BG	
C	IDCBA	IFDC	CDI	
D	IDCA	IFDC	CDI	

سطح	اشتراک	اثربخشی	اثربخشی	نام معیار
۱	E	E	E	E
	F	F	IGFDCBA	F
	BG	IHGFB	GBA	G
	H	H	HGBA	H
	CDI	IFDC	IGDCBA	I

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که از جدول ۶، مشخص است، چالش‌های وجود آلاینده‌های محیطی و صدمه به گردشگری طبیعت (A) و کمبود تسهیلات، تجهیزات و خدمات حوزه گردشگری (E) در سطح ۱ قرار گرفته است. این چالش‌ها از مجموعه عوامل حذف می‌شوند و روند ادامه پیدا می‌کند.

جدول ۷: تعیین سطح چالش‌ها (سطح ۲)

سطح	اشتراک	اثربخشی	اثربخشی	نام معیار
۲	BG	IHGFCB	GB	B
	CDI	IFDC	IDCB	C
۲	CDI	IFDC	IDC	D
	F	F	IGFDCB	F
۲	BG	IHGFB	GB	G
	H	H	HGB	H
	CDI	IFDC	IGDCB	I

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که از جدول ۷ مشخص است، چالش‌های فراموش شدن فرهنگ اصیل و هویت شهر (B)، فقدان خطمشی و راهبرد واحد در حوزه گردشگری (D) و عدم فرهنگ سازی و اعتمادسازی برای جامعه محلی و گردشگر (G) در سطح ۲ قرار گرفته است. این چالش‌ها از مجموعه عوامل حذف می‌شوند و روند ادامه پیدا می‌کند.

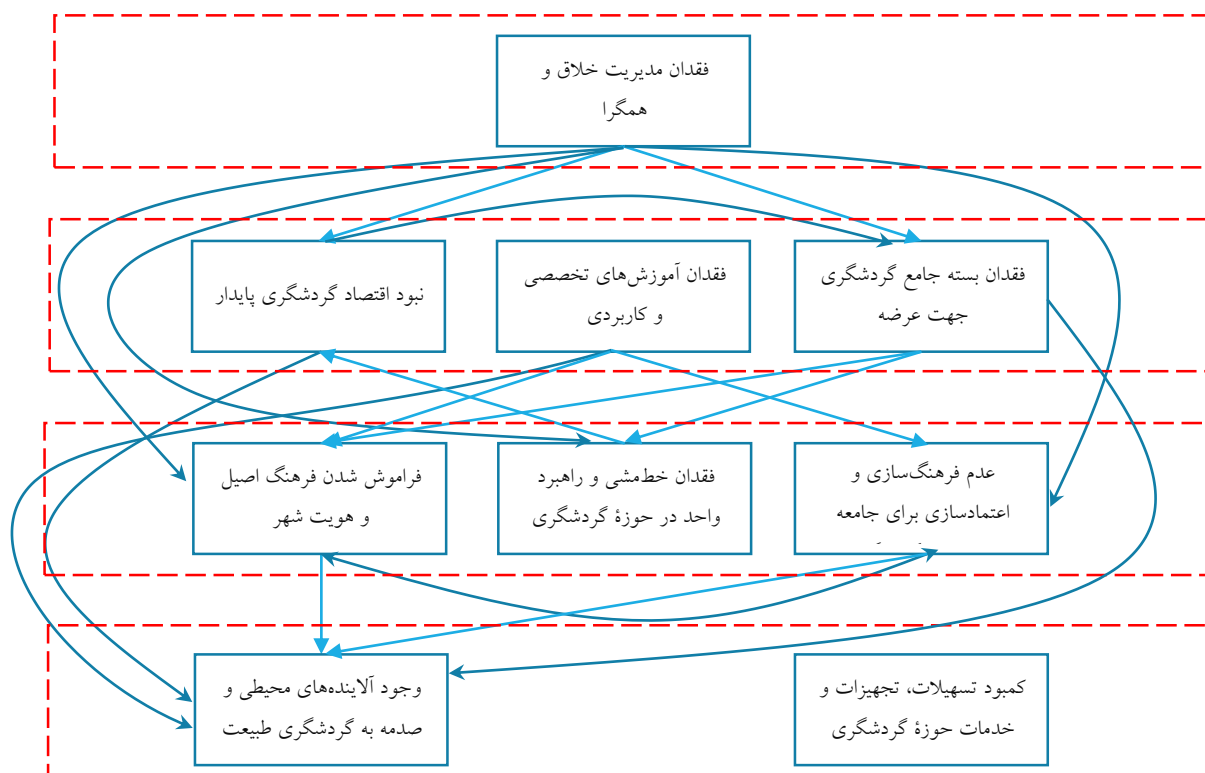
جدول ۸: تعیین سطح چالش‌ها (سطح ۳)

سطح	اشتراک	اثربخشی	اثربخشی	نام معیار
۳	CI	IFC	IC	C
	F	F	IFC	F
۳	H	H	H	H
۳	CI	IFC	IC	I

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که از جدول ۸ مشخص است، چالش‌های نبود اقتصاد گردشگری پایدار (C)، فقدان آموزش‌های تخصصی و کاربردی (H)، فقدان بسته جامع گردشگری جهت عرضه (I) در سطح ۳ قرار گرفته است. این چالش‌ها از مجموعه عوامل حذف می‌شوند و روند ادامه پیدا می‌کند و در نهایت، متغیر F در سطح ۴ قرار می‌گیرد.

در گام پنجم، با استفاده از سطوح به‌دست‌آمده از معیارها، شبکه تعاملات ISM، رسم می‌شود. اگر بین دو متغیر i و j رابطه باشد، آن را به‌وسیله یک پیکان جهت‌دار نشان می‌دهیم. دیاگرام نهایی ایجادشده که با حذف حالت‌های تعدی و نیز با استفاده از بخش‌بندی سطوح به دست آمده است، در شکل ۲، نشان داده شده است.



شکل ۲: مدل ساختاری تفسیری چالش‌ها. منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که در شکل ۲ نشان داده شده است، چالش‌ها در ۴ سطح دسته‌بندی شدند. این مدل بیانگر نحوه اثرگذاری چالش‌ها بر یکدیگر هستند. چالشی که در رأس قرار می‌گیرد مهم‌ترین چالش است زیرا روی سایر چالش‌ها اثر دارد و درواقع مستقل‌ترین چالش است درنتیجه چالش فقدان مدیریت خلاق و همگرا از همه مهم‌تر است. در سطح بعدی، چالش‌های نبود اقتصاد گردشگری پایدار، فقدان آموزش‌های تخصصی و کاربردی و فقدان بسته جامع گردشگری جهت عرضه اهمیت بیشتری دارند.

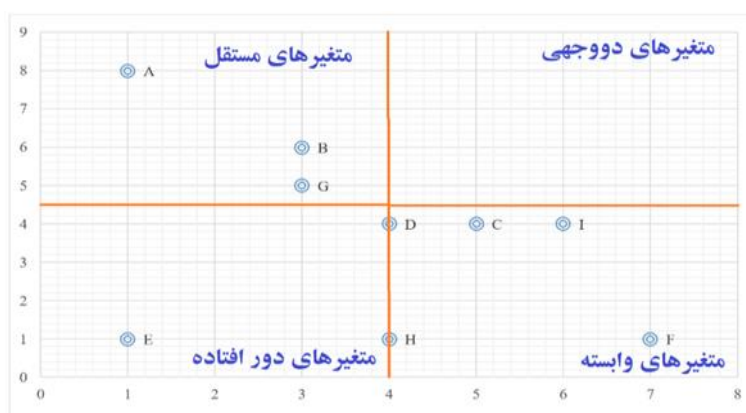
بر اساس مجموع سطری، قدرت نفوذ و بر اساس مجموع ستونی، قدرت اثرپذیری (وابستگی) محاسبه‌شده است. این محاسبات در جدول ۹ ارائه شده است.

جدول ۹: میزان قدرت نفوذ و اثرپذیری چالش‌ها

چالش	اثرگذاری	اثرپذیری	چالش	اثرگذاری	اثرپذیری
A	۱	۸	F	۷	۱
B	۳	۶	G	۳	۵
C	۵	۴	H	۴	۱
D	۴	۴	I	۶	۴
E	۱	۱			

منبع: یافته‌های پژوهش

درنهایت، شکل ۳ که بیانگر میزان قدرت نفوذ و اثرپذیری هر یک از متغیرها است، ترسیم شده است.



شکل ۳: میزان قدرت نفوذ و اثرپذیری چالش‌ها. منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که در شکل ۳ نمایش داده شده است، متغیرهای وجود آلاینده‌های محیطی و صدمه به گردشگری طبیعت (A)، فراموش شدن فرهنگ اصیل و هویت شهر (B) و عدم فرهنگ‌سازی و اعتمادسازی برای جامعه محلی و گردشگر (G) مستقل هستند (اثرگذاری بالا و اثرپذیری پایین). متغیر کمبود تسهیلات، تجهیزات و خدمات حوزه گردشگری (E) دور افتاده (اثرگذاری و اثرپذیری پایین)، متغیرهای فقدان بسته جامع گردشگری جهت عرضه (I) و نبود اقتصاد گردشگری پایدار (C)

وابسته (اثرپذیری بالا و اثرگذاری پایین) هستند و هیچ‌کدام از متغیرها، دوجویی (اثرگذاری و اثرپذیری پایین) نیستند. متغیرهای فقدان آموزش‌های تخصصی و کاربردی (H) و فقدان خطمشی و راهبرد واحد در حوزه گردشگری (D) وضعیت بینابین دارند و بین قسمت متغیرهای دور افتاده و وابسته، هستند.

۸ جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

امروز گردشگری خلاق به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راه‌های ارتقاء وضعیت اقتصادی شهرها به شمار می‌رود اما علی‌رغم مزایایی که توسعه این مدل از گردشگری دارد، پیاده‌سازی آن راحت نیست و چالش‌های متعددی جهت تحقق آن وجود دارد. بر این اساس در پژوهش حاضر به شناسایی و مدل‌سازی چالش‌های گردشگری خلاق در شهر نائین پرداخته شده است. نتایج حاصل از مطالعه نظری پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری خلاق نوعی از گردشگری است که تجارب خلاق گردشگران را متمایز و توسعه می‌دهد و پایداری را در اولویت قرار می‌دهد اما باین وجود، همواره موانع و چالش‌هایی در راستای پایداری این نوع از گردشگری وجود داشته است که در این زمینه می‌توان به چالش‌های زیرساختی از جمله فقدان محل اقامت و امکانات رفاهی مناسب و کافی و مناسب، همچنین ساختار ضعیف برای ایجاد مشاغل، آموزش نامناسب، نبود فناوری‌های هوشمند، فقدان دستورالعمل‌ها و آموزش نامناسب اشاره نمود. از سوی دیگر مقایسه یافته‌های پژوهش با مبانی نظری نشان می‌دهد شهر نائین از جمله نقاط شهری است که باوجود بهره‌مندی از اشکال متنوعی از گردشگری و اختصاص سهمی از اقتصاد شهر به این فعالیت، اما در حوزه گردشگری خلاق با چالش‌هایی از جمله نبود مراکز آموزشی تخصصی در زمینه‌های مختلف گردشگری، کمبود نیروی متخصص در زمینه گردشگری، نبود امکانات و تجهیزات لازم برای توسعه گردشگری شهر، عدم سرمایه‌گذاری در امور مختلف گردشگری و ضعف و ناتوانی مدیران بخش گردشگری مواجه است که این چالش‌ها می‌تواند مسیر شکل‌گیری اقتصادی خلاق و پویا و درنهایت توسعه پایدار گردشگری شهر را با مشکل مواجه نماید؛ بنابراین نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که چالش‌های متعددی در راستای توسعه

گردشگری خلاق این شهر وجود دارد. خروجی مصاحبه‌های صورت گرفته بیان‌کننده ۳۹ چالش گردشگری خلاق در شهر است که در ۱۷ مقوله فرعی در قالب "وجود انواع آلودگی در فضای گردشگری شهر"، "استفاده بی‌رویه از فضای بکر و طبیعی شهر"، بی‌توجهی به آداب و رسوم محلی"، "عدم استفاده از المان‌های سنتی در بازآفرینی فضاهای شهری"، "نبود انگیزه و تمایل به سرمایه‌گذاری"، "ضعف مالی دولت در حمایت از حوزه‌های مختلف گردشگری"، "نبود مدیران دغدغه‌مند در حوزه گردشگری"، "واگرایی متولیان حوزه گردشگری و نبود کار تیمی"، "نبود ابزارهای لازم جهت راهنمایی و تبلیغات"، کمبود زیرساخت‌های اولیه گردشگری"، "ضعف مدیریت اجرایی حوزه گردشگری"، "عدم آموزش، آماده‌سازی و همراه نمودن جامعه میزبان در فعالیت‌های گردشگری"، "عدم زمینه‌سازی لازم جهت آشنایی گردشگر با فرهنگ جامعه محلی"، "نبود مراکز آموزشی و تخصصی در حوزه گردشگری"، "عدم برقراری تعاملات و ارتباطات با فعالین حوزه گردشگری در اقصی نقاط کشور و دنیا"، "بی‌توجهی به ظرفیت‌های گردشگری شهر"، "عدم برنامه‌ریزی جهت اجرای مراسمات سنتی و محلی به‌طور مستمر در طول سال" و ۹ مقوله اصلی شامل "وجود آلاینده‌های محیطی و صدمه به گردشگری طبیعت"، "فراموش شدن فرهنگ اصیل و هویت شهر"، "نبود اقتصاد گردشگری پایدار"، "فقدان خطمشی و راهبرد واحد در حوزه گردشگری"، "کمبود تسهیلات، تجهیزات و خدمات حوزه گردشگری"، "فقدان مدیریت خلاق و همگرا"، "عدم فرهنگ‌سازی و اعتمادسازی برای جامعه محلی و گردشگر"، "فقدان آموزش‌های تخصصی و کاربردی"، "فقدان بسته جامع گردشگری جهت عرضه، دسته‌بندی شدند. در ادامه به‌منظور تحلیل دقیق‌تر چالش‌ها، مدل ساختاری تفسیری آن ترسیم گردید و خروجی مدل ساختاری نشان داد، چالش فقدان مدیریت خلاق و همگرا از تمامی چالش‌ها مهم‌تر است؛ به دلیل اینکه متخصصین امر معتقدند، فقدان مدیریت خلاق و همگرا در شهر نائین باعث حمایت نکردن مدیران ارشد شهری از بخش گردشگری و همسو نبودن نهادهای اجرایی و بخش خصوصی در این حوزه و همچنین نبود متولی واقعی و دغدغه‌مند در حوزه گردشگری شهر و ناتوانی مدیران اجرایی در بالفعل نمودن ظرفیت‌ها و توانمندی‌های موجود شهر در حوزه گردشگری شده است. آنچه مشخص است پیشینه مشابهی در داخل برای چالش‌های شناسایی شده وجود ندارد و مدل ارائه شده نیز پیشینه مشابهی در ادبیات ندارد لیکن مقایسه یافته‌های پژوهش با پیشینه‌های قبلی از جمله آندرادس و دیمانچ^۱ (۲۰۱۷) در ابعاد متعددی مانند تصویر گردشگر از مقصد، توسعه زیرساخت‌ها، آموزش و آموزش نیروی کار، مدیریت کیفیت و مدیریت پایدار، با تحقیق کائو^۲ (۲۰۱۵) در مؤلفه‌هایی مانند وجود اهداف متناقض و ناسازگار، مقررات قانونی مبهم، مسئولیت‌های تکراری سازمان‌ها، تعاریف نامشخص از مسئولیت‌ها، فعالیت‌های درهم‌تنیده و ضعیف، با مقاله کارتر^۳ و همکاران (۲۰۱۵) در زمینه ظرفیت‌های اقتصادی، اجتماعی و درنهایت با پژوهش روهانن^۴ (۲۰۱۳) به دلیل چالش‌های مانند عدم وجود رهبری قوی در صنعت گردشگری و به دلیل دستورات از بالا به پایین همسویی دارد و آن‌ها را تأیید می‌نماید.

بنابراین بر اساس چالش‌های شناسایی شده، لازم است در زمینه مدیریت گردشگری در شهر نائین تحولی ایجاد شود. به کارگیری مدیران شایسته که دارای دانش و آگاهی لازم هستند و به کار گروهی و خردجمعی اعتقاد دارند لازم است. آموزش مهارت‌های تیم سازی، تصمیم‌گیری و حل مسئله، فن مذاکره و فنون خلاقیت (مانند تریز) لازمه موفقیت مدیران در این زمینه خواهد بود. وجود پیوسته‌ای فرهنگی برای هر یک از فعالیت‌های گردشگری خلاق یکی از ضروریات مهم برای توسعه این نوع از گردشگری است و لازم است تصمیمات اتخاذ شده بر مبنای مقتضیات زیست‌محیطی، فرهنگی و اقتصادی شهر باشد تا از چالش‌های مرتبط با آن‌ها که در این

¹ Andrades & Dimanche

² Cao

³ Carter

⁴ Ruhanen

تحقیق شناسایی شده‌اند جلوگیری شود. نائین برای توسعه گردشگری خلاق، نیازمند ایجاد زیرساخت‌های نوآوری و برندسازی است. در فاز اول، پیشنهاد می‌شود "مرکز نوآوری گردشگری نائین" تأسیس شود تا فضایی برای استارت‌آپ‌ها، برگزاری کارگاه‌ها و ارائه مشاوره‌های تخصصی با تمرکز بر صنایع دستی، رویدادهای فرهنگی و تجربه‌های بومی فراهم شود. هم‌زمان، تدوین "برند گردشگری نائین" ضروری است تا هویتی بصری و کلامی برای نائین به‌عنوان مقصدی خلاق ایجاد شود. این برند باید بر اصالت، فرهنگ غنی و تجربه‌های منحصر به فرد این شهر تأکید کند. در ادامه، یک کمپین بازاریابی هدفمند باید راه‌اندازی شود تا برند نائین از طریق رسانه‌های آنلاین و آفلاین به مخاطبان معرفی شود و گردشگران علاقه‌مند به تجربه‌های اصیل جذب شوند.

در فاز دوم، توانمندسازی جامعه محلی و توسعه پایدار باید در اولویت قرار گیرد. برای این منظور، پیشنهاد می‌شود "صندوق حمایت از گردشگری محلی" ایجاد شود تا با ارائه وام، آموزش و مشاوره به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط محلی، زمینه مشارکت آن‌ها در صنعت گردشگری فراهم شود. همچنین، تشکیل "شبکه راهنمایان گردشگری محلی" و ارائه آموزش‌های لازم به آن‌ها می‌تواند به ارائه خدمات باکیفیت و معرفی فرهنگ نائین به گردشگران کمک کند. در نهایت، اجرای پروژه‌های زیرساختی کوچک مقیاس مانند بهسازی معابر، مرمت بناهای تاریخی و ایجاد فضاهای سبز باهدف بهبود کیفیت زندگی و حفظ اصالت نائین ضروری است. در فاز سوم، با توسعه محصولات گردشگری خلاق و حمایت از ایده‌های نوآورانه در زمینه صنایع دستی، رویدادهای فرهنگی و اقامتگاه‌های بوم‌گردی و همچنین ایجاد "بسته جامع گردشگری نائین" که شامل مجموعه‌ای از جاذبه‌ها، خدمات و تجربه‌ها با قیمت مناسب باشد و برگزاری رویدادهای فصلی به توسعه گردشگری نائین کمک کرد.

References

- Agapito, D., Ministro, J., Guillot, F., Barboza, M. R. N., Mariani, M., & Martins, R. (2023). Algarve Craft & Food: A Creative and Responsible Tourism Initiative. *Casos de marketing público y no lucrativo-Casos de Marketing Público e Não Lucrativo*, 10(1), 47-59.
- Asimiadis, D. (2024). Cultural and Creative Tourism as a Catalyst for Sustainable Development in EU Rural Areas. 44. <https://doi.org/10.62422/978-81-970328-4-4-022>
- Andrades, L., & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism management*, 62, 360-376. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.008>
- Akdemir, H., Sousa de São José, J. M., & Gonçalves, M. A. P. R. (2023). Social inclusion of older artisans through creative tourism. *Anatolia*, 1-14. <http://hdl.handle.net/10400.1/20293>
- Alkaya, Ü. Ö., & Yaşar, E. (2024). Lavanta kokulu köyün yaratıcı turizm potansiyelinin araştırılması. *Journal of Applied Tourism Research*, 5(1), 21-27., <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jator>
- Al-Shamari, M. A. O. (2023). Investigating the status of creative tourism components in Al-Hindiya Dam its role in sustainable urban development. *Czech Journal of Multidisciplinary Innovations*, 14, 18-32.

- Batubara, R. P., & Setiawan, A. S. (2023). Prospek Pengembangan Creative Tourism Di Kota Bogor. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 14(2), 88-95. DOI [10.31294/khi.v14i2.15196](https://doi.org/10.31294/khi.v14i2.15196)
- Belevskikh, T., Ivanova, M., & Ganitch, E. (2019). Creative economy: Barriers and opportunities. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 302, No. 1, p. 012143). IOP Publishing. doi:[10.1088/1755-1315/302/1/012143](https://doi.org/10.1088/1755-1315/302/1/012143)
- Bastenegar, M. (2024). Developing the Role of Intermediaries in the Creative Tourism Value Chain Case Study: A Cultural Travel to the West Europe. *International journal of Tourism, Culture & Spirituality*, 6(2), 145-158. <https://doi.org/10.22133/ijtcs.2024.442674.1158>
- Boonyanmethaporn, W., Pusiran, A. K., Janin, Y., & Suwanpramot, R. (2024). Towards Tourists' Perspective: Creative Tourism and its Main Characteristics. *NIDA Development Journal*, 64(1). <https://doi.org/10.14456/ndj.2024.4>
- Ceaușu, F. (2024). BRAIN AND CREATIVITY. *Review of Artistic Education*, (28), 285-297.
- Cao, X. (2015). Challenges and potential improvements in the policy and regulatory framework for sustainable tourism planning in China: the case of Shanxi Province. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(3), 455-476. DOI:[10.1080/09669582.2014.957207](https://doi.org/10.1080/09669582.2014.957207)
- Carter, R. W., Thok, S., O'Rourke, V., & Pearce, T. (2015). Sustainable tourism and its use as a development strategy in Cambodia: a systematic literature review. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 797-818. DOI:[10.1080/09669582.2014.978787](https://doi.org/10.1080/09669582.2014.978787)
- Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T., & Silva, S. (2020). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability*, 13(1), 2. <https://dx.doi.org/10.3390/su13010002>
- Dias, Á., González-Rodríguez, M. R., & Patuleia, M. (2021). Developing poor communities through creative tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(4), 509-529. <https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1775623>
- Ginting, G., Dewi, I. J., Maesaroh, I., & Maria, M. (2023). Development concept and strategy for creative tourism of community-based tourism destinations in Yogyakarta. *Ilomata International Journal of Management*, 4(1), 58-72. DOI:[10.52728/ijjm.v4i1.637](https://doi.org/10.52728/ijjm.v4i1.637)
- Gáll, J. (2024). Creative tourism: an engine of innovation and economic growth in today's world. *Facta Universitatis. Series: Economics and Organization*, 119. <https://doi.org/10.22190/fueo240702008g>
- Gonçalves, F. J. B., & da Costa, C. M. M. (2024). Implementing a Smart Governance Structure. The Case Study of Barcelos, Portugal. *Journal On Tourism & Sustainability*, 7(1 and 2). <https://doi.org/10.5281/zenodo.12598931>
- Huddin, M. N., Kurnia, D., Deviyantoro, D., & Nafiudin, N. (2024). The relationship between customer experience, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty in tourism

- destination. *Diponegoro International Journal of Business*, 6(2), 142-154. <https://doi.org/10.14710/dijb.6.2.2023.142-154>
- Ince, C., & Gençay, İ. C. (2024). The Expectations and Motivations of Tourists From Creative and Responsible Destinations. In *The Role of Artificial Intelligence in Regenerative Tourism and Green Destinations* (pp. 343-358). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-746-420241023>
- Islam, N., & Sadhukhan, S. (2024). Progress in creative tourism research: a review for the period 2002–2023. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 29(4), 377-398. DOI:10.1080/10941665.2024.2333489
- Jardim, F. N., de Mello, C. H. P., & Strehlau, S. (2023). Smart Destinations and Consumer Journey. In *Advances in Tourism, Technology and Systems: Selected Papers from ICOTTS 2022, Volume 2* (pp. 269-290). Singapore: Springer Nature Singapore DOI:10.1007/978-981-19-9960-4_24
- Khadivar, A., & Golestani, M. (2022). Sustainable development of creative tourism using system dynamics approach. *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(43), 75-94. (In Persian), doi: 10.22080/jtpd.2023.24283.3739.
- Krauss, P. (2024). Creativity: Generative Artificial Intelligence. In *Artificial Intelligence and Brain Research: Neural Networks, Deep Learning and the Future of Cognition* (pp. 139-146). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. DOI:10.1007/978-3-662-68980-6_15
- Li, P. Q., & Kovacs, J. F. (2024). Creative tourism and visitor motivation. *International Journal of Tourism Research*, 26(1), e2601. <https://doi.org/10.1002/jtr.2601>
- Liberato, D., Vasconcelos, S., Paulos, A., Liberato, P., & Melo, C. (2022, May). Creative Tourism in Vila Nova de Foz Côa:: current challenges and future perspectives. In *International Conference on Tourism Research* (Vol. 15, No. 1, pp. 183-191). <https://doi.org/10.34190/ictr.15.1.111>
- Mazroui Nasrabadi, Esmaeil, Salmannejad, Mostafa, Sadeqi-Arani, Zahra. (2024). Strategic Challenges of Applying Industry 4.0 in the Healthcare Sector: Scenario Analysis Approach. *Strategic Management Researches*, 90 (29). 125-145. DOI: 10.22054/ims.2023.73419.2320 (In Persian)
- Mahdian Bahnamiry, M., & Taghvaei, M. (2023). Analysis of key drivers affecting the development of creative tourism with a futuristic approach Case study: Golestan province. *Human Geography Research*, 55(1), 105-114. (In Persian) doi: 10.22059/jhgr.2022.334116.1008415.
- Medeiros, T., Costa, S. G., Mendes, J., Tomás, L., & Ferreira, J. A. (2023). Senior Entrepreneurship, Sustainable Tourism, and Preservation of Collective Memory. In *Advances in Tourism, Technology and Systems: Selected Papers from ICOTTS 2022, Volume 2* (pp. 193-205). Singapore: Springer Nature Singapore. http://dx.doi.org/10.1007/978-981-19-9960-4_18

- Mistriani, N., Kristanto, F. H., Pramesti, V. W., Ardiana, A. R., Maharani, R. M., Hamidah, P. A., ... & Rohmawati, I. (2023, December). Creative Tourism Development Model Through Natural Dyeing Batik Educational Tourism To Increase Interest In Tourism Visits In The Natural Village Of Malon, Semarang City. In *International Conference On Digital Advanced Tourism Management And Technology* (Vol. 1, No. 1, pp. 657-667). <https://doi.org/10.56910/ictmt.v1i1.143>
- Mosayebian rizi, M., & Mosayebi, S. (2021). Analysis of the role of creative tourism development in increasing social participation. *Tourism Management Studies*, 16(55), 319-355. doi: 10.22054/tms.2021.52524.2321. (In Persian)
- Molavi, M., Rahimi, A., & Mehr, A. D. (2023). Creative tourism management analysis using QSPM model, case study: Zahedan city. *Environmental Sciences (1735-1324)*, 21(3). <https://doi.org/10.48308/envs.2023.1217>
- Nabila, A. S., Marsongko, E. P., & Trihayuningtyas, E. (2023). IMPACT OF CREATIVE TOURISM DEVELOPMENT ON CONDITIONS SOCIO-ECONOMIC LOCAL COMMUNITIES IN DAGO POJOK TOURISM VILLAGES. *International Journal of Sustainable Competitiveness on Tourism*, 2(2), 87-95. <https://doi.org/10.34013/ijscot.v2i02.1365>
- Nikitenko, V., Voronkova, V., Oleksenko, R., Fursin, O., Marchenko, O., Postol, A., Romaniuk I., Salnikova, M., & Harbar, H. (2024). Innovative Model of Creative Tourism as a Factor of Sustainable Development in the Context of Modern Challenges. *South Eastern European Journal of Public Health*, 59-65. <https://doi.org/10.70135/seejph.vi.1905>
- Pajooohan, Behvar, Shahin, & Maleki. (2023). presenting a paradigmatic model for developing creative rural tourism (Case study: tourism target villages in Kermanshah province). *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, 18 (64), 217-259. (In Persian), <https://doi.org/10.22054/tms.2023.76759.2892>
- Pratminingsih, S. A., Munawar, F., & Rudatin, C. L. (2025). Creative tourism experience: exploring the influence of novelty-seeking, perceived coolness and servicescape on behavioral intention. *Cogent Business & Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2447906>
- Panfiluk, E. (2023). In Search of Innovation Barriers to Tourist Destinations—Indications for Organizations Managing Destinations. *Sustainability*, 15(2), 1091. <https://doi.org/10.3390/su15021091>
- Pavliuk, S. (2023). The role of creative industries in local economic development. *Ukrainian Black Sea Region Agrarian Science*, 27(1), 74-84. <http://dx.doi.org/10.56407/bs.agrarian/1.2023.74>
- Pratama, B., Pratama, A., & Wiriantari, F. (2023). PERAN ARSITEKTUR DALAM PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL ANYAR SARI PASCA KEBAKARAN DI ERA PASAR MODERN. *Jurnal Anala*, 11(1), 1-8. <https://doi.org/10.46650/anala.11.1.1395.1-8>

- Richards, G. (2023). Place, culture, and quality of life. In *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research II: Enhancing the Lives of Tourists, Residents of Host Communities and Service Providers* (pp. 37-48). Cham: Springer International Publishing. DOI:10.1007/978-3-031-31513-8_4
- Ruhanen, L. (2013). Local government: facilitator or inhibitor of sustainable tourism development?. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 80-98. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.680463>
- Salaripour, A., Hesam, M., Baradaran sagharloo, A., & Hamidi, A. (2020). Explaining the Creative Tourism Development Strategies of Rasht City. *Urban tourism*, 7(3), 127-142. (In Persian) doi: 10.22059/jut.2020.303292.801
- Saeed, H., & Al Atrees, M. A. H. (2024). Developing new forms of tourism based on intangible culture heritage and creativity in Egypt. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*. DOI:10.1108/JCHMSD-06-2023-0099
- Scalabrini, E. C. B., Remoaldo, P. C., & Fernandes, P. O. (2023). Sociocultural determinants of creative tourism: A residents' perspectives. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 19(3). DOI:10.54399/rbgdr.v19i3.7298
- Serrano Leyva, B., Feria Velázquez, F. F., & Díaz Pompa, F. (2023). Creative Placemaking: an alternative in post-Covid times. *Cooperativismo y Desarrollo (COODES)*, 11(3). <https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/575>
- Sun, D. S., & Zhu, P. (2024). Exploring the development of cultural and creative tourism under the perspective of ecological theory of tourism destination management. *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1), 3. <https://doi.org/10.2478/amns.2023.1.00085>
- Subkhan, M. F., Amri, L. H. A., Farani, D. B., Taali, M., Puspitasari, D. A. K., & Ali, N. A. M. (2024). The Challenges of Developing Ecotourism Site from a Transportation Perspective *towards Creative Industry Enforcement*. *KnE Engineering*, 22-32. <https://doi.org/10.18502/keg.v6i1.15346>
- Soemardi, A. D. (2023). Understanding 'Batik Belanda'in Dutch Society via Co-Creation Experience of Creative Tourism Practice. *J. Vis. Art & Des*. 15(2), 165-178. DOI:10.5614/j.vad.2023.15.2.6
- Tan, S. K., & Tan, S. H. (2023). A creative place-making framework-Story-creation for a sustainable development. *Sustainable Development*, 31(5), 3673-3691. DOI: 10.1002/sd.2619
- Tapfuma, M. M., Musavengane, R., & Magwaza, R. (2024). The role of creative tourism through arts and crafts in promoting inclusive tourism in Zimbabwe. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 22(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/14766825.2023.2231401>
- Teslenko, T., Voronkova, V., Hakova, M. (2023). Green agro-production as a factor of competitiveness, sustainability, efficient and ecologically safe agriculture. *E3S Web of Conferences*, 010 (2023) IPFA 2023, 452 01. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202345201001>

- Vourdoubas, J. (2023). Possibilities of Developing Thematic Tourism Related with Digital Nomads in the Island of Crete, Greece. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 3(6), 63-72. <http://dx.doi.org/10.24018/ejsocial.2023.3.6.502>
- Voronkova, V., Nikitenko, V., Oleksenko, R., Cherep, A., Cherep, O., & Harbar, H. (2024). The Creative Development of Green Ecotourism Concept as a Sustainable Development Factor. *Revista de la Universidad Del Zulia*, 15(42), 370-388. [DOI:10.46925/rdluz.42.21](https://doi.org/10.46925/rdluz.42.21)
- Vafaei, A., Mazroui Nasrabadi, E., & poorbafarani, F. (2024). Presenting a model of the key success factors of creative tourism (Case Study: Nain). *Human Geography Research*, 56(3), 1-24.(In Persian) [doi: 10.22059/jhgr.2024.374776.1008684](https://doi.org/10.22059/jhgr.2024.374776.1008684)
- Wang, Z. (2024). Evaluation of Creativity in Contemporary Dance in Terms of Audience Perception. *Creativity Research Journal*, 36(2), 234-244. [DOI:10.1080/10400419.2022.2107849](https://doi.org/10.1080/10400419.2022.2107849)