

تحلیل پراکنش فضایی برخورداری از ابعاد عملگرایی گردشگری خلاق (مورد مطالعه: استان گلستان)

معصومه مهدیان بهنمیری^۱

مسعود تقوایی^۲

چکیده

خواستگاه ادبیات و توسعه مضماین علمی و عملیاتی گردشگری خلاق، بیشتر از جنبه اقتصادی قابل بحث است که پیشرانهای کارکرده خود را در دل طراحان و مفسران ملل توسعه یافته می‌بینند. از این گذار، از گردشگری خلاق به عنوان شاهراه کلیدی دنیای آتی در بهره‌برداری محیطی و آینده‌پژوهی سرزمنی و محلی یاد می‌شود. چراکه گردشگری با تلفیق عینی مفهوم گفتگوی تمدن‌ها، زمینه‌ساز صلح، توسعه و رفاه تمدن بشری خواهد بود. نوشتار حاضر با علم به جایگاه این مهم در آینده اقتصاد کشورمان و با تأثیر از مطالعات جهانی صورت گرفته و همچنین تأثیر از نقش کمنگ مطالعات گردشگری خلاق در اقتصاد سرزمنی، به‌بررسی این مهم در استان گلستان پرداخته است. این پژوهش که به لحاظ هدف از نوع تحقیقات توسعه‌ای-کاربردی و از حیث ماهیت، توصیفی - تحلیلی می‌باشد، با استفاده از شیوه گردآوری کتابخانه‌ای و پیمایش سازمان‌های ذی‌ربط به ارزیابی پراکنش فضایی عملگرایی گردشگری خلاق (محیط خلاق، فرآیند خلاق، صنایع و محصول خلاق و طبقه خلاق) پرداخته است. یافته‌های این مطالعه از ۲۷ مؤلفه (میراث طبیعی، گیاهان دارویی و طب سنتی، میراث تاریخی و فرهنگی، جلوه‌های فرهنگی سنتی، تاسیسات گردشگری، فعالیت‌های خدماتی-رفاهی گردشگری، فرآیند، هنرهای نمایشی و تجسمی، صنایع دیداری و شنیداری، بازی و سرگرمی، صنایع دستی، خوارک، مد و پوشاسک، جواهر، کتاب، چاپ و نشر، خدمات خلاق، مهندسان، هنرمندان موسیقی، مد و لباس، سینما، نمایش، ادبیات، صنایع دستی، هنرهای تجسمی، گروه نخبگان، سرمایه‌انسانی، شاغلین بخش گردشگری) در چهار حوزه مزبور که با استفاده از روش کритیک (CRITIC)، همچنین تکنیک ایداس (EDAS) و البته بهره‌گیری از نرم‌افزار ArcGIS به دست آمده‌اند، نشان می‌دهند که بر مبنای شاخص‌ها، شهرستان‌های مورد مطالعه با وضعیت نسبتاً نامطلوب و کاملاً نامطلوب مواجه هستند. یافته‌های عینی این پژوهش در تلفیق با مبانی نظری و مطالعات صورت گرفته نشان می‌دهند که مشکلات برنامه‌ریزی، ساختاری و مطالعاتی بنیادینی بر پیکره گردشگری وجود دارد که نیازمند اهمیت و توجه گسترده به این حوزه است.

واژگان کلیدی: گردشگری خلاق، محیط خلاق، فرآیند خلاق، صنایع و محصول خلاق، طبقه خلاق

مقدمه و طرح مسئله

نقش و جایگاه گردشگری در دنیای اقتصاد محور کنونی موجب گردید تا بسیاری از جنبه‌های زیستی و تصمیم‌گیری دولتی نیز همسو با موضوع گردشگری تغییر یابد (Remoaldo et al, 2020:24) بطوریکه در حال حاضر توسعه قابلیت‌های گردشگری، از مهم‌ترین برنامه‌های تبلیغاتی کاندیداهای سیاسی و منطقه‌ای است (Qiang & Kovacs, 2021a:36). اهمیت این موضوع باعث شده که امروزه بویژه در کشورهایی که بستر مناسب کالبدی، بهداشتی، رفاهی و ارتباطی دارند، گردشگری به قطب اول درآمدزایی و توسعه سرزمنی

^۱. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه اصفهان
^۲. استاد دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول)

بدل گردد (Sarantou, 2021:11). یکی از مظاہر اصلی و نوین توجه روزافزون به گردشگری در دنیای صنعتی و مدرن، موضوع گردشگری خلاق است (Ross & Saxena, 2019:78). بطوری که امروزه می‌توان شاهد فراگیر شدن تقاضا برای محصولات گردشگری خلاق بود که برای اولین بار در سال ۱۹۹۳ توسط پی رس^۱ و بوتلر^۲ مورد استفاده قرار گرفت و امروزه مطالعات و بررسی مبانی نظری صورت گرفته در این حوزه نشان می‌دهد که بسیاری از مؤسسات و همچنین محققان مختلف این حوزه، علاوه‌مند به استفاده از نتایج این تحقیقات هستند (Lee & Lee, 2015:480). در بسیاری از کشورها مانند تایوان، نیوزیلند، استرالیا، اسپانیا و آمریکا، آنچه تحت عنوان گردشگری خلاق مورد پذیرش محافل علمی و اجرایی است، عملاً گزاره‌هایی از تلقیق رشد و توسعه گردشگری با برنامه‌ریزی ارتقا صنایع خلاق، شهرهای خلاق و طبقه خلاق است (Tan et al, 2011:1225; Richards, 2011:153; Richards, 2020:55). ارتباط این مهم با مقوله گردشگری پایدار با توجه به اینکه ارتباط معنی‌داری با توسعه شایستگی‌ها، نوآوری و خلاقیت در بخش سفر دارد، زمینه‌ساز تثبیت واقعی مفهوم توسعه پایدار در این کشورهاست (Tan, 2014:249; Thi Phi & Balslev Clausen, 2020:116).

این مهم در پیوستگی با رشد هوشمند گردشگری و توسعه گردشگری خلاق، بویژه در همبستگی تاب‌آوری رشد اقتصادی مناطق اروپایی، سرمایه‌گذاری‌های گسترشده‌ای را در این امر شامل گردیده است (Romao, 2020:85). واقعیت این است که بسیاری از کشورها در برنامه‌ریزی گردشگری نوین خود، خلاقیت را به یک استراتژی در ساخت مکان تبدیل نموده‌اند (Richards, 2020:55)، بطوری که این مهم با علم به اهمیت این موضوع مبنی بر خلاقیت و گردشگری خلاق، عوامل مختلف منفی توسعه گردشگری را کاهش می‌دهد (Ince Keller and Velibeyoglu, 2021:1). با عنوان صنعت زندگی خلاق در این کشورها مورد توجه بسیار زیادی قرار گرفته است (Tan et al, 2013:153). مطالعات موردي از مناطقی هچون لاپلاند فنلاند^۳ و نامی‌بیا^۴ نشان می‌دهد که عناصر هویتی و خلاقیت در توسعه گردشگری خلاق، نقش بسیار مهمی دارند (Sarantou, 2021:303) که این مناطق با توجه به ظرفیت‌های صنایع خلاق فرهنگی، به مراکز تفریح و مقاصد گردشگری و توسعه تبدیل شده است (Li, 2020:148). در مقوله گردشگری خلاق، استراتژی‌های توسعه گردشگری خلاق باید حساس به موضوع ظرفیت‌های محلی باشند (Richards, 2020:1). چون تصویر ذهنی ساکنان از آن محل، برای درک اهداف و نگرش رفتاری و پشتیبانی از توسعه گردشگری مهم است (قبری و همکاران, ۱۴۰۰:۱۹۴). به همین دلیل است که برخورد با گردشگران با ساکنین محلی، تعاملات و کنش‌های فعالانه‌ای در محیط و تعاملات بیرونی (گردشگران) را منعکس می‌کند (Tan et al, 2014:248). به عنوان مثال، گردشگری با روغن زیتون (حوزه مدیترانه) یک نوع گردشگری نوظهور است که در سطح محلی در حال توسعه است (Pulido-Fernández et al, 2019:26). همچنین گردشگری صنایع دستی نوشیدنی در ایالات متحده در حال رشد است و این مهم خود یک استراتژی جذاب برای توسعه پایدار محلی جامعه می‌باشد (Gil Arroyo et al, 2021:202).

آنچه مسلم است، تأثیر و اهمیت صنعت گردشگری، بر مسائل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی می‌باشد که غفلت از آن بازار گسترشده‌ای را به حالت راکد تبدیل نموده و کشور را از فواید سرشار اقتصادی محروم می‌نماید.

بطوریکه با وجود توانایی‌های بالقوه و بالفعل موجود، برنامه‌ریزی‌های اصولی و هدفمند (کوتاه‌مدت- میان‌مدت و بلند‌مدت)، سهم ایران از نظر میزان جذب درآمد گردشگری ناچیز و در پایین ترین سطر کشورهای گردشگر پذیر قرار دارد (استعلامی و خوش‌بینی‌بیانی، ۱۳۹۱:۲۵۳). پر واضح است که شرایط امروز گردشگری، فراتر از هر دوران دیگری است که نتایج آن چیزی غیر از توسعه نخواهد بود (حجازی و فرمانی مصور، ۱۳۹۶:۴۲). در همین راستا، استان گلستان و شهرستان‌های مختلف آن، از ظرفیت‌های قابل توجهی در ارتباط با توسعه گردشگری خلاق برخوردار می‌باشند که موضوع اصلی نوشتار این مقاله است. بررسی‌های مختلف نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر نیز دولت، اقداماتی در این زمینه انجام داده است اما این اقدامات با ظرفیت‌های گسترش ایران در توسعه اشتغال تناسب کافی ندارد.

^۱ - Pearce

^۲ - Butler

^۳- Lapland (Finland)

^۴- Namibia



افزایش سرمایه صندوق حمایت از کسبوکارهای کوچک و ایجاد فرابورس از جمله این اقدامات است که البته نیازمند حمایت بیشتری می‌باشد.

در پایان این بخش باید اشاره شود که رویکرد کلی این مقاله، برنامه‌ریزی‌های اصولی و هدفمند و با بهره‌گیری از تجرب کارشناسان متخصص و متهمد توسعه گردشگری و معرفی فرهنگ اصیل و توجه به تمام توانمندی‌های استان در حوزه گردشگری، خلاق است.

جدول (۱): پیشینه تحقیق

نتایج	روش تحقیق	موضوع	سال	نویسنده‌گان
تعاملات بیرونی و انعکاسات درونی، تجربه‌ی خلاق گردشگر را شکل می‌دهد. تعاملات بیرونی به تعاملات گردشگر با محیط، مردم و محصول یا خدمات یا تجربه اشاره دارد، در حالیکه تعاملات درونی به هوشیاری یا آگاهی، مستلزمات و خلاقیت اشاره داشته و این ابعاد متقابلاً بطور کلی در تجربه‌ی درونی خود گردشگر اثر می‌گذارد.	مساجده / مشاهده و نویزی مع پرسشنامه	ماهیت خلاقیت در گردشگری خلاق را از نظر یک گردشگر	۲۰۱۳	Tan & et al
یک تجربه خلاق، از طریق بازتاب درونی ساخته شده که نه تنها شامل «آگاهی»، «نیازهای / انگیز» و «خلاقیت» می‌شود، بلکه همچنین ساخته فعل و انفعالات بیرونی است که به «محیط زیست»، «مردم» و «فعالیت» برمی‌گردد. با این حال، چگونگی ترکیب خاص از تعامل عوامل و تعریف ادراک شخصی یک تجربه خلاق ممکن است در میان انواع مختلف از گردشگران خلاق متفاوت باشد.	مطالعه اسنادی / مشاهده / مصاحبه	مشخصات گردشگران خلاق و در آن از تجرب خلاق در مکان‌های گردشگری	۲۰۱۴	Tan & et al
پشتیبانی از کسب و کار اغلب به عنوان مهم‌ترین سیاست به شمار می‌رود. حمایت از کسب و کار مخاطره‌کننده، کسبوکار متوسط و کارآفرینان از زیر سیاست‌ها با اولویت بالا می‌باشند. حفاظت از مالکیت معنوی و سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات نیز مهم هستند.	بررسی مفهوم گردشگری خلاق و سیاست‌هایی جهت ترویج آن	بررسی مفهوم گردشگری خلاق و سیاست‌هایی جهت ترویج آن	۲۰۱۵	Li & Li
بیش از یک راه توسعه یک اقتصاد غذایی خلاق وجود دارد. ماهیت تولید محصولات کشاورزی، دسترسی به سایر محصولات فرهنگی و گردشگری و نزدیکی به بازارهایی که از مکانی به مکان دیگر متفاوت است. این عوامل بر شکل و قدرت ارتباط‌هایی که می‌تواند بین بخش کشاورزی و گردشگری را ترویج دهد و همچنین به عنوان ترکیبی از اقدامات ابتکاری می‌تواند انجام شود موثر باشد.	پرسشنامه / مشاهده	خوش‌گذایی خلاق و توسعه روستایی از طریق برندسازی محل	۲۰۱۵	Li & et al
منابع خلاقانه‌ای مانند صنایع دستی و هنرهای عامیانه، طراحی و ... که به عنوان محصولات خلاق ملموس می‌باشند، گردشگران را قادر می‌سازد تا به طور فعال در فعالیتهای خلاقانه مانند ساختن یک کارداستی، اثر هنری یا غذای محلی مشارکت کنند، در مقابل منابع خلاق مانند هنرهای رسانه‌ای موسیقی و معماری، نقش تعویت همه‌جانبه فضای خلاق مقصد را ایفا می‌کنند.	پرسشنامه / مشاهده	گردشگری خلاق و فضاهای خلاق در چین	۲۰۲۱	Qiang Li & Kovacs(b)
با توجه به توان‌های شهر اصفهان در حوزه‌ی صنایع خلاق به‌ویژه صنایع دستی، عضویت در شبکه‌ی شهرهای خلاق صنایع دستی یونسکو علاوه بر ورق بخشیدن به صنعت گردشگری، راه مؤثری برای رفع عضلات حوزه‌ی صنایع دستی شهر اصفهان نیز هست و در نهایت، منجر به افزایش کیفیت زندگی ساکنان شهر خواهد شد.	کتابخانه‌ای پرسشنامه	بررسی پتانسیل‌های موجود در شهر اصفهان جهت پیوستن به شبکه‌ی شهرهای خلاق صنایع دستی یونسکو	۱۳۹۳	شـفیعی و هـمکاران
متغیرهای «تجربه غذاهای گیلانی» و «مهرمان‌نوازی گیلانیان» به طور معناداری در انتخاب مقصد شهر رشت مؤثر هستند و این دو متغیر به همراه «آب و هوای گیلان» بیشترین میانگین رتبه‌ای را دارند و از نظر گردشگران مهمتر هستند.	کتابخانه‌ای و اسنادی، روش میدانی و پیمایشی اکتشافی	عوامل موثر بر انتخاب شهر رشت به عنوان مقصد گردشگری خوارک در شبکه شهرهای خلاق یونسکو	۱۳۹۴	بابایی همتی و همکاران
در تمدن و میراث ملموس و ناملموس ایرانیان، از دیرباز تاکنون، رنگ‌ها حامل بار معنایی و مفهومی عمیقی بوده و تنها جنبه تزیینی نداشته است و در آخر کاربرد یک نماد رنگین را در برند گردشگری شهرهای خلاق ایران ضروری دانسته است.	کتابخانه‌ای	بررسی نقش رنگ‌ها در برند گردشگری خلاق	۱۳۹۶	بسته‌نگار
عوامل رفتاری و محیطی بر تحقق گردشگری خلاق و میزبانی روستاهای هدف تأثیر مثبت و معناداری دارد و تأثیر عوامل رفتاری بر میزبانی بیشتر است. بدین مفهوم که ادراک، نگرش و مشارکت روستاییان پیش‌بینی کننده‌های خوبی برای تحقق میزبانی خلاق خواهد بود.	روش میدانی و پیمایشی	مدل میزبانی روستاییان در گردشگری خلاق؛ روستاهایی هدف گردشگری استان اصفهان	۱۴۰۰	قـبـرـی و هـمـکـارـان



مبانی نظری

صنعت گردشگری که برنامه‌ریزان و سیاستگذاران توسعه از آن با عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند (پناهی و ستاری، ۱۳۹۶: ۶۲)، در تمام دنیا به عنوان بخش مهمی از فعالیت‌های صنعتی مولد، اقتصاد پویا و منحصر به فرد و نماد تعامل ملی و منطقه‌ای کشورهای مختلف را به خود اختصاص داده است (UNWTO^۱, 2007: 11). این صنعت که در بردارنده تمام پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه کنندگان و فروشنده‌گان مختلف جهت جذب و پذیرایی از گردشگران است، تأثیرات بسیار زیادی بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، صلح جهانی، سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی و... داشته است (صدرموسوی و کهنموفی، ۱۳۸۶: ۱۲۹). وضعیتی که با مطالعه آن در کشورمان، متأسفانه به نتایج مطلوبی نمی‌رسیم. کشورمان با توجه به اتکای بیش از حد به درآمد نفتی، موضوع فشارهای سیاسی و تحریم‌ها، همچنین نمایاندن فرهنگ غنی و عظیم کشورمان، باید موضوع گردشگری در ابعاد مختلف و تازه را با الگوی خلاقیت جزء برنامه‌های اصلی خود قرار دهد. خلاقیت به عنوان عاملی مهم در اقتصاد دانش‌بنیان از رشد اقتصادی حمایت می‌کند و در بازار رقابتی می‌تواند موفق‌تر عمل نماید (محمدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۵).

در ادبیات و برنامه‌ریزی مطالعات گردشگری و توسعه گردشگری، خلاقیت و نوآوری، بدون شک عامل ضروری برای توسعه محسوب می‌شود. خلاقیت به طور فزاینده‌ای به عنوان پایگاهی مهم برای طراحی و ارائه تجربیات بین یک محصول موفق و بازتولید سریالی عرضه توده‌ای آن معرفی و مورد توجه قرار می‌گیرد. بحث‌های گسترش‌های در مورد توسعه خلاقانه و استراتژی‌های خلاقانه و خلاقیت مطرح شده است. سؤال اصلی این است که چه چیزی خلاقیت است؟ در بیشتر بحث‌های خلاقیت هیچ تعریف مشخص و جهانی شمولی از این اصطلاح پیدا نمی‌شود. نبود یک تعریف فraigir و مشخص شاید به دلیل چند‌بعدی بودن و غیرعینی بودن خلاقیت باشد (Florida, 2008: 51). خلاقیت، هرچند مفهومی مبهم است اما به طور سنتی به عنوان ویژگی فردی در نظر گرفته می‌شود که با ظهور نابغه ارتباط دارد اما با آن متفاوت است (Galto, 1869: 107). در واقع خلاقیت به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یا تبلور یک فکر یا مفهوم جدید است که برخی نیز آن را به ترکیب ایده‌ها یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌ها تعبیر کرده‌اند (سیف، ۱۳۸۹: ۹). این اصطلاح به شکلی گسترش‌ده می‌تواند به عنوان ظهور چیزی متعالی و مناسب از منظر یک شخص، گروه یا جامع تعریف شود.

نیجز و پترز^۲ (۲۰۰۲)، به جنبه‌های کلیدی خلاقیت به عنوان بخشی از فرآیند مفهوم توسعه اشاره می‌کنند که خلاقیت در مورد حل مسائل است؛ خلاقیت در مورد نوآوری است. یافتن راه حل‌هایی که دیگران هنوز پیدا نکرده‌اند؛ خلاقیت در مورد عبور از مرزها و نگاه به زمینه‌های دیگر است؛ خلاقیت در مورد ترکیب دانش و زمینه‌های مختلف و نه لزوماً در مورد توسعه ایده‌های کاملاً جدید.

براساس این تعاریف خلاقیت یک فرآیند فraigir و مداوم است که به طور پیوسته زندگی روزمره را شکل می‌دهد مصرف کنندگان نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کنند؛ زیرا آنها به طور فزاینده‌ای قدرت و کنترل بیشتری در محیط‌های تجربی آینده دارند که در آن گفت‌وگو بین آن‌ها و شرکت‌ها صورت می‌گیرد (Prahala & Ramasawy, 2004: 6).

فلوریدا^۳ (۲۰۰۲) استدلال می‌کند که ظهور خلاقیت بشر عامل اصلی در اقتصاد و جامعه ما از کلاس خلاق را به عنوان نیروی محرک تحول جامعه شناخته و معرفی می‌کند. با این حال در تمام تعاریف موجود از خلاقیت چند عنصر کلیدی وجود دارد که به طور گسترش‌ده تکرار می‌شود. به عنوان مثال فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد خلاقیت را نوآورانه و تخیلی توصیف می‌کند. چارتزند^۴ (۲۰۱۴)، استدلال می‌کند که خلاقیت فردی زمانی رخ می‌دهد که گام‌های فردی فراتر از روش‌های سنتی عمل و شناخت باشد این ایده‌ها نشان می‌دهد که خلاقیت بیشتر در مورد توسعه روش‌های جدید به تفکر و عمل است که ایجاد ارتباط نزدیک بین خلاقیت و نوآوری را نشان می‌دهد (Rogerson & Visser, 2004: 2).

¹. سازمان جهانی گردشگری

² - Nijss and Peters

³ - Florida

⁴ - Chartrand



خلاقیت اشکال جدید مصرفی فضاهای گردشگری جدید شامل هر نوع گردشگری مرتبط با خلاقیت و قابلیت‌های تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان که در حوزه گردشگری خلاق قرار دارند را شامل می‌شود.

خلاقیت در گردشگری شامل طیف گسترده‌ای از زمینه‌های معماری و رسانه‌ای است (Batey & furham, 2006: 357). در مجموع تعاریف و حوزه‌های زیادی در ارتباط با خلاقیت و گردشگری و فرهنگ را می‌توان بیان کرد که مهم‌ترین آنها حوزه‌های زیر را شامل می‌شود: خلاقیت به عنوان یک محصول؛ خلاقیت به عنوان یک تجربه؛ خلاقیت به عنوان یک نوآوری؛ خلاقیت به عنوان یک استراتژی بازاریابی؛ خلاقیت به عنوان یک بخش صنعت؛ خلاقیت به عنوان یک چشم‌انداز؛ خلاقیت به عنوان حل مسئله؛ خلاقیت به عنوان یک اصطلاح کلیدی برای میراث و گردشگری فرهنگی نو؛ خلاقیت به عنوان یک چالش برای هویت؛ خلاقیت به عنوان تفاوت و تنوع بررسی مهم‌ترین نظریات و البته محورهای مورد تأکید محققان مختلف در دنیا، راهکار مناسبی برای ترسیم نظری و تئوریک این مطالعه و بهره‌مندی از دیدگاه‌های موجود در این حوزه است که در جدول (۲) به‌طور خلاصه به این مهم اشاره گردیده است؛

جدول (۲): شاخص‌های عملیاتی گردشگری خلاق

محقق	سال	نظریه / بنیانهای نظری	محورهای مورد تأکید در حوزه گردشگری خلاق
Richard & Raymond	2000	گردشگری خلاق و جامعه میزبان	هویت مشخص شهر؛ اعتماد به نفس بالای شهروندان در خصوص نگرش‌ها، ارزشها، تولید محلی، فرهنگی و سایر امکانات عمومی خود؛ ارائه تجربه‌ها، انتخاب‌ها و فرصت‌های گوناگون و متنوع برای مردم؛ تنوع فضاهای فرهنگی و دسترسی به آنها؛ محیط غنی در رابطه با علم، غذا، زندگی فرهنگی، جاذبه‌ها، پارک‌ها، رویدادها، جشنواره‌ها و غیره
Woodside and Dubelaar	2002	گردشگری خلاق و جو اجتماعی	روابط اعتمادآمیز، فرهنگ مشارکت؛ همسایگی و جامعه‌پذیری؛ درک تفاوت‌ها؛ باز بودن بخش‌های عمومی، خصوصی و داوطلبانه/اجتماعی؛ باز بودن نسبت به تنوع (منلاً جمعیت خارجی، خرده‌فرهنگ‌ها)
Prentice & Andersen	2006	گردشگری خلاق و گردشگری پایدار	مجتمع‌های چندمنظوره، پارک‌ها، بستان‌ها؛ مغازه‌های تخصصی؛ تنوع کافه‌ها و رستوران‌ها؛ میراث معماري و باستان‌شناسی؛ تعداد هتل‌های ۵ ستاره و بیش از آن؛ میراث نامشهود یا ناملموس؛ سرزنشگی و پویایی خیابان
Creative Cities Network	2006	گردشگری خلاق و تعامل	معرفی آثار محیطی و گردشگری؛ معرفی نقاط خطرساز و مشکل‌دار توسعه گردشگری؛ حفظ امنیت و کنترل جرم
Wilson	2006	گردشگری خلاق و زیرساخت اجتماعی- فرهنگی	گشودگی و ظرفیت تحمل‌پذیری اجتماعی و فرهنگی؛ سطح تکثیرگرایی رسانه‌های فرهنگی؛ سهم تبعه‌ها در اشتغال فرهنگی؛ سهم بازار فیلم‌های غیربومی؛ درصد جمعیتی که نگرش‌های مدارآگوñه نسبت به اقلیت‌ها ابراز می‌کنند؛ تعداد جمعیت شهری؛ تعداد دانشجویان خارجی
Chen and Tsai	2007	گردشگری خلاق و ارزش‌های فرهنگی جامعه	ارزش هنرها و فعالیت‌های فرهنگی؛ طرفداری رهبر اجتماع از پیشرفت هنر و فرهنگ مکان؛ ارزش اخلاق برای خرید کالاهای اصلی یا جعلی؛ متوسط هزینه‌های فرهنگی سالانه در هر خانوار؛ درصد افراد شرکت کننده در فعالیت‌های فرهنگی (حداقل یکبار در ۱۲ ماه)؛ سرانه تعداد سینماهای عمومی؛ سرانه تعداد موزه‌های عمومی؛ تعداد سالن‌های کنسرت عمومی
Richards & Wilson	2007	گردشگری خلاق و گردشگری پایدار	برنامه‌ریزی برای سود اقتصادی، محیط‌زیست و اجتماعی؛ قدردانی از فرهنگ بومی؛ کنترل محلی؛ اولویت حفظ منابع طبیعی؛ توسعه ژئوپارک؛ ماندن بیشتر درآمدها در اقتصاد محلی
Runcro	2007	گردشگری خلاق و نوآوری	میزان فروش محصولات مارک‌دار در بازار بین‌المللی؛ توانایی دستیابی به فناوری‌های نوین؛ درصد هزینه تحقیق و توسعه؛ درصد ثبت اختراعات برحسب هر یک میلیون نفر؛ تعداد درخواست‌های ثبت اختراق؛ بسترهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری چهت تبدیل ایده به عمل؛ تعداد پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری؛ تعداد خوش‌های صنعتی؛ تعداد شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان؛ وجود مشوق‌ها و بسته‌های تشویقی برای نوآوری
Landry	2008	گردشگری خلاق و محیط	سرانه تعداد امکانات مراقبت پهداشی؛ سهم زمین در کاربری تفریحی و اوقات فراغت؛ تعداد محله‌های اصیل؛ تعدد نشانه‌ها، نمادها، المان‌ها و چشم‌اندازهای متنوع؛ بازآفرینی میراث‌های هنری قدیمی شهر؛ تعداد مکان‌های گفتمان؛ کیفیت زیرساخت‌های سخت و نرم؛ خدمات پهداشی و اجتماعی؛ زیرساخت‌های سازگار با محیط‌زیست

فناوری مناسب	بسترهاي دانش؛ بسترهاي اجتماعي؛ بسترهاي هنر و فرهنگ؛ كيفيت محطي؛ صنایع و	گرددشگري خلاق و شهرهای خلاق	2011	Richards
معافیت مالیاتی برای هنرمندان یا افراد شاغل در صنایع خلاق؛ نرخ‌های مالیات بر ارزش افزوده در کتاب‌ها، مطبوعات، ضبط صدا، فیلم‌ها، فیلم‌نامه‌ها، نویسندهان آزاد، هنرمندان بصیری؛ مشوق‌های مالیانی در مورد کمک‌های مالی و حمایتی؛ هزینه‌های عمومی مستقیم در مورد فرهنگ؛ سطح کمک مالی دولت به سینما؛ سطح بودجه دولت به تلویزیون عمومی	گرددشگري خلاق و محيط نهادی	2012	Stojanovicet	
میراث جهانی (تعداد ساختمان‌های مندرج در فهرست میراث جهانی یونسکو)؛ تعداد رستوران‌های غذا داری ستاره‌های میشلن؛ دیپلماسی شهری؛ مطرح بودن شهر در سطح بین‌المللی؛ تعیین تصویر شهر؛ پاییخت‌های فرهنگی (تعداد پاییخت‌های فرهنگ یونسکو)	گرددشگري خلاق و آموزههای تجاری و بین‌المللی	2017	Joppe	
فرآیند خلاق؛ افراد خلاق؛ محصول خلاق؛ مکان خلاق	گرددشگري خلاق و خلاقیت عملکردی	2017	Al-Ababneh	
میزان گرایش مسئولین رده‌های بالا به توسعه و ترویج گرددشگری؛ ردیف بودجه در توسعه گرددشگری محلی؛ میزان توجه به گرددشگری خلاق در صداوسیمای ملی؛ تعداد بازدیدکنندگان هر موزه؛ میزان استغال در مؤسسات گرددشگری؛ قدرت جذب گرددشگر داخلي و خارجي؛ تعداد مقصد برنده گرددشگری؛ توجه و توسعه ژئوپارک‌ها	گرددشگري خلاق، ابزارها و عناصر توسعه‌ای	2017	Townsend Et al	
توسعه راه‌های دسترسی؛ توسعه صنایع وابسته به گرددشگری؛ توسعه فرهنگی و انضباطی به گرددشگری	گرددشگري خلاق و تحولات گرددشگری	2018	Pabel & L.Pearce	
داستان؛ حواس؛ ابراز وجود خلاق	سه اصل طراحی گرددشگری اجتماع محور (3S)	2018	Richards Et al	

مأخذ: (نگارنده: ۱۴۰۰).

روش تحقیق

مطالعه حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات توسعه‌ای-کاربردی، ازنظر ماهیت توصیفی- تحلیلی است و جامعه آماری پژوهش شهرستان‌های استان گلستان می‌باشد. شیوه گردآوری داده‌های موردنیاز تحقیق، مبتنی بر روش کتابخانه‌ای، اسنادی (نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵) و شیوه پیمایشی جهت بهره‌گیری از گزارش‌های منتشر شده توسط سازمان‌ها و ارگان‌های ذی‌ربط (پارک علم و فناوری، بنیاد نخبگان، صنعت و معدن و تجارت، شرکت آب منطقه‌ای، استانداری، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، میراث فرهنگی، صنایع دستی و گرددشگری، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان) در بازه زمانی ۱۳۹۹ تا بهار ۱۴۰۰ بوده است. به منظور ارزیابی پراکنش فضایی ابعاد و عملگرهای خلاقیت گرددشگری خلاق که دارای چهار بعد محیط خلاق، فرآیند خلاق، صنایع (محصول) خلاق و طبقه خلاق (2017, Al-Ababneh, 2017) است، از ۲۷ مؤلفه میراث طبیعی، گیاهان دارویی و طب‌ستی، میراث تاریخی و فرهنگی، جلوه‌های فرهنگی سنتی، تأسیسات گرددشگری، فعالیت‌های خدماتی - رفاهی گرددشگری، فرآیند، هنرهای نمایشی و تجسمی، صنایع دیداری و شنیداری، بازی و سرگرمی، صنایع دستی، خوراک، مد و پوشاسک، جواهر، کتاب، چاپ و نشر، خدمات خلاق، مهندسان، هنرمندان عرصه موسیقی، مد و لباس، سینما، نمایش، ادبیات، صنایع دستی، هنرهای تجسمی، گروه نخبگان، سرمایه‌انسانی، شاغلین بخش گرددشگری (در قالب ۲۳۲ شاخص) استفاده شده است که از طریق مرور نظام‌مند ادبیات پیشین و همچنین مصاحبه با کارشناسان و متخصصین احصاء شده‌اند (جدول ۳). انتخاب کارشناسان و متخصصین به روش نمونه‌گیری هدفمند براساس ارتباطی که با موضوع داشته‌اند، می‌باشد.



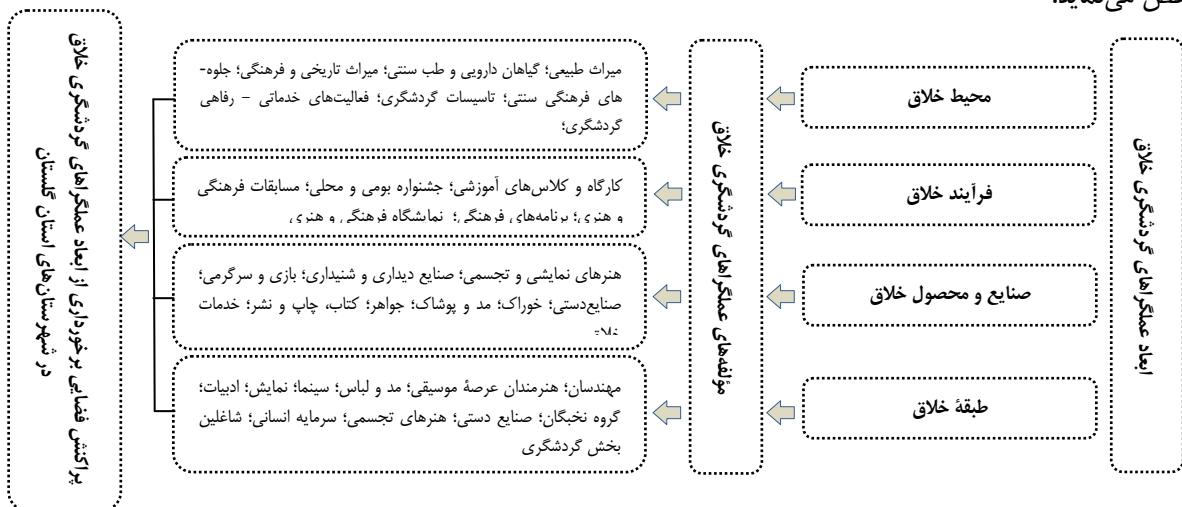
جدول (۳). ابعاد، مؤلفه ها و شاخص های مربوط به مفهوم عملگرهای خلاقیت در گردشگری خلاق

بعاد	مؤلفه	شاخص
۱- محیط خلاق	۱-۱- میراث طبیعی	-۱-۱- پارک ها و تفریجگاه های طبیعی -۱-۲- مناطق حفاظت شده و شکار منوعه -۱-۳- کوه ها و ارتفاعات -۱-۴- غارها -۱-۵- گلستان ها -۱-۶- چشمیده ها -۱-۷- رودخانه ها -۱-۸- آبشارها -۱-۹- تالاب ها -۱-۱۰- دریا و شبیه جزیره
	۱-۲- گیاهان دارویی و طب سنتی	-۱-۱- مرکز اعلاری و خدمات گیاهان دارویی -۲-۱- گیاهان دارویی اراضی چنگلی -۲-۲- گیاهان دارویی مراتع -۲-۳- گیاهان دارویی اراضی زراعی، حاشیه جاده ها، شهرها و روستاهای -۲-۴- گیاهان دارویی بصورت مشترک در اراضی چنگلی، مرتتعی و زراعی
	۱-۳- میراث تاریخی و فرهنگی	-۱-۱- قلعه های تاریخی -۲-۳- کاخ ها و عمارت های -۳-۱- برج های -۳-۲- مسجد ها و پل های -۳-۵- امامزاده، آرامگاه، سقاخانه -۳-۶- محوطه های باستانی -۳-۷- بنای های تاریخی -۳-۸- قنات -۳-۹- موزه
	۱-۴- جلوه های فرهنگی سنتی	-۱-۱- ورزش های بومی محلی -۲-۱- بازی های بومی محلی -۳-۴- موسیقی بومی زنده -۴-۱- رقص محلی -۵-۱- مراسم آئین سنتی -۶-۱- بازارهای هنگی
	۱-۵- تأسیسات گردشگری	-۱-۱- هتل -۲-۵- متن -۳-۵- هتل آپارتمان -۴-۵- مهمناژدی -۵- پانسیون -۵-۶- خانه مسافری -۵-۷- بومگردی -۱-۸- سفرخانه -۹-۵- واحد پذیرایی -۱۰- مرکز تفریحی سرگرمی و گردشگری -۱۱-۵- مرکز اطلاع رسانی و خدمات -۱۲- مزرعه گردشگری کشاورزی -۱۲-۵- مؤسسات آموزشی -۱۳-۵- دفاتر خدمات مسافرتی -۱۴-۵- پارک های عمومی
	۱-۶- فعالیت های خدماتی - راهی گردشگری	-۱-۱- بانک -۲-۶- داروخانه -۳-۶- بیمارستان -۴-۶- مراکز بهداشتی و درمانی -۵-۶- پایگاه بهداشت -۷-۶- خانه بهداشت فعال -۸-۶- تعداد پایگاه های اورژانس -۹-۶- اداره پست مرکزی -۱۰-۶- دفتر پست شهری -۱۱-۶- دفتر پست و مخابرات روتاسی ICT -۱۲-۶- دفتر پیشخوان -۱۳-۶- صندوق پستی شهری -۱۴-۶- صندوق پستی روتاسی -۶- تعداد اتوبوس -۱۶-۶- مینی بوس -۱۷-۶- تعداد پایانه مسافربری -۱۸-۶- تعداد مکانیکی -۱۹-۶- تعداد -۲۰-۶- جایگاه فروش مادوسختی -۲۱-۶- تعداد پمپ بنزین سوپر -۲۲-۶- جایگاه سوختگیری گازشده طبیعی -۲۴-۶- تعداد آپارتمانی -۲۵-۶- تعداد توپی روغن -۲۶-۶- کارواش -۲۷-۶- محل خدمات الکترونیک -۲۸-۶- فروش و تعمیر تلفن همراه و قطعات جانبی -۲۹-۶- خشکشویی -۳۰-۶- خیاطی -۳۱-۶- نانوایی -۳۲-۶- فروشگاه پروتئینی -۳۳-۶- آشپزخانه مرکزی -۳۴-۶- رسروان -۳۵-۶- اندیه فروشی -۳۶-۶- چایخانه های -۳۷-۶- کافه های -۳۸-۶- صرافی -۳۹- تلفن ثابت مشغول به کار -۴۰-۶- خطوط مشغول به کار تلفن همراه
	۱-۷- فرایند خلاق	-۱-۱- کارگاه و کلاس های آموزشی هنری و فرهنگی -۱-۲- جشنواره بومی و محلی فرهنگ روستا و محصولات روتاسی -۳-۱-۲- برنامه های فرهنگی -۴-۱-۲- مسابقات فرهنگی و هنری -۵-۱-۲- نمایشگاه فرهنگی و هنری
	۱-۸- هنرهای نمایشی و تجسمی	-۱-۱- تعداد برنامه های هنرهای نمایشی -۲-۱-۳- تعداد اجرای هنرهای نمایشی -۳-۱-۳- تعداد تماشاگران هنرهای نمایشی -۴-۱-۳- تعداد برنامه های موسیقی -۱-۳-۵- تعداد اجرای موسیقی -۶-۶- تعداد تماشاگران موسیقی -۷-۱- تولید فیلم (کوتاه و بلند) -۸-۱-۳- تعداد آموزشگاه های آزاد هنری -۹-۱-۳- تعداد آموزشگاه های موسیقی
	۱-۹- صنایع دیداری و شنیداری	-۱-۲- تعداد سینما -۲-۳- تعداد سالن های اجرای نمایش (وابسته به اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی) -۳-۲-۳- تعداد چشناواره های سینمایی -۴-۲- تعداد پژوهش ها در زمینه سینمایی سمعی و بصری -۵-۲-۳- تعداد آموزشگاه آزاد سینمایی -۶-۲- تعداد هنر جوانان آموزشگاه های آزاد سینمایی -۷-۲-۳- تعداد تماشاگران فیلم های سینمایی
	۱-۱۰- بازی و سرگرمی	-۱-۳- باشگاه سوار کاری و پرورش اسب -۲-۳- بازی های تصویری و رایانه ای و اینترنت -۳-۳- بازی های تفریحی غیر رایانه ای -۴-۳- سالن بازی فکری -۵-۳- خرده فروشی اسباب بازی و وسایل سرگرمی و بازی -۶-۳- کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان -۷-۳- تعداد کارگاه های با رویکرد مهارت محور و خلاقیت
۲- صنایع و محصول خلاق	۱-۱۱- صنایع دستی	-۱-۱- تعداد شاخه های فعال در صنایع دستی -۲-۳- سهم هر شهرستان از فعالیت در صنایع دستی استان به درصد -۴-۳- تعداد کارگاه های صنایع دستی -۴-۴- تعداد فروشگاه های صنایع دستی -۵-۴-۳- مراکز تخصصی و مراکز خالق صنایع دستی -۶-۴-۳- آموزش فعل در زمینه برگزاری دوره های کوتاه مدت صنایع دستی -۷-۴-۳- تولیدی صنایع دستی
	۱-۱۲- خوارک	-۱-۵-۳- تعداد و انواع خوارک -۲-۵-۳- روش های منحصر بفرد یخت غذاها -۳-۵-۳- ظروف خاص طبخ و سرو غذا -۴-۵-۳- آموزشگاه صنایع غذایی (آشپزی و شیرینی بزی و ...)
	۱-۱۳- مد و پوشак	-۱-۶-۳- سهم هر شهرستان از فعالیت در بخش مدد لباس استان به درصد -۲-۶-۳- تولیدی پوشاش -۳-۶-۳- آموزشگاه های تخصصی طراحی و دخوت -۴-۶-۳- تعداد فروشگاه های بوشک -۵-۶-۳- جشنواره های مد و لباس -۶-۶-۳- نمایشگاه های مد و لباس (طراحی)
	۱-۱۴- جواهر	-۱-۷-۳- سهم هر شهرستان از فعالیت در بخش زیورآلات استان به درصد -۲-۷-۳- خرد فروشی ابزار و لوازم تولید و فروش طلا و جواهرات و تزیین آنها -۳-۷- طلا سازی -۴-۷- خرد فروشی طلا و جواهرات -۵-۴- آموزشگاه آزاد طلا و جواهر سازی
	۱-۱۵- کتاب، چاپ و نشر	-۱-۸-۳- مطبوعات و دیگر نشریات -۲-۸-۳- تعداد مؤسسات فرهنگی -۳-۸-۳- انجمن ادبی استانی -۴-۸-۳- انجمن شعر -۵-۸-۳- کتابخانه های عمومی -۶-۸-۳- تعداد کتابخانه مربوط به کانون پرورش فکری کودکان -۷-۸-۳- تعداد کتاب کتابخانه های عمومی -۸-۸-۳- تعداد کتاب کتابخانه مربوط به کانون پرورش فکری کودکان -۹-۸-۳- تعداد اعضاء کتابخانه های عمومی -۱۰-۸-۳- تعداد اعضاء کتابخانه مربوط به کانون پرورش فکری کودکان -۱۱-۸-۳- تعداد مراجعه کننده کتابخانه های عمومی -۱۲-۸-۳- تعداد مراجعه کننده کتابخانه مربوط به کانون پرورش فکری کودکان -۱۳-۸-۳- تعداد کتابخانه های عمومی -۱۴-۸-۳- تعداد چاپخانه
	۱-۱۶- خدمات خلاق	-۱-۹-۳- کانون تبلیغاتی -۲-۹-۳- میزان برگزاری برنامه های اوقات فراغت -۳-۹-۳- جاذبه های انسان ساخت -۴-۹-۳- (معماری خلاق)
	۱-۱۷- مهندسان	-۱-۱-۴- مهندسان -۲-۱-۴- معماری -۳-۱-۴- عمران -۴-۳- مکانیک -۴-۱-۴- برق -۵-۱-۴- نقشه برداری

۱-۲-۴ پاپ ۲-۲-۴ سنتی ۳-۲-۴ نواحی ۴-۲-۴ استودیو ۵-۲-۴ کلاسیک	۲-۴ موسیقی
-۱-۳-۴ طراحی پارچه ۲-۳-۴ طراحی لباس ۳-۳-۴ طراحی زیورآلات ۴-۳-۴ طراحی کیف و کفش ۵-۳-۴ ملحقات لباس ۳-۴-۴	
-۶ تحقیق و پژوهش ۷-۳-۴ دوخت ۸-۳-۴ نساجی و بافت ۹-۳-۴ هنرهای دیجیتال و رسانه ۱۰-۳-۴ هنرهای روزمری ۳-۴-۴	۳-۴ مد و لباس
۱۱ نقاشی و چاپ‌های سنتی و دستی و دیجیتال	
-۱-۴-۴ بازیگر ۲-۴-۴ کارگردان (فیلم‌ساز) ۳-۴-۴ فیلم‌نامه‌نویس (نویسنده) ۴-۴-۴ تدوین گر ۵-۴-۴ تهیه‌کننده ۶-۴-۴	۴-۴ سینما
مستندساز ۷-۴-۴ موئاز ۸-۴-۴ مجری ۹-۴-۴ تصویربردار	
-۱-۵-۴ هنرمندان عرصه آیینه مذهبی ۲-۵-۴ صحنه‌ای ۳-۵-۴ کودک ۴-۵-۴ خیابانی ۵-۵-۴ استندآپ	۴-۴ نمایش
۴-۶-۴ ۱-تعداد شعر ۲-۶-۴ ۲-تعداد داستان‌نویسان	۴-۴ ادبیات
۴-۷-۴ ۱-استعداد برت ۲-۷-۴ ۲-مخترعین ۷-۴ ۳-اسایید با درجه دانشیار به بالا ۴-۸-۴ ۴-تعداد پزشکان	۴-۴ گروه نخبگان
-۱-۸-۴ افراد شاغل در بخش هنرهای صناعی و سنتی آبگینه ۲-۸-۴ بافت‌های داری و غیرداری ۳-۸-۴ پوشак سنتی ۴-۸-۴	
چاپ‌های سنتی ۵-۸-۴ رودوزبهای سنتی ۶-۸-۴ سازهای سنتی ۷-۸-۴ صنایع دستی چرمی ۸-۸-۴ صنایع دستی چوبی و حصیری ۹-۸-۴ ۹-۸-۴ صنایع دستی دریابی ۱۰-۸-۴ صنایع دستی سنگی ۱۱-۸-۴ صنایع دستی فلزی ۱۲-۸-۴ صنایع دستی گاذگی ۱۳-۸-۴ طراحی و نقاشی سنتی ۴-۱۴-۸-۴ کاشی سنتی، سفال و سرامیک ۱۵-۸-۴ نساجی سنتی ۱۶-۸-۴ هنرهای سنتی و ایسته به معماری	۴-۸-۴ صنایع دستی
۱-۹-۴ ۱-نقاشی و گرافیک ۲-۹-۴ عکاسی ۳-۹-۴ مجسمه‌سازی ۴-۹-۴ خوشنویسی	۹-۴ هنرهای تجسمی
۱-۱۰-۴ درصد افراد بین ۶۴-۲۰ سال با مدرک لیسانس و بالاتر	۱۰-۴ سرمایه انسانی
-۱-۱۱-۴ راهنمایان تور ۲-۱۱-۴ راهنمایان موزه ۳-۱۱-۴ کارکنان: هتل ۴-۱۱-۴ متل ۵-۱۱-۴ هتل آپارتمان ۶-۱۱-۴	
مهماپدیر ۷-۱۱-۴ پاسپورت ۸-۱۱-۴ خانه‌مسافر ۹-۱۱-۴ بوم‌گرد ۱۰-۱۱-۴ سفره‌خانه ۱۱-۱۱-۴ واحد پذیرایی ۱۲-۱۱-۴	۱۱-۴ شاغلین بخش گردشگری
مرکز تغیری سرگرمی و گردشگری ۱۳-۱۱-۴ مرکز اطلاع‌رسانی و خدمات ۱۴-۱۱-۴ موزه گردشگری کشاورزی	

مأخذ: کارشناسان و متخصصان؛ محیط: تزاد ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۵)، ریاضی انارکی (۱۴۰۰)، باغبانی به نقل از استرنبرگ و اوهارا^۱؛ بیگدلی (۱۳۹۵)؛ مختاری ملک آبادی و همکاران (۱۳۹۴)، شمس الدینی و همکاران (۱۳۹۶)، سقایی (۱۳۹۸)، فرآینه: محمدی و میرتقیان (۱۳۹۵)، محصول: شفیعی و همکاران (۱۳۹۳)، ابریشمی و همکاران (۱۳۹۱)، بسته‌نگار (۱۳۹۵)، محمدی و همکاران (۱۳۹۵)، رحیمی و پازند (۱۳۹۵)، متولی الحق (۱۳۹۵)، طبقهٔ حلقه: Fahmi et al (۱۵)، ریچارد (۲۰۱۱)، Tan & et al (۲۰۱۱)، زنگنه شهرکی و همکاران (۱۳۹۵)، بیگدلی (۱۳۹۴)

این جدول در هم معنایی و هم مسیری با مدل مفهومی ذیل، ارتباط اجزا و عناصر مختلف تحقیق را در هر مرحله مشخص نموده است. به بیانی دیگر، مرور جدول شماره ۳ و همچنین مدل مفهومی، مسیر تئوریک و نظری را برای مجموعه اقدامات عینی و عملیاتی مشخص می‌نماید.



شکل (۱). مدل مفهومی پژوهش



به منظور مقایسه شهرستان‌های مورد مطالعه به لحاظ وضعیت پراکنش فضایی عملگرایی‌های گردشگری خلاق، ابتدا وزن و اهمیت کلیه ابعاد و مؤلفه‌ها، از طریق مدل کریتیک^۱ بدست آمد. سپس ۱۴ شهرستان نمونه با بهره‌گیری از روش تصمیم‌گیری چند معیاره ایداس^۲ براساس وضعیت عملگرایی‌های گردشگری خلاق و ابعاد ۴ گانه (محیط، فرآیند، صنایع (محصول) و طبقه خلاق) با یکدیگر مقایسه و رتبه‌بندی شده‌اند. این تکنیک توسط کشاورز قرابایی و همکاران (۲۰۱۵) به عنوان یکی از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، در زمرة روش‌های معیار گزینه‌ای ارائه گردید یعنی هدف آن رتبه‌بندی گزینه‌های مسئله تصمیم‌گیری است. در روش‌هایی همانند تاپسیس و یا ویکور گزینه مطلوب بر اساس فاصله از ایده‌آل مثبت و منفی سنجیده می‌شود، یعنی گزینه‌ای مطلوب است که کمترین فاصله را از ایده‌آل مثبت و بیشترین فاصله را از ایده‌آل منفی دارد؛ اما در این روش بهترین راه حل مربوط به فاصله از میانگین راه حل (AV) است و دو معیار مطلوب‌بودن گزینه‌ها فاصله مثبت از میانگین (PDA) و فاصله منفی از میانگین (NDA) می‌باشد. ارزیابی گزینه‌ها با توجه به مقادیر بالاتر PDA و مقادیر پایین‌تر NDA صورت می‌گیرد. مقادیر بالاتر PDA و یا مقادیر کمتر NDA نشان‌دهنده این است که آن گزینه بهتر است. در این پژوهش در گام اول نخست وزن و اهمیت هر یک از شاخص‌ها با استفاده از روش کریتیک بدست آورده شد و گام دوم (تشکیل ماتریس تصمیم): دومین گام در این روش تشکیل ماتریس تصمیم است یعنی ماتریس معیار-گزینه. ماتریسی که ستون‌های آن معیارها و سطرهای آن گزینه‌های پژوهش هستند.

گام سوم (محاسبه میانگین راه حل معیارها): در این گام میانگین راه حل برای معیارها مطابق رابطه زیر محاسبه می‌شود که درواقع همان میانگین داده‌ها برای هر معیار (ستون) می‌باشد.

$$\text{رابطه (۱): میانگین راه حل معیارها}$$

گام چهارم (محاسبه PDA و NDA): در گام چهارم مقادیر فاصله مثبت از میانگین یا ایده‌آل مثبت (PDA) و فاصله منفی از میانگین یا ایده‌آل منفی (NDA) با استفاده از روابط زیر محاسبه شده است.

$$\text{رابطه (۲). ایده‌آل مثبت یا فاصله مثبت از میانگین}$$

$$PDA_{ij} = \frac{(x_{ij} - AV_j)}{AV_j}$$

$$\text{رابطه (۳). ایده‌آل منفی یا فاصله منفی از میانگین}$$

$$NDA_{ij} = \frac{(AV_j - x_{ij})}{AV_j}$$

لازم به ذکر است که اگر نتیجه حاصل برای هر مقدار منفی باشد، عدد (نتیجه) صفر در نظر گرفته می‌شود. همچنین اگر معیار بار منفی داشته باشد، فرمول محاسبه ایده‌آل‌های مثبت و منفی جایجا می‌شود.

گام پنجم (تعیین جمع موزون گزینه‌ها): این گام محاسبه مقادیر SP_i و SN_i با وزن‌دار کردن ایده‌آل‌های مثبت و منفی (PDA_{ij} و NDA_{ij}) و جمع موزون هر گزینه است (رابطه شماره ۴ و ۵).

$$\text{رابطه (۴). جمع ایده‌آل مثبت وزین}$$

$$SP_i = \sum_{j=1}^m w_j \cdot PDA_{ij}$$

$$\text{رابطه (۵). جمع ایده‌آل منفی وزین}$$

$$SN_i = \sum_{j=1}^m w_j \cdot NDA_{ij}$$

گام ششم (نرمال‌سازی مقادیر SP_i و SN_i): در این گام مقادیر NSP_i و NSN_i از طریق نرمال‌سازی SP_i و SN_i (که در مرحله قبل محاسبه شد) با استفاده از روابط زیر بدست می‌آید.

$$\text{رابطه (۶). نرمال‌سازی } SP_i$$

$$NSP_i = \frac{SP_i}{\max_i(SP_i)}$$

$$\text{رابطه (۷). نرمال‌سازی } SN_i$$

$$NSN_i = 1 - \frac{SN_i}{\max_i(SN_i)}$$

گام هفتم (محاسبه امتیاز نهایی گزینه‌ها و رتبه‌بندی آنها): در مرحله آخر امتیاز نهایی گزینه‌ها با استفاده از رابطه زیر محاسبه شده و گزینه‌ها بر اساس آن رتبه‌بندی می‌شوند.

¹. Critic

². EDAS



$$AS_i = 0.5 * (NSP_i + NSN_i)$$

رابطه (۸). امتیاز نهایی گزینه‌ها
 $0 \leq AS_i \leq 1$
 (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۷: ۷۰۴-۷۰۳)

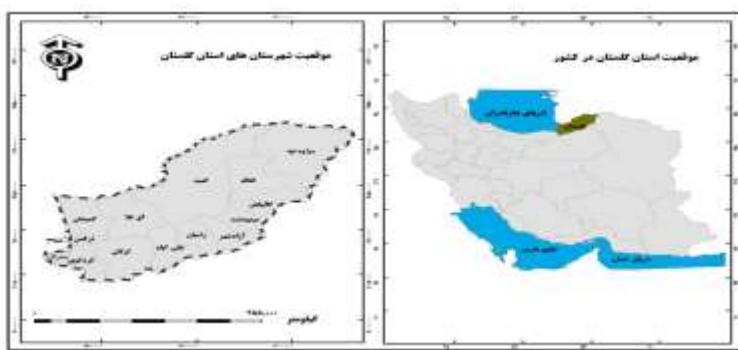
در روش تصمیم‌گیری چند معیاره ایداس، امتیاز نهایی گزینه‌ها مقدار AS_i همواره بین صفر و یک و یا معادل صفر یا یک بودست می‌آید. هر گزینه‌ای که مقدار AS_i بیشتری را به خود اختصاص دهد یعنی هر چه مقدار عددی آن به یک نزدیک‌تر باشد، وضعیت مطلوب‌تری دارد. بنابراین بیشترین مقدار (AS_i)، اولین رتبه را به خود اختصاص داده و کمترین مقدار آن نیز آخرین رتبه را دریافت می‌کند. گام هشتم (طبقه‌بندی گزینه‌ها): در پایان نیز وضعیت مطلوب‌بیت ابعاد و مؤلفه‌ها بر اساس امتیاز نهایی تکنیک ایداس (AS_i) از دیدگاه سطح‌بندی پرسکات آلن^۱، ارزیابی و سطح‌بندی می‌شود (حبیبی، ۱۳۹۹).

جدول (۴). مقادیر سطح‌بندی وضعیت مطلوب‌بیت ابعاد و مؤلفه‌ها مطابق دیدگاه پرسکات آلن براساس نتایج تکنیک ایداس

وضعیت مطلوب	کاملاً مطلوب	نسبتاً مطلوب	مطلوبیت متوسط	نسبتاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	۰/۴-۰/۲	۰/۶-۰/۴	۰/۸-۰/۶	۱-۰/۸	۰/۲-۰	مقدار AS_i
مأخذ: نظام فروعلی پخشی، ۹: ۱۳۹۵											

محدوده مورد مطالعه تحقیق

استان گلستان (منطقه گرگان و دشت قدیم) به عنوان سرزمین طلای سفید ایران، دارای مجموعه آثار گران‌بهایی چون تورنگ‌تپه (قرقاول‌تپه)، یارم‌تپه، نقارخانه و اسلام‌تپه می‌باشد که حکایت از وجود تمدنی عظیم از زندگی ۳۰۰۰ تا ۴۵۰۰ ساله قبل از میلاد در این منطقه دارد. (حدود شش هزار سال پیش). این قلمرو در حقیقت یکی از قدمی‌ترین ایالت‌های ایران و مرکز عمدت تمدن نشین آریائی‌ها در شمال ایران بوده است. طبق بند وضعیت منابع طبیعی و محیط‌زیست سند اجرایی آمایش سرزمین استان گلستان، این استان در سال ۱۳۷۶ از استان مازندران جدا شد و نام گلستان از چشم‌اندازهای طبیعی و بکر استان و همچنین از پارک ملی گلستان اخذ شده است. این استان از شمال به جمهوری ترکمنستان از شرق به استان خراسان از جنوب به استان سمنان و از غرب به استان و دریایی مازندران محدود می‌شود (شاهکوبی، ۱۳۹۰: ۵۲) در سال ۱۳۹۸ ایالت گلستان دارای ۱۴ شهرستان، ۲۷ بخش و ۳۳ شهر و ۶۰ دهستان بوده است و از بین شهرستان‌های استان، شهرستان گنبد و آق‌قلو و کلاله به ترتیب وسیع‌ترین و شهرستان‌های بندرگز و ترکمن کوچک‌ترین شهرستان‌های استان می‌باشند (سالنامه آماری استان گلستان سال ۱۳۹۸).



شکل (۲). موقعیت جغرافیایی استان گلستان در سطح ملی

¹. Perscott-Allen



تجزیه و تحلیل داده‌ها

مقایسه شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت مؤلفه‌ها حوزه محیط‌گردشگری خلاق

در این بخش از تحقیق شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت عناصر و مؤلفه‌های حوزه محیط خلاق با استفاده از تکنیک ایداس با یکدیگر مقایسه شده و رتبه‌بندی می‌شوند. تعیین وزن و اهمیت مؤلفه‌های بعد محیط خلاق با استفاده از روش کربیتیک نشان می‌دهد که با اتكا به آمار و داده‌های مربوط به شاخص‌های بعد محیط خلاق، جلوه‌های فرهنگی سنتی با دریافت وزن (۰/۱۳) و گیاهان دارویی و طب سنتی با دریافت وزن (۰/۱۲) اهمیت بیشتری نسبت به هفت مؤلفه دیگر دارند. وزن و اهمیت مؤلفه‌های بعد محیط خلاق در جدول (۵) ارائه شده است.

جدول (۵). وزن بدست آمده برای مؤلفه‌های بعد محیط خلاق با استفاده از روش کربیتیک

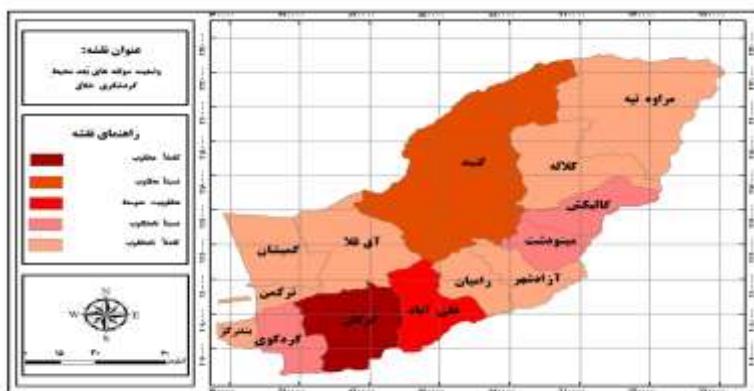
بعد محیط خلاق										
خدمات رفاهی	خدمات حمل و نقل عمومی	ارتباطات	خدمات بهداشتی - درمانی	تأسیسات گردشگری	جلوه‌های فرهنگی سنتی	میراث تاریخی و فرهنگی	گیاهان دارویی	میراث طبیعی	مؤلفه‌ها	وزن و اهمیت نسبی (W_j)
۰.۱۱۳۳	۰.۱۰۴۱	۰.۱۰۵۳	۰.۱۱۰۶	۰.۱۰۰۲	۰.۱۳۸۷	۰.۰۹۷۵	۰.۱۲۹۵	۰.۱۰۰۸		

نتایج نهایی رتبه‌بندی شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت بعد محیط خلاق با استفاده از تکنیک ایداس در جدول شماره ۵ نمایان است. این نتایج نشان می‌دهد که وضعیت بعد محیط خلاق شهرستان‌های استان، از حداقل ۰/۰۰۳ در شهرستان مراوه‌تپه تا حداکثر مقدار ۰/۹۷۶ در شهرستان گرگان نوسان دارد. شهرستان گنبد نیز در این رتبه‌بندی، مطابق نتایج تکنیک ایداس در رتبه دوم قرار گرفته و بعد از آن شهرستان علی‌آباد نیز رتبه سوم را به خود اختصاص داده است. بر اساس طبقه‌بندی پرسکات آلن (جدول ۴)، شهرستان گرگان در طبقه «کاملاً مطلوب» قرار می‌گیرد. شهرستان گنبد نیز به لحاظ وضعیت بعد محیط خلاق نیز در گروه «نسبتاً مطلوب» جای می‌گیرد.

جدول (۶). رتبه‌بندی شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت بعد محیط‌گردشگری خلاق

بعد محیط خلاق														
شهرستان‌ها	آزادشهر	آق‌قلا	بندرگز	ترکمن	رامیان	علی‌آباد	کلاله	کردکوی	گالیکش	گرگان	گمیشان	گنبد	مراوه‌تپه	مینودشت
امتیاز نهایی (AS_i)	۰/۱۹۸۶۸	۰/۱۹۹۹۶	۰/۱۶۳۴۶	۰/۱۵۲۰۳	۰/۱۸۶۶۶	۰/۰۴۰۲۵	۰/۰۳۰۶۸۸	۰/۰۹۸۳۸	۰/۰۲۶۸۵۱	۰/۰۷۶۴۱	۰/۰۳۹۴۵	۰/۰۶۲۱۱۷	۰/۰۰۳۱۴	۰/۰۲۴۶۶
رتبه	۸	۷	۱۱	۱۲	۱۰	۳	۶	۹	۵	۱	۱۳	۲	۱۴	۶
وضعیت	کاملاً نامطلوب	متوسط	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نسبتاً نامطلوب				

همانطوریکه در شکل (۳) مشاهده می‌شود شهرستان‌های آزادشهر، آق‌قلا، بندرگز، ترکمن، رامیان، کلاله، گمیشان و مراوه‌تپه، از نظر بعد محیط خلاق وضعیت نامساعدی دارند و درواقع بیش از ۷۸ درصد شهرستان‌های استان از نظر مؤلفه‌ها و شاخص‌های محیط خلاق گردشگری با چالش مواجه می‌باشند (نسبتاً نامطلوب و کاملاً نامطلوب).



شکل (۳). وضعیت شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت بُعد محیط‌گردشگری خلاق

مقایسه شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت مؤلفه‌های طبقه‌گردشگری خلاق

در این قسمت به مقایسه و اولویت‌بندی ۱۴ شهرستان موردمطالعه بر اساس وضعیت عناصر طبقه خلاق با استفاده از تکنیک ایداس پرداخته شد که جدول شماره ۶ وزن و اهمیت مؤلفه‌های بُعد طبقه خلاق را ارائه می‌دهد. مطابق این جدول، مؤلفه «هنرمندان صنایع-دستی» با امتیاز (۰/۱۰۱۶) بیشترین وزن و اهمیت را نسبت به بقیه مؤلفه‌ها دارد. مؤلفه «هنرمندان موسیقی و مد و لباس» نیز به ترتیب وزن نسبی معادل ۰/۰۹۷۹ و ۰/۰۹۷۶ را بدست آورده‌اند. به این ترتیب «هنرمندان صنایع-دستی» نقش و تأثیر بیشتری در تعیین میزان بُعد طبقه خلاق شهرستان‌های مورد نظر ایفا می‌نماید.

جدول (۷). وزن بدست آمده برای مؤلفه‌های بُعد طبقه خلاق با استفاده از روش کریتیک

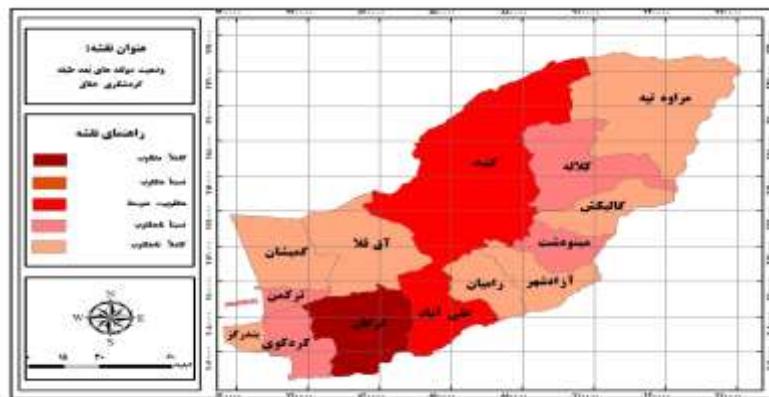
بعد طبقه خلاق											
مؤلفه‌ها	مهندسان	موسیقی	مد و لباس	سینما	نمایش	ادیبات	طبیقه نخبه	صنایع-دستی	هنرهای تجسمی	سرمایه انسانی	شاغلین بخش گردشگری
۰۰۰۹	۰۰۰۹۷۹	۰۰۰۹۷۶	۰۰۰۹۷۶	۰۰۰۸۹۸	۰۰۰۸۵۸	۰۰۰۸۵۶	۰۰۰۸۸۷	۰۰۰۱۰۱۶	۰۰۰۹۰۲	۰۰۰۸۸۷	۰۰۰۸۴۱

بطور کلی بر اساس جدول (۸) همانطور که مشخص است شهرستان گرگان با دریافت بیشترین امتیاز نهایی (مقدار AS_i) که معادل رقم ۱ می‌باشد، رتبه اول مربوط به متغیرهای بُعد طبقه خلاق را در میان شهرستان‌های استان گلستان به خود اختصاص داده است و نسبت به سایر شهرستان‌ها «کاملاً مطلوب» ارزیابی می‌شود. شهرستان‌های گنبد و علی‌آباد نیز با توجه به اینکه مقدار AS_i مربوط به آنها به ترتیب معادل ۰/۰۹۱۵۵ و ۰/۰۱۳۷۰ بدست آمده است، در رتبه‌های دوم و سوم جای گرفته‌اند، بنابراین در یک گروه قرار می‌گیرند یعنی از نظر وضعیت بُعد طبقه خلاق دارای «مطلوبیت متوسط» می‌باشند و می‌توان گفت وضعیت این بُعد خلاقیت در این شهرستان‌ها نسبت به مجموع نقاط استان در حد متوسط و تا حدی قابل قبول است.

جدول (۸). رتبه‌بندی شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت بُعد طبقه‌گردشگری خلاق

بعد طبقه خلاق															
شهرستان‌ها	آزادشهر	آق قلا	بندرگز	ترکمن	رامیان	علی‌آباد	کردکوی	گالاه	کالله	گالیکشن	گرگان	گمیشان	گند	مراآته‌په	مینودشت
امتیاز نهایی (AS_i)	۰/۱۳۷۹	۰/۰۵۳۰۰	۰/۰۱۶۳۸۸	۰/۰۰۵۸۶	۰/۰۱۹۶۷۱	۰/۰۰۴۱۳۷۰	۰/۰۰۰۲۵۲۰۱	۰/۰۰۰۲۰۷۴۸	۰/۰۰۰۷۹۹	۰/۰۰۰۳۴۱۶	۰/۰۰۰۵۹۱۵۵	۰/۰۰۰۰۰۵۶	۰	۰/۰۰۰۲۰۸۸۳	
رتیبه	۱۰	۱۱	۹	۷	۸	۳	۴	۶	۱۲	۱	۱۳	۲	۱۴	۵	
وضعیت	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	کاملاً نامطلوب	نسبتاً مطلوب

همانطوریکه در شکل (۴) قابل مشاهده است شهرستان‌های کردکوی، مینودشت، کلاله و ترکمن به لحاظ بُعد طبقهٔ خلاق از وضعیت نسبتاً نامطلوب «برخوردار می‌باشند، در مقابل بر اساس نتایج حاصل از تکنیک ایداس، از بین ۱۴ شهرستان مورد مطالعه، هفت شهرستان (رامیان، بندرگز، آزادشهر، آق‌قلاد، گالیکش، گمیشان و مرآوه‌تپه) از نظر شاخص طبقهٔ خلاق در گروه «کاملاً نامطلوب» قرار گرفته‌اند، بنابراین می‌توان وضعیت این شاخص را بر اساس نتایج تکنیک ایداس نامساعد ارزیابی کرد.



مقایسه شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت مؤلفه‌های نُعد فرآیند گردشگری خلاق

در بُعد فرآیند خلاق، با تأکید بر این نکته که مجموعه‌ای از افکار و اقدامات می‌توانند به تولید محصولی خلاق بیانجامد، میزان برگزاری کارگاه و کلاس‌های آموزشی، مسابقات فرهنگی و هنری و ... مورد بررسی قرار گرفته است. وزن بدست‌آمده برای مؤلفه‌های فرآیند خلاق بیانگر این است که مؤلفه‌های برگزاری برنامه‌های فرهنگی و جشنواره بومی و محلی فرهنگ روستا و محصولات روستایی از ارزش و اهمیت نسبتاً یکسانی برخوردارند (۰/۲۲۳۶۹ و ۰/۲۲۳۶۷)، به این ترتیب متغیرهای مربوط به این دو مؤلفه از بُعد فرآیند، گردشگری خلاق را به میزان قابل توجهی تحت تأثیر قرار داده است (جدول ۹).

جدول (۹). وزن بدست آمده برای مؤلفه‌های بُعد فرآیند خلاق با استفاده از روش کریتیک

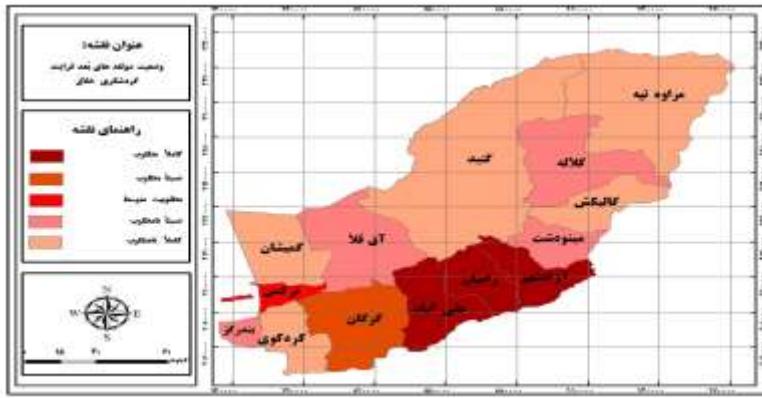
بعد فرآیند خلاق					
نمایشگاه فرهنگی و هنری	مسابقات فرهنگی و هنری	برنامه‌های فرهنگی	چشمواره بومی و محلی فرهنگ روستا و محصولات روستا	کارگاه و کلاس‌های آموزشی هنری و فرهنگی	مؤلفه‌ها
۰.۱۹۵۶۷	۰.۱۸۸۸۴۴۴	۰.۲۲۳۶۹	۰.۲۲۳۶۷	۰.۱۶۸۵۳	(W _j) وزن و اهمیت نسبی

همانطور که در جدول شماره ۱۰ ملاحظه می‌شود نتایج این بخش بیان از این دارد که از میان ۱۴ شهرستان موردبررسی، شهرستان‌های علی‌آباد، رامیان، آزادشهر نسبت به سایر شهرستان‌ها به لحاظ بُعد فرآیند «کاملاً مطلوب» محسوب می‌شوند و رتبه اول تا سوم را دریافت می‌نمایند.

جدول (۱۰). رتبه‌بندی شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت بعد فرآیند گردشگری خلاق



همانطوریکه در شکل (۵) قابل ملاحظه می‌باشد، شهرستان گرگان که در سایر ابعاد رتبه اول داشته است، به لحاظ بُعد فرآیند در رتبه چهارم «نسبتاً مطلوب» جای گرفته است. در مقابل با توجه به آمار و داده‌های مورد بررسی از میان ۱۴ شهرستان ۹ شهرستان از نظر بُعد فرآیند دارای وضعیت نسبتاً نامطلوب و کاملاً نامطلوب می‌باشند.



شکل (۵). وضعیت شهرستان‌های استان گلستان براساس وضعیت بُعد فرآیند گردشگری خلاق مقایسه شهرستان‌های استان گلستان براساس وضعیت مؤلفه‌های بُعد صنایع (محصول) گردشگری خلاق بُعد محصول خلاق از ۱۰ مؤلفه هنرهای نمایشی و تجسمی، موسیقی، صنایع دیداری و شنیداری، بازی و سرگرمی، صنایع دستی، خوراک، مد و پوشاک، جواهر، کتاب، چاپ و نشر و خدمات خلاق ترکیب شده است. در تعیین وزن و اهمیت نسبی بُعد محصول خلاق با استفاده از روش کریتیک، مؤلفه «صنایع دستی»، «خوراک» و «مد و پوشاک» و به ترتیب امتیاز ۱۱۷۴، ۰/۱۱۶۸ و ۰/۱۰۴۶ را کسب کرده و نسبت به سایر مؤلفه‌ها از وزن و اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشند (جدول ۱۱).

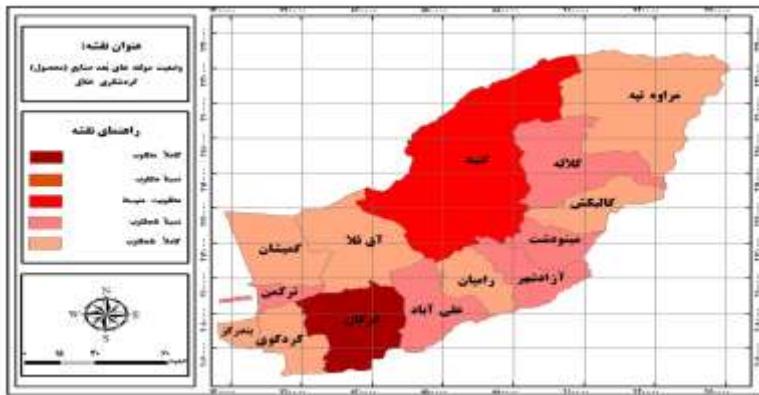
جدول (۱۱). وزن بدست آمده برای مؤلفه‌های بُعد صنایع و محصول خلاق با استفاده از روش کریتیک

بعد محصول خلاق										
خدمات خلاق	کتاب، چاپ و نشر	جواهر	مد و پوشاک	خوراک	صنایع دستی	بازی و سرگرمی	صنایع دیداری و شنیداری	موسیقی	هنرهای نمایشی و تجسمی	مؤلفه‌ها
۰.۰۸۹۲	۰.۰۹۲۲	۰.۰۹۳۸	۰.۱۰۴۶	۰.۱۱۶۸	۰.۱۱۷۴	۰.۰۹۵۷	۰.۰۹۵۱	۰.۰۹۴	۰.۱۰۰۲	وزن و اهمیت نسبی (W_j)

یافته‌های حاصل از تکنیک ایداس در مقایسه و اولویت‌بندی شهرستان‌های مورد مطالعه به لحاظ شاخص محصول خلاق نشان می‌دهد که شهرستان گرگان جایگاه نخست را به خود اختصاص داده و در گروه «کاملاً مطلوب» قرار می‌گیرند. شهرستان گنبد به لحاظ مطلوبیت بُعد محصول خلاق در رتبه دوم و طبقه «مطلوبیت متوسط» قرار دارد (جدول ۱۲).

جدول (۱۲). رتبه‌بندی شهرستان‌های استان گلستان براساس وضعیت بُعد صنایع و محصول گردشگری خلاق

بعد صنایع (محصول) خلاق															
شهرستان‌ها	امتیاز نهایی (AS_i)	آزادشهر	آق قلا	بندرگز	ترکمن	رامیان	علی آباد	کلله	گردکوی	گالیکش	گرگان	گمیشان	گنبد	مراوه‌تپه	خدمات خلاق
۰.۲۳۲۴۶	۰.۰۱۰۰۷	۰.۴۵۵۰۰	۰.۰۶۱۸۶	۰.۹۶۴۹۶	۰.۱۹۱۹۶	۰.۰۲۶۶۹۱	۰.۱۹۴۲۴	۰.۰۲۱۹۸	۰.۱۱۵۴۱	۰.۳۰۴۳۷	۰.۱۵۰۵۵	۰.۱۹۸۳۵	۰.۲۷۸۹۲		
۷	۱۴	۲	۱۳	۱	۱۰	۶	۹	۳	۱۲	۴	۱۱	۸	۵		رتبه
نسبتاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	مطلوب متوسط	کاملاً نامطلوب	مطلوب	کاملاً نامطلوب	نسبتاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	وضعیت						



شكل (۶). وضعیت شهرستان‌های استان گلستان براساس وضعیت بعد صنایع و محصول گردشگری خلاق

مقایسه شهرستان‌های استان گلستان براساس برخورداری از ابعاد ۴ گانه عملگرایی گردشگری خلاق

در این بخش شهرستان‌های استان گلستان براساس وضعیت برخورداری از ابعاد عملگرایی گردشگری خلاق با استفاده از تکنیک ایداس با یکدیگر مقایسه شده و رتبه‌بندی می‌شوند.

همانطور که در جدول ۱۳ مشاهده می‌شود وزن و اهمیت نسبی بدست آمده برای ابعاد ۴ گانه در شهرستان‌ها، تفاوت چندانی با یکدیگر نداشته و مبین اهمیت نسبتاً یکسان ابعاد ۴ گانه می‌باشد. از میان ابعاد مختلف، بعد فرآیند خلاق در شهرستان‌های مورد مطالعه با امتیاز نسبی (۰/۲۷)، از ارزش و اهمیت بالاتری برخوردار است. محیط خلاق و طبقه خلاق نیز با کسب امتیاز ۰/۲۴۷۶ و ۰/۲۴۷۳ در درجه بعدی اهمیت قرار می‌گیرند. محصول خلاق نیز کمترین وزن و اهمیت را دارد (۰/۲۳۵۱) که بیانگر این است که وضعیت موجود شهرستان‌های استان گلستان به لحاظ برخورداری از عملگرایی‌های خلاق در گردشگری، در وضعیت بحرانی و به صورت مشخص در میزان کمترین مطلوبیت قرار دارند.

جدول (۱۳). وزن بدست آمده برای ابعاد عملگرایی‌های گردشگری خلاق با استفاده از روش کریتیک

ابعاد عملگرایی‌های گردشگری خلاق					
اجماع	طبقه خلاق	صنایع و محصول خلاق	فرآیند خلاق	محیط خلاق	ابعاد
۱	۰.۲۴۷۳	۰.۲۳۵۱	۰.۲۷	۰.۲۴۷۶	وزن و اهمیت نسبی (W_j)

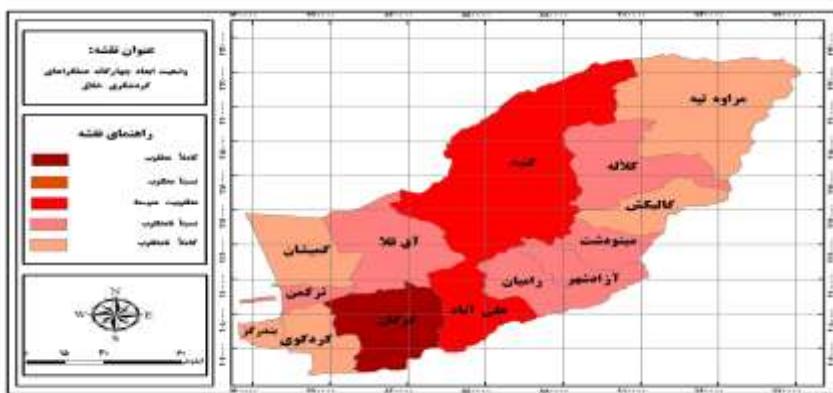
جدول شماره ۱۴ و شکل شماره ۷ امتیاز نهایی، رتبه، طبقه‌بندی و نقشه شهرستان‌های استان گلستان براساس وضعیت مطلوبیت عملگرایی‌های گردشگری خلاق را به نمایش گذاشته است. با توجه به نتایج ارائه شده در این جدول، شهرستان گرگان بر اساس مقدار AS مطالعه اول را به خود اختصاص داده است بهاین ترتیب این شهرستان نسبت به سایر شهرستان‌های استان گلستان که در این تحقیق مورد مطالعه قرار گرفته‌اند، مطلوب‌ترین شرایط را از نظر ابعاد ۴ گانه عملگرایی‌های گردشگری خلاق دارا می‌باشد و نسبت به سایر شهرها «کاملاً مطلوب» تلقی می‌گردد. شهرهای گنبد و علی‌آباد به ترتیب در رتبه‌های بعدی (رتبه ۲ تا ۳) قرار گرفته‌اند. شهرستان مراوه‌تپه نیز بر اساس مجموعه شاخص‌های مورد بررسی در این تحقیق آخرین رتبه مطلوبیت عملگرایی‌های گردشگری خلاق را دریافت کرده و به همراه شهرستان‌های کردکوی، بندرگز، گالیکش و گمیشان در طبقه «کاملاً نامطلوب» جای گرفته است. در نتیجه نیازمند برنامه‌ریزی نظاممند جهت بهره‌گیری حداکثری از قابلیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در شهرستان‌ها جهت توسعه‌ی گردشگری خلاق هستیم.



جدول (۱۴). امتیاز نهایی گزینه‌ها و رتبه‌بندی آنها

ابعاد عملگرایانه گردشگری خلاق

شهرستان‌ها	آزادشهر	آق قلا	بندرگز	ترکمن	رامیان	علی آباد	کلاله	کردکوی	گالیکش	گرگان	گمیشان	گندب	مراوه‌تپه	مینودشت
امتیاز نهایی (AS_i)	۰.۳۹۹۴۱	۰.۳۰۳۷۱	۰.۱۰۸۸	۰.۳۵۴۸۴	۰.۳۵۶۵۹	۰.۴۷۸۷۸	۰.۲۴۱۱۵	۰.۱۳۳۵۹	۰.۰۸۶۰۴	۱	۰.۰۲۹۹۹	۰.۵۴۸۱۹	۰	۰.۳۴۸۷۸
رتبه	۶	۸	۱۱	۵	۳	۴	۹	۱۲	۱	۱۳	۲	۱۴	۷	
وضعیت	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	کاملاً	کاملاً	کاملاً	کاملاً	نامطلوب
نسبتاً	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	نامطلوب



شکل (۷): وضعیت شهرستان‌های استان گلستان براساس مطلوبیت ابعاد ۴ گانه عملگرایانه گردشگری خلاق

بحث و بررسی

کنکاش ذهنی نگارنده در این نوشتار که با رویکردی انتقایی و البته واقع‌گرایانه به ظرفیت‌های عملگرایانه گردشگری خلاق در سطح استان گلستان همراه بود، در تمام مسیر تحلیلی این پژوهش که برخواسته از یافته‌های عینی تحقیق است، ذهن و قلم نگارنده را مشغول به خود ساخته بود. این دلمشغولی بیشتر از آن حیث بود که فاصله تبدیل ظرفیت‌های بالقوه گردشگری خلاق و بهره‌مندی از موهاب ارزشمند توسعه‌ای آن به عنوان فعلیت ظرفیت‌های مزبور بسیار زیاد است. این بیان از حیث مطالعات گسترده صورت گرفته در حوزه گردشگری اقتصادی، فضایی و توسعه سرزمینی بیان می‌شود و اعتقاد بر این است که در غالب مللی که چشم‌های از توسعه اقتصادی مبتنی بر گردشگری دارند، قابلیت‌های کوچک محیطی، فرهنگی، محلی، تاریخی و هر آنچه که قابلیت توسعه، تبلیغ و استفاده در مسیر گردشگری بین‌المللی و ملی دارد، مورد مطالعه، تحقیق و توانستجی، توسعه و سرمایه‌گذاری قرار گرفته و در نهایت، ثمره‌ی کاشت حمایت از آن را به صورت پایدار مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند. بیان این گفتار صرفا بازتاب درونی نگارنده در جهت نیل به تحقیق و توسعه از تمام ظرفیت‌های گردشگری با تأکید بر گردشگری خلاق در تمام چهنه سرزمینی ایران است که به تنها‌ی می‌تواند نقش بسیار قابل اتكایی در اقتصاد ملی و رفاه سرزمینی ایجاد نماید. با این بیان، بحث و بررسی پیرامون یافته‌های این تحقیق در بکی از مستعدترین مناطق توسعه گردشگری به شکل عام و گردشگری خلاق به شکل خاص نشان می‌دهد که ارزیابی چهار بُعد محیط خلاق، فرآیند خلاق، صنایع (محصول) خلاق و طبقه خلاق در سطح شهرستان‌های استان نشان می‌دهد که در بُعد محیط از ۱۴ شهرستان استان ۷ شهرستان وضعیت کاملاً نامطلوب دارند. این در حالی است که شهرستان مراوه‌تپه با بیشترین درصد جمعیت روستانشینی (۸۵/۸) درصد) و به عنوان عرصه‌ی طبیعی رویشگاه درختان خودرو (۶ هزار و ۵۰۰ هکتار پسته وحشی، ۹۰۰ هکتار انار و ۲۰۰ هکتار انجیر) و گیاهان دارویی نادر شناسایی شده است. پر واضح است که نقش و اهمیت گیاهان دارویی در بهبود سطح سلامت و ارتقای کیفیت زندگی مردم از یک طرف و همچنین ایجاد فرصت شغلی از طریق تولید اقتصادی گیاهان دارویی و فرآورده‌های آن از طرف دیگر ایجاب می‌کند، گردشگری درمانی موردن توجه قرار گیرد که بمنوبه خود می‌تواند زمینه توسعه گردشگری خلاق را فراهم کند. در این میان برخی از



مناطق جهان جهت جذب گردشگران، بشدت در حال برنده‌سازی و معرفی خود به عنوان قطب تولید گیاهان دارویی و ادویه‌ها هستند، بطور مثال جزیره گرنادا، جزایر مالوکو شمالی در اندونزی، جزایر زنگبار، چین، بنگالادش، سریلانکا، ویتنام، نپال، پاکستان و ترکیه، مراکش، مصر، سودان و ماداگاسکار با تأسیس باغ‌های گیاهان دارویی، موزه‌های گیاهان دارویی و طب سنتی و مواردی از این قبیل، به شکوفایی صنعت سبز گردشگری خود پرداخته‌اند. توجه به این مهم نشان می‌دهد که ایران در جایگاه عام و شهرستان مرآوه‌تپه در جایگاه اختصاصی و موربدبخت این بخش، با توجه به موقعیت نسبتاً ممتاز جغرافیایی و در اختیار داشتن شرایط آب و هوایی و پوشش گیاهی و جانوری متنوع و از همه مهم‌تر دارا بودن پیشینه و تمدن غنی طب سنتی و همچنین پشتونه عظیم دانش و تجربیات هزاران ساله اطبا و حکماء خویش، در خصوص موارد یادشده مزایای فراوان دارد و می‌تواند یکی از شهرستان‌های پیشرو در عرصه گردشگری خلاق در حوزه سلامت مبتنی بر طب سنتی و پزشکی روز باشد. همچنین نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که شهرستان گمیشان با داشتن دو گلفشان و یک تالاب بین‌المللی و همچنین به عنوان تنها شهرستان دارای تولید صنایع دستی دریابی در میان این شهرستان‌ها قرار دارند. مسلماً در تولید این صنایع آنچه اهمیت دارد خلاقیت فرد است تا با این اقسام و قوه تخیل خود زیباترین محصولات را تهییه و تولید کند. نتایج عینی و مشاهدات میدانی نگارنده نشان می‌دهد که مردم این شهرستان می‌توانند انواع صدف و موجودات دریابی را جمع‌آوری کرده و طبق سلیقه خودشان، محصولات متنوع و جالب که مورد استقبال بویژه گردشگران خارجی قرار می‌گیرد را تهییه کنند. لوستر، پرده، مجسمه، انواع قاب و تابلوهای هنری و زیورآلات، صنایع خلاق و بسیار ارزشمندی هستند که توسط مردم محلی این منطقه مورد توجه قرار می‌گیرد. در قالب مناطق دنیا با توجه به مطالعات صورت گرفته، این محصولات با استقبال بسیار گسترده گردشگران مواجه می‌شود و افراد زیادی با بازارهای بومی این مناطق، شیفتنه محصولات خاص و دست‌ساز شده و برای داشتن یادگاری از این شهرها، به خرید کردن محصولات صنایع دستی می‌پردازند. متأسفانه به نظر می‌رسد که محصولات این منطقه از استان گلستان، به دلیل مشکلات متعدد، به خوبی شناخته نشده و توسط مردم مورد حمایت قرار نگرفته‌اند که زمینه‌ساز فرصت‌سوزی و البته توسعه فقر در میان ساکنین این مناطق شده است.

بخش دیگری از بحث و بررسی این مقاله نشان می‌دهد که مرآوه‌تپه، گند و کلاله به ترتیب با اسکان ۶۶ و ۵ درصد از عشایر استان، دارای جلوه‌های طبیعی و انسانی (زبان، موسیقی، غذاهای محلی، پوشاسک، ترانه، صنایع دستی، رقص و لباس‌های محلی به همراه آیین‌هایی مانند جشن‌های محلی و عروسی) خاص خود می‌باشند که می‌تواند گردشگران داخلی و خارجی از طریق دیدن و تجربه زندگی عشایری در دنیای مُدرن امروز، به عنوان یکی از جاذبه‌های خاص و چشمگیر در توسعه گردشگری خلاق برای درک این تجربه به‌سوی خود فرا خواند. ولی متأسفانه علی‌رغم وجود چنین پتانسیل‌هایی در این شهرستان‌ها، از نظر بعد محیط خلاق وضعیت کاملاً نامطلوب را به خود اختصاص داده‌اند. نتایج حاصل از یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد که گردشگران بسیاری در سراسر جهان علاقه‌مند خواهیدن در سیاه‌چادرهای عشایر هستند تا چند روزی را در کنار آنان نظاره‌گر فعالیت‌هایی چون دوشیدن شیر، پشم‌چینی، قالی‌بافی و بسیاری کارهای دیگر باشند. حضور نگارنده در میان این جمع بویژه آداب و رسوم ترکمن‌های استان نشان می‌دهد که آینه‌ها، جشن‌ها، بازی‌های محلی (رقص چوب)، سرودها، نغمه و آهنگ و موسیقی‌های ویژه (عاشقی‌ها)، ادبیات فولکلوریک، مراسم ویژه عشایری مانند اسب‌سواری و ... همگی، ظرفیت‌های مؤثری از توسعه گردشگری و خلاقیت در این عرصه است که همراه با اخلاق، ارزش‌ها و باورهای ایرانی غنی نشأت گرفته از طبیعت، جاذبه‌های فرهنگی عشایر ایلات را در خود جای داده است که هر شهرنشین خسته از کالبد و روح و جسم آزاردهنده شهری را تسکین و جلا می‌دهد که با علم به آثار و نتایج بسیار مهم توسعه این عنصر از گردشگری خلاق، متأسفانه وضعیت موجود مناطق گردشگری خلاق استان گلستان، ظرفیت‌سوزی آشکاری در ارتباط با این مهم صورت پذیرفته است.

بررسی متغیرهای دیگر مورد بررسی در بعد محیط خلاق برپایی بازار هفتگی حاکی از آن است که، با وجود ۳۱ شهر در استان، تنها ۱۵ بازار در شهرهای استان دایر است. فقدان مرکز خرید مدنی دارای جذابیت گردشگری در نواحی شهری بخصوص در شهر گرگان و حتی شهر گند که دارای تراکم جمعیت بالاتری به نسبت دیگر نواحی استان هستند نشان‌دهنده فقدان دوسویه فرصت‌های موجود در میان شهروندان گلستانی و گردشگران ورودی به استان است. آنچه هم تحت عنوان بازارچه‌های مرزی (همچون اینچه برون) یا ساحلی (همچون بندرگز و بندرترکمن) نامیده می‌شود، عملکرد آنها بشدت محلی است. در بعد فرآیند خلاق، آزادشهر با برگزاری کارگاه و



کلاس‌های آموزشی هنری و فرهنگی، جشنواره برداشت زعفران، جشنواره غذا و ...، رامیان با برگزاری نمایشگاه‌های فرهنگی هنری و جشنواره‌های مختلف از قبیل توت‌فرنگی، محصولات دامی و لبنی و ... و علی‌آباد نیز با برگزاری کارگاه و کلاس‌های آموزشی هنری و فرهنگی از قبیل موسیقی کتوالی و صنایع دستی و جشنواره فرهنگ و آداب و غذاهای سنتی و ...، نسبت به سایر شهرستان‌ها موفق‌تر عمل کردند و وضعیت کاملاً مطلوب از لحاظ این بُعد داشته‌اند. بررسی یافته‌ها حاکی از آن می‌باشد که گمیشان و مراوه‌تپه به عنوان دو شهرستان واقع در ترکمن‌صحراء علی‌رغم وجود قابلیت‌های مختلف از قبیل برگزاری جشنواره‌های مختلف نظیر پسته و حشی، آفتاب‌گردان، ماهی و نتوانسته‌اند مانند سایر ابعاد خلاقیت موفق عمل کند. همچنین در بُعد قالی‌بافی و پرورش اسب که از دیگر مظاہر گردشگری ترکمن‌صحراء به شمار می‌روند، مشخص گردید که اسب‌های ترکمن‌صحراء بسیار اصیل و دارای نژادی برتر می‌باشند که مشابه با برخی از کشورهای اروپایی می‌توانند در عنوان قطب توسعه و فروش اسب‌های اصیل و زیبا معرفی و در کنار مواردی همچون توسعه زیرساخت‌های مسابقات اسب دوانی، مناطق گردشگری اسب‌سواری و حرکات نمایشی اسب، مورد توجه گردشگران قرار گیرد و به این شکل زمینه‌های توسعه این مهم در منطقه ترکمن‌صحراء را بوجود آورد. در نهایت و در بُعد طبقهٔ خلاق، نتایج بحث و بررسی در این حوزه مشخص نمود که وضعیت طبقهٔ خلاق به مراد مطلوب‌تر از سایر ابعاد عملگرایان گردشگری خلاق می‌باشد بطوریکه ترکمن، کردکوی، کلاله و مینودشت از لحاظ طبقهٔ خلاق وضعیتی بهتر از سایر ابعاد خلاقیت داشته‌اند. در میان شهرستان‌های مورد بررسی گنبد دارای وضعیتی با مطلوبیت متوسط می‌باشد که این نتایج تا حدودی به بهره‌برداری مطلوب این شهرستان‌ها از صنایع و محصول خلاق در این مناطق برمی‌گردد. بطوریکه از ۱۰ اثر صنایع دستی گلستان که دارای مهر اصالت بین‌المللی هستند زیورآلات ترکمن، نمدمالی ترکمن و سه مورد رودوزی سنتی در گنبدکاووس، تراش سنگ، چاپ سنتی و سه مورد جاجیم‌بافی در شهرستان گرگان می‌باشد و همچنین وجود روستاهای ملی صنایع دستی و مراکز تخصصی و خلاق صنایع دستی در این شهرستان‌ها در ارتقای مهارت و مطلوبیت طبقهٔ خلاق این شهرستان‌ها بدون تأثیر نبوده است. این در حالی است که سایر شهرستان‌ها نتوانسته‌اند از پتانسیل‌های موجود در منطقه بهره‌گیری کنند که خود حاکی از این واقعیت می‌باشد که مؤلفه‌های محصول خلاق در شهرستان‌های استان گلستان به لحاظ برخورداری از عملگرایان بُعد محصول خلاق در گردشگری، در وضعیت بحرانی و به صورت دارای کمترین مطلوبیت هستند.

نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف تحلیل پراکنش فضایی برخورداری از ابعاد عملگرایان گردشگری خلاق در شهرستان‌های استان گلستان بوده است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که از نظر بُعد محیط به جز شهرستان‌های گرگان و گنبد مابقی شهرستان‌ها نسبت به هم در وضعیت مناسبی قرار ندارند این در حالی است که نژادابراهیمی و همکاران (۱۴۰۰)، باغبانی (۱۳۹۵) و ریاطی انارکی (۱۳۹۵) در نتایج یافته‌های خود بر این نکته تأکید دارند که محیط‌های حمایتی و خلاق، با استفاده از تمایز بومی و محلی خود امکان پرورش افراد خلاق را فراهم می‌کنند و منجر به ایجاد تجربه منحصر به فرد گردشگر در مقصد می‌شود که محصول اصلی گردشگری خلاق است. این در حالی است که شهرستان‌های مراوه‌تپه و گمیشان علی‌رغم پتانسیل‌های غنی محیطی نتوانسته بهره‌گیری از این مقدار خلاق را ایجاد نمودند و به همین دلیل از لحاظ این بُعد در رتبه آخر قرار گرفتند. همچنین طبق نتیجه تحقیقات Fahmi et al (۲۰۱۶)، محمدی و میرتقیان (۱۳۹۵) و زنگنه شهرکی و همکاران (۱۳۹۵) در صنعت گردشگری، طبقهٔ خلاق با استفاده از تفکر خلاق خود منجر به ایجاد محصول، خدمات و ایده‌های ارزشمند و جدیدی می‌شود که بر فرآیند خلاق تأثیر مثبتی می‌گذارد و همچنین ریاطی انارکی (۱۳۹۵) و قبری و همکاران (۱۴۰۰) بر این نکته تأکید داشته‌اند که طبقهٔ خلاق بر اساس استعداد، مهارت‌ها و نگرش خود چه در میان میزبانان محلی و چه در میان گردشگران خلاق بر درخشش و جذابیت مقصد خواهد افزود و تأثیر معناداری بر تحقق گردشگری خلاق دارند. بررسی بُعد طبقهٔ خلاق در پژوهش حاضر حاکی از آن است که وجود این طبقه در شهرستان‌ها و فعالیتشان زمینه فرایند خلاق از جمله برگزاری کارگاه و کلاس‌های آموزشی، جشنواره بومی و محلی، برنامه‌های فرهنگی و ... می‌توانند در معرفی شهرستان‌ها و شاخص کردن آنها، موفق‌تر عمل کنند. طبق یافته‌های بسته‌نگار (۱۳۹۵)، محمدی و همکاران (۱۳۹۵) توسعه گردشگری خلاق در مقصد مستلزم بسط صنایع خلاق می‌باشد که حس همبستگی اجتماعی را در میان ساکنان و مردم محلی تقویت می‌کنند و منجر به تعریف هویت منحصر به فرد برای مقصد، در ذهن ساکنان و گردشگران می‌شود. نتایج تحقیق با این یافته‌ها همسو است بطوریکه شهرستان گرگان با



بالاترین رتبه از لحاظ مطلوبیت صنایع خلاق، طبق استناد موجود در سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در سال ۱۳۹۹ تزدیک به ۴۰ درصد (۳۹/۸۹) از گردشگران استان را جذب کرده است. به طور کلی رتبه بندی شهرستان ها از حیث برخورداری از ابعاد، مؤلفه ها و شاخص های عملگرایی خلاق حاکی از آن است که اختلاف زیادی بین شهرستان های استان وجود دارد و با وجود ظرفیت های بالقوه توسعه گردشگری خلاق، بهره گیری از این پارامترها در سطح استان یکسان نبوده و هنوز با آرمان های این مهم همسو با شرایط موجود جوامع توسعه یافته فاصله بسیار زیادی دارد. پر واضح است چنین وضعیتی ناشی از تمرکز توجه ها به شهر نخست و مرکز استان می باشد بطوریکه طبق پژوهشی که توسط تقوایی و همکاران (۱۳۹۸) صورت پذیرفت نابرایری جغرافیایی در نظام شهری و خدماتی استان، توزیع نامتناسب جمعیت، امکانات زیرساختی و فعالیت ها و گرایش به سمت قطبی شدن از عوامل مدیریتی دخیل در این عدم تعادل های منطقه ای است. دغدغه اصلی این نوشتار، شناخت، توجه، توصیه، برنامه ریزی و توسعه این مهم به عنوان یکی از مجراهای مهم اقتصاد پایدار در جهان است. نتایج این مطالعه همچنین همسو با یافته های تان و همکاران (۲۰۱۳)، به خوبی نشان می دهد که گردشگر در نتیجه تعاملات بیرونی و حس درونی خود، الزامات مربوط به گردشگری و توسعه خلاقیت در آن را به شکوفایی می رساند. از سوی دیگر برخلاف نتایج یافته های تان و همکاران در سال ۲۰۱۴ که تجربه خلاق را از طریق بازتاب درونی شامل «آگاهی»، «نیازهای / انگیزه» و «خلاقیت» قلمداد می نماید، به نظر می رسد در محدوده مورد پژوهش این مقاله، اساسا از محیط صاتع می شود و انگیزه های درونی ایجاد گردشگری خلاق چندان مهمی بروز نمی باشد.

نتایج بررسی این مطالعه در قیاس با مطالعات لی و لی (۲۰۱۵) که پشتیبانی از کسب و کار بیشتر را به عنوان مهم ترین سیاست در توسعه گردشگری خلاق می داند، نشان می دهد که در منطقه مورد مطالعه این مقاله، بویژه با توجه به شیوع کرونا ویروس، این مهم مورد توجه نیست. به بیانی دیگر در استان گلستان برنامه ریزی چندان قوی برای پشتیبانی ساختاری و شبکه ای از گردشگری خلاق صورت نمی پذیرد که توسعه کسب و کارهای مرتبط با گردشگری خلاق نیز در همین راستا می باشد.

همچنین نتایج این مطالعه در قیاس با مطالعات لی و همکاران (۲۰۱۵) و کیانگ لی و کووایس (۲۰۲۱) که اولی به منابع خلاق ملموس و دیگری بر منابع خلاق ناملموس در بهبود وضعیت گردشگری خلاق اشاره دارند، نشان از این مهم می دهد که در منطقه استان گلستان با وجود تنوع غذایی و موسیقی خاص محلی (ترکمن و کتوی)، به علت ضعف در تبلیغات و اطلاع رسانی، همچنین کم توجهی به پتانسیل های قابل توجه این مهم در استان، متأثر از رویکرد ذهنی و سنتی غیر کاربردی موجود، همچنان در وضعیت نامناسبی قرار دارد. در مجموع، یافته های این مقاله با علم به وجود برخی تشابهات و تفاوت های موجود با نتایج مطالعات صورت گرفته خارجی و داخلی و با توجه به موارد اظهار شده در فوق از مهم ترین پیشنهادات جهت بهره گیری از پتانسیل های موجود در منطقه با تأکید بر عملگرایی گردشگری خلاق در استان گلستان می توان اشاره کرد به:

پیشنهادات:

- توسعه گردشگری صحراء، با تأکید بر فرهنگ و زندگی ترکمنی و زندگی ایلیاتی (عشایر ترکمن و کرد) در مناطق مراوه تپه، گند، کلاله
- توسعه گردشگری ورزشی و ماجراجویانه (کویر نورده، سوار کاری و آفرود) در منطقه ترکمن صحراء
- توسعه بوم گردی ترکمنی (همزیستی) و برگزاری دوره های آموزشی طبخ غذاهای محلی ترکمن برای گردشگران در منطقه ترکمن صحراء
- توسعه تولید پوشاسک ترکمنی (تولید لباس و روسری، زیور آلات و ...) در منطقه ترکمن صحراء
- توسعه تولید صنایع دستی ترکمن مانند قالی بافی، سوزن دوزی و ایجاد محصولاتی با کاربردهای مناسب با زندگی مدرن به عنوان نمونه تزیین کروات، کوسن، روتختی و رومیزی در منطقه ترکمن صحراء
- تأسیس و توسعه باغ ها و موزه های گیاهان دارویی و همچنین ایجاد تورهایی جهت بازدید از رویشگاه های طبیعی و خدادادی گیاهان دارویی در منطقه مراوه تپه
- توسعه بوم گردی روس تایی (مکمل کشاورزی و دامپروری از قبیل تولید محصولات لبنی، عسل و انواع نان) در مناطق بندرگز، کردکوی، گرگان، علی آباد، رامیان، آزادشهر، مینودشت، گالیکش



- توسعه گردشگری ورزشی با تأکید بر خلاقیت (ورزش‌های هواپی و رادیو کنترل) در مناطق گرگان، کردکوی، علیآباد، مینودشت، رامیان
- ایجاد مراکز بین‌راهی استراحت چند ساعته و برنامه‌ریزی جهت هدایت گردشگر عبوری به مراکز بوم‌گردی شمالی و جنوبی در مناطق گرگان، کردکوی، بندرگز، علیآباد، مینودشت، رامیان، گالیکش
- ایجاد و توسعه تورهای طبیعت‌گردی و جنگلی با تأکید بر آشنایی با زندگی روستاهای بیلاقی و حفظ محیط‌زیست در مناطق گرگان، کردکوی، بندرگز، علیآباد، مینودشت، رامیان، گالیکش، آزادشهر
- توسعه گردشگری ورزشی (دریایی) و فستیوال‌های فصلی دریایی و توسعه صنایع دستی دریایی در مناطق گمیشان، بندرگز، بندرترکمن
- ساماندهی مراکز اقامتی شهری و روستایی و ایجاد خانه‌های بوم‌گردی در مناطق گمیشان، بندرگز، بندرترکمن



منابع

- ابریشمی، حمید؛ بیدرام، رسول؛ ماجد، وحید و بخشایش، الهام (۱۳۹۸). امکان سنجی توسعه پایدار روستایی از طریق توسعه صنایع خلاق: نمونه موردی صنایع دستی روستاهای منتخب استان اصفهان، *فصلنامه روستا و توسعه*، سال ۲۲ (۸۸): ۵۱-۶۹.
- استعلامی، علیرضا و خوش نیت بیانی، محمد (۱۳۹۱). شناخت توانمندی های گردشگری و ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری از دیدگاه جغرافیای کاربردی (مطالعه موردی، شهر ری)، *فصلنامه انتجمن جغرافیای ایران*، سال دهم (۳۴): ۲۷۵-۲۵۱.
- بابایی همتی، روشن؛ ارض پیما، سیامک و شاهی، نگین (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر انتخاب شهر رشت به عنوان مقصد گردشگری خوارک در شبکه شهرهای خلاق یونسکو، *دو فصلنامه تخصصی جستارهای اجتماعی*، ۱(۲): ۶۷-۴۱.
- باغانی، عاطفه. ارزیابی گردشگری خلاق از نگاه گردشگران و تأثیر آن بر رضایت از سفر (مورد مطالعه: شهر اصفهان)، *پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی - برنامه ریزی و توسعه جهانگردی، دانشکده مدیریت، دانشگاه شیخ بهایی*، (شهریور ۱۳۹۵).
- بسته نگار، مهرنوosh (۱۳۹۵). نماد رنگ در برنز گردشگری خلاق شهرهای ایران، *فصلنامه هنر و تمدن شرق*، سال چهارم (۱۱)، ۲۸-۲۱.
- بیکدلی، اعظم. ارزیابی و امکان سنجی توسعه گردشگری شهری با رویکرد گردشگری خلاق (مطالعه موردی: شهر زنجان)، *پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان*، (زمستان ۱۳۹۴).
- پناهی، علی و ستاری، علیرضا (۱۳۹۶). تحلیلی بر پتانسیل های اقلیم گردشگری در شهرهای دامنه سبلان، *فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی*، سال ۲۱ (۶۲): ۷۷-۶۱.
- تقوایی، مسعود؛ شفقی، سیروس و قادری، محمدرضا (۱۳۹۸). شناسایی عوامل کلیدی مؤثر در ایجاد نابرابری های منطقه ای استان گلستان، *مجله آمایش جغرافیایی فضای سال نهم* (۳۱): ۱۴۰-۱۲۵.
- حبیبی، آرش (۱۳۹۹). آموزش روش ایداس، قابل دسترس در سایت: <https://parsmodir.com/mcdm/edas.php>.
- حجازی، میراسدالله و فرمائی منصور، ستاره (۱۳۹۶). ارزیابی توانمندی ژئوتوریسمی ژئومورفوسایت های روستایی ورکانه به روش پری پری، *فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی*، سال ۲۱ (۵۹): ۲۱-۴۱.
- رباطی انارکی، عاطفه. برنامه ریزی راهبردی گردشگری خلاق (نمونه موردی: شهر نایین)، *پایان نامه کارشناسی ارشد رشته برنامه ریزی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اصفهان*، (بهمن ۱۳۹۵).
- رحیمی، محمد و پازند، فاطمه (۱۳۹۵). الگوی گردشگری خلاق شهری در ایران با استفاده از مدل تحلیلی سلسله مراتبی، *فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، دوره ۶ (۳): ۱۲۴-۹۷.
- زنگنه شهرکی، سعید؛ فتوحی مهریانی، باقر؛ پوراکرمی، محمد و سلیمانزاده، محمدرضا (۱۳۹۵). تحلیل قابلیت ها و جایگاه شهر تهران از نظر تحقق مفهوم شهر خلاق در مقایسه با سایر شهرهای دنیا، *مجله جغرافیا و توسعه فضای شهری*، سال ۲ (۳): ۸۵-۶۹.
- سالنامه آماری استان گلستان سال ۱۳۹۸، سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان گلستان، معاونت آمار و اطلاعات (۱۳۹۹)، قابل دسترس در سایت: <https://amar.golestanmporg.ir/salnameh2.html>.
- سقابی، مهدی (۱۳۹۸). طرح طراحی و ارائه مدل کاربردی بخش گردشگری مبتنی بر آمایش سرزمین در عرصه سرزمینی استان گلستان، *کارفرما اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گلستان*.
- سیف، علی اکبر (۱۳۸۹). *روانشناسی پژوهشی نوین، روانشناسی یادگیری و آموزش*. چاپ اول، تهران: نشر دوران.
- شاهکوبی، اسماعیل (۱۳۹۰). بررسی نقش اقلیم در برنامه ریزی گردشگری استان گلستان، سپهر نشریه سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، دوره ۲۰ (۷۹): ۵۷-۵۲.
- شفیعی، زاهد؛ فرخیان، فیروزه و میرقدار، لیلا (۱۳۹۳). اصفهان به عنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری، *فصلنامه جغرافیا*، سال ۱۲ (۴۳): ۲۷۸-۲۵۸.
- شمس الدینی، علی؛ حاضری، صفیه؛ زینلی، بهرام و آربونی، زهرا (۱۳۹۶). سنجش میزان رضایتمندی گردشگران از محصول توریسم با استفاده از مدل HOLSAT (مطالعه موردی: روستای کندوان)، *فصلنامه مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی*، دوره ۱۲ (۳): ۶۷۹-۶۷۶.

- صدرموسوی، میرستار و کهنموقی، جواد (۱۳۸۶). ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، پژوهش‌های جغرافیایی، دوره ۳۹ (۶۱): ۱۲۹-۱۴۳.
- قنبری، یوسف؛ رحیمی، راضیه و برقی، حمید (۱۴۰۰). مدل میزبانی روستاییان در گردشگری خلاق: رostaهای هدف گردشگری استان اصفهان، فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی، سال ۷۵ (۲۵): ۲۰۵-۱۹۳.
- متولی‌الحق، عاطفه. شناسایی ظرفیت‌های توسعه گردشگری خلاق در مقصد شهری یزد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی - گرایش برنامه‌ریزی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، (شهریور ۱۳۹۴).
- محمدی، علی؛ محرز، معصومه و باباخانی فرد، محمدصادق (۱۳۹۵). ارائه چارچوبی برای ارزیابی محصولات گردشگری خلاق با استفاده از کارت امتیازی متوازن، فصلنامه علمی -پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ۵ (۶): ۴۲-۲۳.
- محمدی، مصطفی و میرتقیان روتسی، سید محمد (۱۳۹۵). مدل سازی محصول خلاق گردشگری: بسط مدل ۴ پی (افراد، فرآیند، مکان و محصول)، فصلنامه علمی -پژوهشی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۵ (۱۸): ۲۰۱-۱۷۹.
- مختاری ملک‌آبادی، رضا؛ مرصوصی، نفیسه؛ علی‌اکبری، اسماعیل و امینی، داوود (۱۳۹۴). تبیین معیارهای بومی‌سازی شاخص‌های مکانی فضای شهر خلاق با رویکرد ایرانی- اسلامی، فصلنامه مطالعات شهر/ ایرانی اسلامی، دوره ۶ (۲۲)، ۳۹-۲۳.
- نژادابراهیمی، احد؛ حیدری، محمد جواد و کی‌نژاد، محمد علی (۱۴۰۰). رتبه‌بندی مناطق شهر زنجان با استفاده از شاخص‌های بومی‌سازی شده‌ی شهر خلاق، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۱۳ (۳): ۱۰۸-۸۷.
- نصرالله‌ی، مهدی؛ فتحی، محمد و فقیه، رضا (۱۳۹۷). طراحی مدلی برای ارزیابی کانال‌های بازاریابی مبتنی بر روش‌های بهترین و بدترین فازی و EDAS فازی، فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره ۱۰ (۳): ۷۱۲-۶۹۵.
- نظم فر، حسن و علی‌بخشی، آرش (۱۳۹۵). سنجش نابرابری فضایی توسعه‌یافته‌ی شهرستان‌های استان خوزستان با تأکید بر توسعه پایدار، مجله آمایش جغرافیایی فضایی، سال ۶ (۲۲): ۲۴-۱.

- Batey, M., & Furnham, A. (2006), Creativity, Intelligence and Personality: A critical review of the scattered literature, *Journal of Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 132(4), 355-429.
- Fahmi, F.Z., Koster, S., & Dijk, J.V. (2016). The location of creative industries in a developing country: The case of Indonesia, *Cities*, 59, 66-79.
- Florida,R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. Basic Books. New York: NY.
- Florida,R. (2008). *Who's your city? How the Creative Economy is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life*. Publisher Basic Books, Random House.
- Florida, R. (2004). Regional Creative Destruction: Production Organization, Globalization, and the Economic Transformation of the Midwest, *Economic Geography*, 72(3), 314-334.
- Florida, R. (2005). Cities and creative class, *CITY & COMMUNITY*, 2(1), 3-19.
- Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J., & Carrillo-Hidalgo, I. (2019). Introducing olive-oil tourism as a special interest tourism, *heliyon Journal*, 5(12), 25 -32 .
- Galton, F. (1869). *Hereditary Genius: An Inquiry into its Laws and Consequences* London: Macmillan/ Fontana.
- Ince Keller,Irem ., & Velibeyoglu, K. (2012). The rise and fall of the rural creative class: The case of Alaçatı, *City, Culture and Society*, Volume 24, 1-9.
- Keshavarz Ghorabae, M., Zavadskas, E.K., Olfat, L., & Turskis, Z. (2015). Multi-Criteria Inventory Classification Using a New Method of Evaluation Based on Distance from Average, Solution (EDAS), *Informatica*, 26(3), 435-451.
- Lee, A.H.J., Wall, G., & Kovacs, J.F. (2015). Creative food clusters and rural development through place branding: Culinary tourism initiatives in Stratford and Muskoka, Ontario, Canada. *Journal of Rural Studies*, 39, 133-144.
- Lee, J., & Lee, H. (2015). Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP, *Procedia Computer Science*, 55, 479 – 484.



- Li, J.(2020). Culture and tourism-led peri-urban transformation in China – The case of Shanghai, *Cities*, Volume 99, 147- 154.
- Lee, Anne H.J., Wall, Geoffrey., & Kovacs, Jason F. (2015). Creative food clusters and rural development through place branding: Culinary tourism initiatives in Stratford and Muskoka, Ontario, Canada. *Journal of Rural Studies*, 39, 133-144.
- Lee, Jongwon., & Lee, Heeseok. (2015). Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP, *Procedia Computer Science*, 55, 479 – 484.
- Prahalad, C.K., & Ramaswamy, V. (2004). The Future of Competition: Co- creating unique value with Customers, Boston. MA: Harvard Busines School Press.
- Qiang Li, P., & Kovacs, J.F. (2021a), Creative tourism and creative spectacles in China, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 34-43.
- Qiang Li, P., & Kovacs, J.F. (2021b). Creative tourism and creative space in China, *Leisure Studies*, <https://doi.org/10.1080/02614367.2021.1948596>, 1-18.
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism, *Annals of Tourism Research*, Volume 85, 54-61.
- Richards,G., Munster,W. (2011). cultural tourism research methods,wallingford,UK,CABI international.
- Remoaldo, P., Serra, J., Marujo, ^bN., Alves, J. , Gonçalves, A., Cabeça, S., & Duxbury, N. (2020). Profiling the participants in creative tourism activities: Case studies from small and medium sized cities and rural areas from Continental Portugal, *Tourism Management Perspectives*, Volume 36, 2-9.
- Richards, G.(2011). Creativity and tourism: The State, of the Art, *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253
- Rogerson, C.M., & Visser, G. (2004). Tourism and Development Issues in Contemporary South Africa.Africa Institude of Sout Africa.
- Romao, J. (2020). Tourism, smart specialisation, growth, and resilience, *Annals of Tourism Research*, Volume 84, 84- 94.
- Rossa, David(2019), Participative co-creation of archaeological heritage: Case insights on creative tourism in Alentejo, Portugal, *Annals of Tourism Research*, www.sciencedirect.com,Volume 79, November 2019, 102790.
- Sarantou, M., Kugapi, O., & Huhamarniemi, M. (2021). Context mapping for creative tourism, *Annals of Tourism Research*, Volume 86, 302-313.
- Tan, S-K., Kung, Sh-F., & Luh, D-B.(2013). A MODEL OF ‘CREATIVE EXPERIENCE’ IN CREATIVE TOURISM, *Annals of Tourism Research*, Volume 41, 153-174 .
- Tan, S.K., Luh, D-B., & Kung, Sh-F.(2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism, *Tourism Management*, Volume 42, 248-259 .
- Tan, S-K., Tan, S-H., Luh, D-B., & Kung, Sh-F. (2015). Understanding tourist perspectives in creative tourism, *Current Issues in Tourism*, 981-987, <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1008427>.
- Thi Phi, G., & Balslev Clausen, H. (2020). Fostering innovation competencies in tourism higher education via design-based and value-based learning, *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 116-124
- UNWTO(2007). Tourism Highlights 2007 Edition, Available in "www.unwto.com".