

Spatial distribution analysis of the dimensions of creative tourism operators (Case study of Golestan townships)

- Masoomeh Mahdian Bahnamiry ¹
- M. Taghvaei ²

¹ Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Geographical Sciences, University of Isfahan

² Professor of Geography and Urban Planning, University of Esfahan

Introduction

Today, due to the historical processes, interests, education and needs of society, the fields of tourism have also changed. The fact is that many countries in their new tourism planning, creativity has become a strategy in the construction of places, so it is important knowing the importance of the fact that development based on creativity and creative tourism, various negative factors of tourism development Reduces, as the creative living industry has received a lot of attention in these countries. In the category of creative tourism, creative tourism development strategies must be sensitive to the issue of local capacities. Because the mental image of the residents of that place is important for understanding the goals and behavioral attitudes and supporting the development of tourism. Despite the growth of tourism in the world and the slow and slow growth of tourism in Iran, tourism in Golestan province has not yet reached its true position due to the existing potential and actual capabilities. Although Golestan province is considered as the "tourist bottleneck" of the east of the country based on its geographical location and is a gateway to incoming tourists from the eastern provinces of the country, but so far has only played a "crossing" role and has not benefited from such a geographical location in the "geopolitics of domestic tourism", in this regard, the present article explains and analyzes the spatial distribution of creative tourism pragmatists in tourism areas of the townships of Golestan province.

Data and Method

The aim of this study was development research in terms of descriptive-analytical nature and based on survey and field method. The method of collecting the required data was based on library, documentary and field survey methods by referring to the relevant organizations. 27 sub-indexes (in the form of 232 variables) were used to evaluate the spatial distribution of creative tourism operators and practitioners of creative tourism, which has four dimensions of creative environment, creative process, creative product and creative class. In order to compare the studied cities in terms of spatial distribution status of creative tourism operators, first the weight and importance of all dimensions and sub-indices were obtained through a critical model. Then, 14 sample townships were compared with each other and ranked using EDAS multi-criteria decision making method based on the status of creative tourism operators.

Results and Discussion

Despite some attention and positive results of the conceptual and operational development of creative tourism in the country, so far, due to the rich local capacities in all areas of music, food, local games, dance, singing and local rituals, there is still a great distance to the realization of creative tourism aspirations in the country, Meanwhile Golestan province is no exception to this rule due to its abundant talents and capabilities. The objective and tangible result of these facts can be easily seen in the product of this study;

The result of evaluating the four dimensions of creative environment, creative process, creative industries (product) and creative class in the spatial distribution of creative tourism creative operators in Golestan province, where there are many potential capacities for the development of creative tourism, whose analytical output shows in the townships of the province, in terms of environment, out of 14 townships in the province, 7 townships are in a completely unfavorable situation. However Maraveh Tappeh township with the highest percentage of rural population (85.8%) has been identified as a natural habitat for car trees and rare medicinal plants. It is obvious that the study and planning of the development and consolidation of this one case (medicinal plants), itself will have a dramatic effect on economic development in the first step and the development of creative tourism in the region. The results of this study show that Gomishan township with two golf courses and an international wetland as well as the only township with marine handicraft production are among these townships. Certainly, in the production of these industries, what is important is the creativity of the individual to prepare and produce the most beautiful products with these objects and her imagination.

In the creative process dimension, Azadshahr, Ramyan and Aliabad have been more successful than other townships by holding workshops, art and cultural training classes, and various festivals, and have been in a completely favorable position in terms of this dimension. In the creative class dimension, the situation is far more favorable than other dimensions of creative tourism practitioners, so that Turkmen, Kordkoy, Kalaleh and Minoodasht have a better situation in terms of creative class than other dimensions of creativity. This situation is partly due to the optimal use of industries and creative products in these areas, while other cities have not been able to take full advantage of the potential in the region. As it is evident in the findings, Gorgan township is in a very favorable situation in other cases except for one case (creative process). It is obvious that such a situation is due to the concentration of attention on the first city and the center of the province so that geographical inequality in the urban and service system of the province, disproportionate distribution of population, infrastructure facilities and activities and the tendency to polarization are among the management factors involved in these regional imbalances.

Conclusion

In summary, the results of this study show that creative tourism operators in the townships of Golestan province are not in a good position. In explaining this issue, according to the objective studies conducted from the results of studies, observations and interviews, the spatial distribution of the dimensions of creative tourism operators in the five townships of Maraveh Tappeh, Gomishan, Galikesh, Kordkoy and BandarGaz, has completely unfavorable conditions, while six townships of Minoodasht, Azadshahr, Aq Qala, Turkmen, Kalaleh and Ramyan have relatively unfavorable conditions in terms of having the dimensions of creative tourism operators. However, only Aliabad and Gonbad townships are in a state of moderate desirability, and ultimately Gorgan is the capital of the province, which is in a very favorable situation in terms of having the

dimensions of creative tourism operators. The results of this study show that this province, despite the potential capacities for the development of creative tourism, is still far from the ideals of this important issue in line with the existing conditions of developed societies, which is the main concern of this paper, recognition, attention, recommendation, planning and development of this important issue as one of the most important channels of sustainable economy in the world.

Key Words: creative tourism, creative environment, creative process, creative industries & product, creative class

References:

- ابریشمی، حمید؛ بیدرام، رسول؛ ماجد، وحید و بخشایش، الهام (1398). امکان‌سنجی توسعه پایدار روستایی از طریق توسعه صنایع خلاق: نمونه موردی صنایع دستی روستاهای منتخب استان اصفهان، فصلنامه روستا و توسعه، سال 22 (88): 51-69.
- استعلاجی، علیرضا و خوش‌نیت بیانی، محمد (1391). شناخت توانمندی‌های گردشگری و ارائه الگوهای بهینه، فصلنامه انجمن جغرافیای ایران، سال (توسعه گردشگری از دیدگاه جغرافیای کاربردی (مطالعه موردی، شهر ری، دهم (34): 251-275).
- بیابانی همتی، روشن؛ ارض پیمان، سیامک و شاهی، نگین (1394). عوامل مؤثر بر انتخاب شهر رشت به عنوان (2) مقصد گردشگری خوراک در شبکه شهرهای خلاق یونسکو، دو فصلنامه تخصصی جستارهای اجتماعی، 1: 67-41.
- مورد مطالعه: شهر (باغبانی، عاطفه. ارزیابی گردشگری خلاق از نگاه گردشگران و تأثیر آن بر رضایت از سفر اصفهان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی - برنامه‌ریزی و توسعه جهانگردی، دانشکده مدیریت، دانشگاه شیخ بهایی، (شهریور 1395).
- بسته نگار، مهرنوش (1395). نماد رنگ در برند گردشگری خلاق شهرهای ایران، فصلنامه هنر و تمدن شرق، سال چهارم (11)، 21-28.
- بیگدلی، اعظم. ارزیابی و امکان‌سنجی توسعه گردشگری شهری با رویکرد گردشگری خلاق (مطالعه موردی: شهر زنجان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، (زمستان 1394).
- پناهی، علی و ستاری، علیرضا (1396). تحلیلی بر پتانسیل‌های اقلیم گردشگری در شهرهای دامنه سبلان، فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی، سال 21 (62): 61-77.
- تقوایی، مسعود؛ شفقی، سیروس و قادری، محمدرضا (1398). شناسایی عوامل کلیدی مؤثر در ایجاد نابرابری‌های منطقه‌ای استان گلستان، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال نهم (31): 125-140.
- حبیبی، آرش (1399). آموزش روش ایداس، قابل دسترس در سایت <https://parsmodir.com/mcdm/edas.php>.
- حجازی، میراسدالله و فرمانی‌منصور، ستاره (1396). ارزیابی توانمندی ژئوتوریسمی ژئومورفوسایت‌های روستای ورکانه به روش پری‌پرا، فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی، سال 21 (59): 41-21.
- رباطی انارکی، عاطفه. برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری خلاق (نمونه موردی: شهر نایین)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته برنامه‌ریزی شهری، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اصفهان، (بهار 1395).
- رحیمی، محمد و پازند، فاطمه (1395)، الگوی گردشگری خلاق شهری در ایران با استفاده از مدل تحلیلی سلسله مراتبی، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره 6 (3): 97-124.
- تحلیل قابلیت‌ها (1395) زنکته شهرکی، سعید؛ فتوحی مهربانی، باقر؛ پوراکرمی، محمد و سلیمان‌زاده، محمدرضا و جایگاه شهر تهران از نظر تحقق مفهوم شهر خلاق در مقایسه با سایر شهرهای دنیا، مجله جغرافیا و توسعه فضای شهری، سال 3 (2): 69-85.
- سالنامه آماری استان گلستان سال 1398، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان گلستان، معاونت آمار و اطلاعات، قابل دسترس در سایت <https://amar.golestanmporg.ir/salnameh2.html>، (1399): 1399).

- سقایی، مهدی (1398). 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 چاپ اول، تهران: نشر دوران. روانشناسی پرورشی نوین، روانشناسی یادگیری و آموزش. (1389) سیف، علی اکبر .
- شاهکویی، اسماعیل (1390)، بررسی نقش اقلیم در برنامه ریزی گردشگری استان گلستان، سپهر نشریه سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، دوره 20(79): 52-57.
- شفیع، زاهد؛ فرخیان، فیروزه و میرقدر، لیلا (1393). اصفهان به عنوان شهر خلاق صنایع دستی با رویکرد توسعه گردشگری، فصلنامه جغرافیا، سال 12(43): 258-278.
- شمس الدینی، علی؛ حاضری، صفیه؛ زینلی، بهرام و آربونی، زهرا (1396). سنجش میزان رضایتمندی گردشگران ، فصلنامه مطالعات برنامه- (مطالعه موردی: روستای کندوان) HOLSAT از محصول توریسم با استفاده از مدل ریزی سکونتگاه های انسانی، دوره 12(3): 659-679.
- صدر موسوی، میرستار و کهنمویی، جواد (1386). ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دید گردشگران، پژوهش های جغرافیایی، دوره 39 (61): 143-129.
- قنبری، یوسف؛ رحیمی، راضیه و برقی، حمید (1400). مدل میزبانی روستاییان در گردشگری خلاق: روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی، سال 25(75): 193-205.
- متوسل الحق، عاطفه. شناسایی ظرفیت های توسعه گردشگری خلاق در مقصد شهری یزد، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی - گرایش برنامه ریزی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، (شهریور 1394).
- محمدی، علی؛ محرز، معصومه و باباخانی فرد، محمدصادق (1395). ارائه چارچوبی برای ارزیابی محصولات پژوهشی گردشگری و توسعه، سال 5 (6): -گردشگری خلاق با استفاده از کارت امتیازی متوازن، فصلنامه علمی 23-42.
- محمدی، مصطفی و میرتقیان رودسری، سید محمد (1395). مدل سازی محصول خلاق گردشگری: بسط مدل 4 پی پژوهشی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال 5 (18): 201- - (افراد، فرآیند، مکان و محصول)، فصلنامه علمی 179.
- تبیین معیارهای (1394) مختاری ملک آبادی، رضا؛ مرصوصی، نفیسه؛ علی اکبری، اسماعیل و امینی، داوود بومی سازی شاخص های مکانی فضای شهر خلاق با رویکرد ایرانی- اسلامی، فصلنامه مطالعات شهر ایرانی اسلامی، دوره 6 (22)، 23-39.
- نژاد ابراهیمی، احد؛ حیدری، محمد جواد و کی نژاد، محمد علی (1400). رتبه بندی مناطق شهر زنجان با استفاده از شاخص های بومی سازی شده ی شهر خلاق، فصلنامه نگرش های نو در جغرافیای انسانی، سال 13(3): 87-108.
- نصراللهی، مهدی؛ فتحی، محمد و فقیه، رضا (1397). طراحی مدلی برای ارزیابی کانال های بازاریابی مبتنی بر فازی، فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 10(3): 695-712 EDAS روش های بهترین و بدترین فازی و نظم فر، حسن و علی بخشی، آرش (1395). سنجش نابرابری فضایی توسعه یافتگی شهرستان های استان خوزستان با تأکید بر توسعه پایدار، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال 6(22): 1-24.
- 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, , & 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 ., & Velibeyoğlu, (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, (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, , & 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, (2020). Culture and tourism-led peri-urban transformation in China – The case of Shanghai, *Cities*, Volume 99, 147- 154.
- Lee, Anne H.J., Wall, , & 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 Business School Press.
- Qiang Li, P., & Kovacs, F. (2021a), Creative tourism and creative spectacles in China, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 34-43.
- Qiang Li, P., & Kovacs, F. (2021b). Creative tourism and creative space in China, *Leisure Studies*, <https://doi.org/10.1080/02614367.2021.1948596>, 1-18.
- Richards, (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, , 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, (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 Institute of Sout Africa.
- Romao, (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, , Kugapi, O., & Huhmarniemi, 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, , & 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.