

تحلیل پراکنش فضایی بر خورداری از ابعاد عملگرهای گردشگری خلاق (مورد مطالعه: استان گلستان)

معصومه مهدیان بهنمیری^۱

مسعود تقوایی^۲

چکیده

خواستگاه ادبیات و توسعه مضامین علمی و عملیاتی گردشگری خلاق، بیشتر از جنبه اقتصادی قابل بحث است که پیشران‌های کارکردی خود را در دل طراحان و مفسران ملل توسعه یافته می‌بیند. از این گذار، از گردشگری خلاق به عنوان شاهراه کلیدی دنیای آتی در بهره‌برداری محیطی و آینده‌پژوهی سرزمینی 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 کم‌رنگ مطالعات گردشگری خلاق در اقتصاد سرزمینی، به بررسی 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 عملگرهای 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، خوراک، مد و پوشاک، 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 کریتیک (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 مسأله

نقش و جایگاه گردشگری در دنیای اقتصادمحور 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 سرزمینی

^۱ گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه اصفهان

^۲ استاد دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول)

بدل گردد (Sarantou, 2021:11). یکی از مظاهر 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 یرس^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، علاقه‌مند 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 تلفیق رشد و توسعه گردشگری با برنامه‌ریزی ارتقا صنایع خلاق، شهرهای خلاق و طبقه خلاق است (Tan et al, 2013:153; Richards, 2011:1225). 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 گسترده‌ای 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 که توسعه مبتنی بر خلاقیت و گردشگری خلاق، عوامل مختلف منفی توسعه گردشگری را کاهش می‌دهد (Ince Keller ddd yyyyyyyuuu 00111)، با عنوان صنعت زندگی خلاق در این کشورها مورد توجه بسیار زیادی قرار گرفته است (Tan et al, 2013:153). مطالعات موردی از مناطقی همچون 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 (قنبری 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). به‌عنوان 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 صنایع‌دستی 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 گسترده‌ای 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 پایین‌ترین سطر کشورهای گردشگرپذیر قرار دارد (استلاجی و خوش‌نیت‌بیانی، ۱۳۹۱:۲۵۳). پرواضح است که شرایط امروز گردشگری، فراتر از هر دوران دیگری است که نتایج آن چیزی غیر از توسعه نخواهد بود (حجازی و فرمانی‌مصور، 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 گسترده ایران در توسعه اشتغال تناسب کافی ندارد.

¹ - Pearce

² - Butler

³ - Lapland (Finland)

⁴ - Namibia



افزایش سرمایه صندوق حمایت از کسب و کارهای کوچک و ایجاد فرا بورس از جمله این اقدامات است که البته نیازمند حمایت بیشتری می باشد.

در پایان این بخش باید اشاره شود که رویکرد کلی این مقاله، برنامه ریزی های اصولی و هدفمند و با بهره گیری از تجارب کارشناسان متخصص و متعهد توسعه گردشگری و معرفی فرهنگ اصیل و توجه به تمام توانمندی های استان در حوزه گردشگری، خلاق است.

جدول (۱): پیشینه تحقیق

نویسندگان	سال	موضوع	روش تحقیق	نتایج
Tan & et al	۲۰۱۳	ماهیت خلاقیت در گردشگری خلاق را از نظر یک گردشگر	مصاحبه / مشاهده / توزیع پرسشنامه	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.
Tan & et al	۲۰۱۴	مشخصات گردشگران خلاق و درک آنان از تجارب خلاق در مکان‌های گردشگری	مطالعه اسنادی / مشاهده / مصاحبه	یک تجربه خلاق، از طریق بازتاب درونی ساخته شده که نه تنها شامل «آگاهی»، «نیازهای / انگیزه» 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 مختلفی از گردشگران خلاق متفاوت باشد.
Li & Li	۲۰۱۵	بررسی مفهوم گردشگری خلاق و سیاست‌هایی جهت ترویج آن	پرسشنامه / مصاحبه / مشاهده	پشتیبانی از کسب و کار اغلب به‌عنوان مهم‌ترین سیاست به‌شمار 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.
Li & et al	۲۰۱۵	خوشه‌گذاری خلاق و توسعه روستایی از طریق برندسازی محل	پرسشنامه / مصاحبه / مشاهده	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.
Qiang Li & Kovacs(b)	۲۰۲۱	گردشگری خلاق و فضاهای خلاق در چین	پرسشنامه / مشاهده	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 کاردستی، اثر هنری یا غذای محلی مشارکت کنند، در مقابل منابع خلاق مانند هنرهای رسانه‌ای موسیقی و معماری، نقش تقویت همه‌جانبه فضای خلاق مقصد را ایفا می‌کنند.
شفیعی و همکاران	۱۳۹۳	بررسی پتانسیل‌های موجود در شهر اصفهان جهت پیوستن به شبکه‌ی شهرهای خلاق صنایع دستی یونسکو	کتابخانه‌ای / پرسشنامه	با توجه به توان‌های شهر اصفهان در حوزه‌ی صنایع خلاق به‌ویژه صنایع دستی، عضویت در شبکه‌ی شهرهای خلاق صنایع دستی یونسکو علاوه بر رونق بخشیدن به صنعت گردشگری، راه مؤثری برای رفع معضلات حوزه‌ی صنایع دستی شهر اصفهان نیز هست و در نهایت، منجر به افزایش کیفیت زندگی ساکنان شهر خواهد شد.
بابایی همتی و همکاران	۱۳۹۴	عوامل مؤثر بر انتخاب شهر رشت به عنوان مقصد گردشگری خوراک در شبکه شهرهای خلاق یونسکو	کتابخانه‌ای و اسنادی، روش میدانی و پیمایشی اکتشافی	متغیرهای «تجربه غذاهای گیلانی» و «مهمان‌نوازی 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.
بسته‌نگار	۱۳۹۶	بررسی نقش رنگ‌ها در برند گردشگری خلاق	کتابخانه‌ای	در تمدن و میراث ملموس و ناملموس ایرانیان، از دیرباز تاکنون، رنگ‌ها حامل بار معنایی و مفهومی عمیقی بوده و تنها جنبه تزئینی نداشته است و در آخر کاربرد یک نماد رنگین را در برند گردشگری شهرهای خلاق ایران ضروری دانسته است.
قنبری و همکاران	۱۴۰۰	مدل میزبانی روستاییان در گردشگری خلاق: روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان	روش میدانی و پیمایشی	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 پیش‌بینی‌کننده‌های خوبی برای تحقق میزبانی خلاق خواهند بود.

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 به‌عنوان بخش مهمی از فعالیت‌های صنعتی مولد، اقتصاد پویا و منحصربه‌فرد و نماد تعامل ملی و منطقه‌ای کشورهای مختلف را به خود اختصاص داده است (UNWTO¹, 2007: 11). این صنعت که دربردارنده تمام پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه‌کنندگان و فروشندگان 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 کهنمویی، ۱۳۸۶: ۱۲۹). وضعیتی که با مطالعه آن در کشورمان، متأسفانه به نتایج مطلوبی نمی‌رسیم. کشورمان با توجه به اتکای بیش‌ازحد 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 به‌عنوان 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 به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان پایگاهی مهم برای طراحی و ارائه تجربیات بین یک محصول موفق و بازتولید سریالی عرضه توده‌ای آن معرفی و مورد توجه قرار می‌گیرد. بحث‌های گسترده‌ای 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 فراگیر و مشخص شاید به دلیل چندبعدی بودن و غیرعینی بودن خلاقیت باشد (Florida, 2008: 51). خلاقیت، هرچند مفهومی مبهم است اما به‌طور سنتی به‌عنوان ویژگی فردی در نظر گرفته می‌شود که با ظهور نابغه ارتباط دارد اما با آن متفاوت است (Galto, 1869: 107). در واقع خلاقیت به‌کارگیری 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 گسترده می‌تواند به‌عنوان ظهور چیزی متعالی و مناسب از منظر یک شخص، گروه یا جامع تعریف شود.

نیجز و پترز^۲ (۲۰۰۲)، به جنبه‌های کلیدی خلاقیت به‌عنوان بخشی از فرآیند مفهوم توسعه اشاره می‌کنند که خلاقیت در مورد حل مسائل است؛ خلاقیت در مورد نوآوری است. یافتن راه‌حلهایی که دیگران هنوز پیدا نکردند؛ 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 فراگیر و مداوم است که به‌طور پیوسته زندگی روزمره را شکل می‌دهد مصرف‌کنندگان نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کنند؛ زیرا آنها به‌طور فزاینده‌ای قدرت و کنترل بیشتری در محیط‌های تجربی آینده دارند که در آن گفت‌وگو بین آن‌ها و شرکت‌ها صورت می‌گیرد (Prahalad & Ramasawy, 2004: 6).

فلوریدا^۳ (۲۰۰۲) استدلال می‌کند که ظهور خلاقیت بشر عامل اصلی در اقتصاد و جامعه ما از کلاس خلاق را به‌عنوان نیروی محرک تحول جامعه شناخته و معرفی می‌کند. با این حال در تمام تعاریف موجود از خلاقیت چند عنصر کلیدی وجود دارد که به‌طور گسترده تکرار می‌شود. به‌عنوان مثال فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد خلاقیت را نوآورانه و تخیلی توصیف می‌کند. چارترند^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). به این معنا خلاقیت می‌تواند به توسعه گردشگری از طریق گسترش محصولات یا تجارب جدید منجر شود. این

^۱. سازمان جهانی گردشگری

^۲ - Nijs and Peters

^۳ - Florida

^۴ - 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 به‌عنوان یک محصول؛ خلاقیت به‌عنوان یک تجربه؛ خلاقیت به‌عنوان یک نوآوری؛ خلاقیت به‌عنوان یک استراتژی بازاریابی؛ خلاقیت به‌عنوان یک بخش صنعت؛ خلاقیت به‌عنوان یک چشم‌انداز؛ خلاقیت به‌عنوان حل مسئله؛ خلاقیت به‌عنوان یک اصطلاح کلیدی برای میراث و گردشگری فرهنگی نو؛ خلاقیت به‌عنوان یک چالش برای هویت؛ خلاقیت به‌عنوان 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/اجتماع؛ باز بودن نسبت به تنوع (مثلاً جمعیت خارجی، خرده‌فرهنگ‌ها)
Prentice & Andersen	2006	گردشگری خلاق و گردشگری پایدار	مجتمع‌های چندمنظوره، پارک‌ها، بوستان‌ها؛ مغازه‌های تخصصی؛ تنوع کافه‌ها و رستوران‌ها؛ میراث معماری و باستان‌شناسی؛ تعداد هتل‌های ۵ ستاره و بیش از آن؛ میراث نامشهود یا ناملموس؛ سرزندگی و پویایی خیابان
Creative Cities Network	2006	گردشگری خلاق و تعامل	معرفی آثار محیطی و گردشگری؛ معرفی نقاط خطرناک 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 تکثرگرایی رسانه‌های فرهنگی؛ سهم تبعه‌ها در اشتغال فرهنگی؛ سهم بازار فیلم‌های غیربومی؛ درصد جمعیتی که نگرش‌های مداراگونه 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 کالاها؛ اصلی یا جعلی؛ متوسط هزینه‌های فرهنگی سالانه در هر خانوار؛ درصد افراد شرکت‌کننده 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 اجتماع؛ قدردانی از فرهنگ بومی؛ کنترل محلی؛ اولویت حفظ منابع طبیعی؛ توسعه ژئوپارک؛ ماندن بیشتر درآمدها در اقتصاد محلی
Runco	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 اختراع؛ بسترهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری جهت تبدیل ایده به عمل؛ تعداد پارک‌ها و مراکز رشد علم و فناوری؛ تعداد خوشه‌های صنعتی؛ تعداد شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان؛ وجود مشوق‌ها و بسته‌های تشویقی برای نوآوری
Landry	2008	گردشگری خلاق و محیط	سرانه تعداد امکانات مراقبت بهداشتی؛ 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 بهداشتی و اجتماعی؛ زیرساخت‌های سازگار با محیط‌زیست

بسترهای دانش؛ بسترهای اجتماعی؛ بسترهای هنر و فرهنگ؛ کیفیت محیطی؛ صنایع و فناوری مناسب	گردشگری 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، نویسندگان آزاد، هنرمندان بصری؛ مشوق‌های مالیاتی در مورد کمک‌های مالی و حمایتی؛ هزینه‌های عمومی مستقیم در مورد فرهنگ؛ سطح کمک مالی دولت به سینما؛ سطح بودجه دولت به تلویزیون عمومی	گردشگری خلاق و محیط نهادی	2012	Stojanovicet
میراث جهانی (تعداد ساختمان‌های مندرج در فهرست میراث جهانی یونسکو)؛ تعداد رستوران-های غذا داری ستاره‌های میشلین؛ دیپلماسی شهری؛ مطرح بودن شهر در سطح بین‌المللی؛ تعیین تصویر شهر؛ پایتخت‌های فرهنگی (تعداد پایتخت‌های فرهنگ یونسکو)	گردشگری خلاق و آموزه‌های تجاری و بین‌المللی	2017	Joppe
فرآیند خلاق؛ افراد خلاق؛ محصول خلاق؛ مکان خلاق	گردشگری خلاق و خلاقیت عملکردی	2017	Al-Ababneh
میزان گرایش مسئولین رده‌های بالا به توسعه و ترویج گردشگری؛ ردیف بودجه در توسعه گردشگری محلی؛ میزان توجه به گردشگری خلاق در صداوسیما ملی؛ تعداد بازدیدکنندگان هر موزه؛ میزان اشتغال در مؤسسات گردشگری؛ قدرت جذب گردشگر داخلی و خارجی؛ تعداد مقصد برند گردشگری؛ توجه و توسعه ژئوپارک‌ها	گردشگری خلاق، ابزارها و عناصر توسعه‌ای	2017	Townsend Et al
توسعه راه‌های دسترسی؛ توسعه صنایع وابسته به گردشگری؛ توسعه فرهنگی و انضباطی به گردشگری	گردشگری خلاق و تحولات گردشگری	2018	Pabel & L.Pearce
داستان؛ حواس؛ ابزار وجود خلاق	سه اصل طراحی گردشگری اجتماع محور (3S)	2018	Richards Et al

مأخذ: (نگارنده، ۱۴۰۰).

روش تحقیق

مطالعه حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات توسعه‌ای-کاربردی، از نظر 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 گردشگری، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان) در بازه زمانی زمستان ۱۳۹۹ تا بهار ۱۴۰۰ بوده است. به منظور ارزیابی پراکنش فضایی ابعاد و عملگرهای خلاقیت گردشگری خلاق که دارای چهار بُعد محیط خلاق، فرآیند خلاق، صنایع (محصول) خلاق و طبقه خلاق (Al-Ababneh, 2017) است، از ۲۷ مؤلفه میراث طبیعی، گیاهان دارویی و طب سنتی، میراث تاریخی و فرهنگی، جلوه‌های فرهنگی سنتی، تأسیسات گردشگری، فعالیت‌های خدماتی-رفاهی گردشگری، فرآیند، هنرهای نمایشی و تجسمی، صنایع دیداری و شنیداری، بازی و سرگرمی، صنایع دستی، خوراک، مد و پوشاک، 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 گردشگری (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.



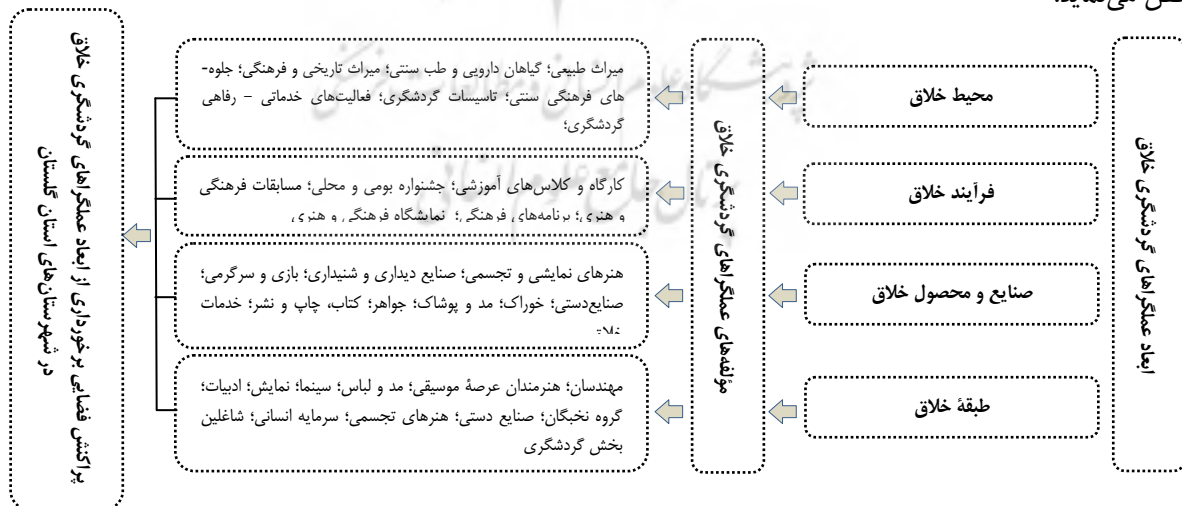
جدول (۳). ابعاد، مؤلفه ها و شاخص های مربوط به مفهوم عملکردهای خلاقیت در گردشگری خلاق

ابعاد	مؤلفه	شاخص	
۱- محیط خلاق	۱-۱- میراث طبیعی	۱-۱-۱- پارک ها و تفرجگاه های طبیعی ۱-۱-۲- مناطق حفاظت شده و شکار ممنوعه ۱-۱-۳- کوه ها و ارتفاعات ۱-۱-۴- غارها ۱-۱-۵- گلشن ها ۱-۱-۶- چشمه ها ۱-۱-۷- رودخانه ها ۱-۱-۸- آبشارها ۱-۱-۹- تالاب ها ۱-۱-۱۰- دریا و شبه جزیره	
	۲-۱- گیاهان دارویی و طب سنتی	۱-۲-۱- مراکز عطاری و خدمات گیاهان دارویی ۱-۲-۲- گیاهان دارویی اراضی جنگلی ۱-۲-۳- گیاهان دارویی مراتع ۱-۲-۴- گیاهان دارویی حاشیه اراضی زراعی، حاشیه جاده ها، شهرها و روستاها ۱-۲-۵- گیاهان دارویی بصورت مشترک در اراضی جنگلی، مرتعی و زراعی	
	۳-۱- میراث تاریخی و فرهنگی	۱-۳-۱- قلعه های تاریخی ۱-۳-۲- کاخ ها و عمارت ها ۱-۳-۳- برج ها ۱-۳-۴- مسجدها و پل ها ۱-۳-۵- امامزاده، آرامگاه، سقاخانه ۱-۳-۶- محوطه های باستانی ۱-۳-۷- بناهای تاریخی ۱-۳-۸- قنات ۱-۳-۹- موزه	
	۴-۱- جلوه های فرهنگی سنتی	۱-۴-۱- ورزش های بومی- محلی ۱-۴-۲- بازی های بومی و محلی ۱-۴-۳- موسیقی بومی زنده ۱-۴-۴- رقص محلی ۱-۴-۵- مراسم آیین سنتی ۱-۴-۶- بازارهای هفتگی	
	۵-۱- تأسیسات گردشگری	۱-۵-۱- هتل ۱-۵-۲- هتل آپارتمان ۱-۵-۳- مهمانپذیر ۱-۵-۴- پانسیون ۱-۵-۵- خانه مسافر ۱-۵-۶- بوم گردی ۱-۵-۷- سفره خانه ۱-۵-۸- واحد پذیرایی ۱-۵-۹- مرکز تفریحی سرگرمی و گردشگری ۱-۵-۱۱- مرکز اطلاع رسانی و خدمات ۱-۵-۱۲- مزرعه گردشگری کشاورزی ۱-۵-۱۳- مؤسسات آموزشی ۱-۵-۱۴- دفاتر خدمات مسافرتی ۱-۵-۱۵- پارک های عمومی	
	۲- فرایند خلاق	۱-۶-۱- بانک ۱-۶-۲- داروخانه ۱-۶-۳- بیمارستان ۱-۶-۴- تخت فعال ۱-۶-۵- مراکز بهداشتی و درمانی ۱-۶-۶- پایگاه بهداشت ۱-۶-۷- خانه بهداشت فعال ۱-۶-۸- تعداد پایگاه های اورژانس ۱-۶-۹- اداره پست مرکزی ۱-۶-۱۰- دفتر پست شهری ۱-۶-۱۱- دفتر پست و مخابرات روستایی ICT ۱-۶-۱۲- دفتر پیشخوان ۱-۶-۱۳- صندوق پستی شهری ۱-۶-۱۴- صندوق پستی روستایی ۱-۶-۱۵- تعداد اتوبوس ۱-۶-۱۶- مینی بوس ۱-۶-۱۷- تاکسی ۱-۶-۱۸- تعداد پایانه مسافربری ۱-۶-۱۹- تعداد مکانیکی ۱-۶-۲۰- تعداد جایگاه فروش مواد سوختی ۱-۶-۲۱- تعداد پمپ بنزین ۱-۶-۲۲- تعداد پمپ بنزین سوپر ۱-۶-۲۳- جایگاه سوخت گیری گازفشرده طبیعی (CNG)، ۱-۶-۲۴- تعداد آپاراتی ۱-۶-۲۵- تعداد تعویض روغن ۱-۶-۲۶- کارواش ۱-۶-۲۷- محل خدمات الکترونیک ۱-۶-۲۸- فروش و تعمیر تلفن همراه و قطعات جانبی ۱-۶-۲۹- خشکشویی ۱-۶-۳۰- خیاطی ۱-۶-۳۱- نانوائی ۱-۶-۳۲- فروشگاه پروتئینی ۱-۶-۳۳- آشپزخانه مرکزی ۱-۶-۳۴- رستوران ۱-۶-۳۵- اغذیه فروشی ۱-۶-۳۶- چاپخانه ها ۱-۶-۳۷- کافه ها ۱-۶-۳۸- صرافی ۱-۶-۳۹- تلفن ثابت مشغول به کار ۱-۶-۴۰- خطوط مشغول به کار تلفن همراه	
		۱-۱-۲- کارگاه و کلاس های آموزشی هنری و فرهنگی ۱-۱-۲- جشنواره بومی و محلی فرهنگ روستا و محصولات روستایی ۱-۱-۲- برنامه های فرهنگی ۱-۱-۲- مسابقات فرهنگی و هنری ۱-۱-۲- نمایشگاه فرهنگی و هنری	
		۱-۱-۳- تعداد برنامه های هنرهای نمایشی ۱-۱-۳- تعداد اجرای هنرهای نمایشی ۱-۱-۳- تعداد تماشاگران هنرهای نمایشی ۱-۱-۳- تعداد برنامه های موسیقی ۱-۱-۳- تعداد اجرای موسیقی ۱-۱-۳- تعداد تماشاگران موسیقی ۱-۱-۳- (کوتاه و بلند) ۱-۱-۳- تعداد آموزشگاه های آزاد هنری ۱-۱-۳- تعداد آموزشگاه های موسیقی	
		۱-۲-۳- تعداد سینما ۱-۲-۳- تعداد سالن های اجرای نمایش (وابسته به اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی) ۱-۲-۳- تعداد جشنواره های سینمایی ۱-۲-۳- تعداد پژوهش ها در زمینه سینمایی سمعی و بصری ۱-۲-۳- تعداد آموزشگاه آزاد سینمایی ۱-۲-۳- تعداد آموزشگاه های آزاد سینمایی ۱-۲-۳- تعداد تماشاگران فیلم های سینمایی	
	۳- صنایع و محصول خلاق	۲-۳- صنایع دیداری و شنیداری	۱-۳-۳- باشگاه سوارکاری و پرورش اسب ۱-۳-۳- بازی های تصویری و رایانه ای و اینترنت ۱-۳-۳- بازی های تفریحی غیر رایانه ای ۱-۳-۳- سالن بازی فکری ۱-۳-۳- خرده فروشی اسباب بازی و وسایل سرگرمی و بازی ۱-۳-۳- کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان ۱-۳-۳- تعداد کارگاه های با رویکرد مهارت محور و خلاقیت
۳-۳- صنایع دستی		۱-۳-۳- تعداد شاخه های فعال در صنایع دستی ۱-۳-۳- سهم هر شهرستان از فعالیت در صنایع دستی استان به درصد ۱-۳-۳- تعداد کارگاه های صنایع دستی ۱-۳-۳- تعداد فروشگاه های صنایع دستی ۱-۳-۳- مراکز تخصصی و مراکز خلاق صنایع دستی ۱-۳-۳- آموزش فعال در زمینه برگزاری دوره های کوتاه مدت صنایع دستی ۱-۳-۳- تولیدی صنایع دستی	
۵-۳- خوراک		۱-۳-۳- تعداد و انواع خوراک ۱-۳-۳- روش های منحصربه فرد پخت غذاها ۱-۳-۳- ظروف خاص طبخ و سرو غذا ۱-۳-۳- آموزشگاه صنایع غذایی (آشپزی و شیرینی پزی و ...) ۱-۳-۳- برگزاری جشنواره غذای سالم و بومی	
۶-۳- مد و پوشاک		۱-۳-۳- سهم هر شهرستان از فعالیت در بخش مد و لباس استان به درصد، ۱-۳-۳- تولیدی پوشاک ۱-۳-۳- آموزشگاه های تخصصی طراحی و دوخت ۱-۳-۳- تعداد فروشگاه های پوشاک ۱-۳-۳- جشنواره های مد و لباس ۱-۳-۳- نمایشگاه های مد و لباس (طراحی)	
۷-۳- جواهر		۱-۳-۳- سهم هر شهرستان از فعالیت در بخش زیورات استان به درصد ۱-۳-۳- خرده فروشی ابزار و لوازم تولید و فروش طلا و جواهرات و تزیین آن ها ۱-۳-۳- طلاسازی ۱-۳-۳- خرده فروشی طلا و جواهرات ۱-۳-۳- آموزشگاه آزاد طلا و جواهرسازی	
۸-۳- کتاب، چاپ و نشر		۱-۸-۳- مطبوعات و دیگر نشریات ۱-۸-۳- تعداد مؤسسات فرهنگی ۱-۸-۳- انجمن ادبی داستانی ۱-۸-۳- انجمن شعر ۱-۸-۳- کتابخانه های عمومی ۱-۸-۳- تعداد کتابخانه مربوط به کانون پرورش فکری کودکان ۱-۸-۳- تعداد کتاب کتابخانه های عمومی ۱-۸-۳- تعداد کتاب کتابخانه مربوط به کانون پرورش فکری کودکان ۱-۸-۳- تعداد مراجع کننده کتابخانه های عمومی ۱-۸-۳- تعداد اعضا کتابخانه مربوط به کانون پرورش فکری کودکان ۱-۸-۳- تعداد کتابفروشی ۱-۸-۳- تعداد چاپخانه	
		۹-۳- خدمات خلاق	۱-۹-۳- کانون تبلیغاتی ۱-۹-۳- میزان برگزاری برنامه های اوقات فراغت ۱-۹-۳- جاذبه های انسان ساخت ۱-۹-۳- (معماری خلاق) تعداد خانه های بوم گردی ۱-۹-۳- خدمات حضوری اینترنتی (کافی نت) ۱-۹-۳- خدمات کامپیوتری بصورت اینترنتی
		۱-۱-۴- معماری ۱-۱-۴- عمران ۱-۱-۴- مکانیک ۱-۱-۴- برق ۱-۱-۴- نقشه برداری	
۴- طبقه خلاق			

۲-۴-۲- موسیقی	۴-۲-۲-۴- پاپ ۲-۲-۲-۴- سنتی ۳-۲-۲-۴- نواحی ۴-۲-۲-۴- استودیو ۵-۲-۲-۴- کلاسیک
۳-۴-۳- مد و لباس	۳-۴-۱- طراحی پارچه ۲-۳-۴- طراحی لباس ۳-۳-۴- طراحی زیورآلات ۴-۳-۴- طراحی کیف و کفش ۵-۳-۴- ملحقات لباس ۳-۴-۶- تحقیق و پژوهش ۷-۳-۴- دوخت ۸-۳-۴- نساجی و بافت ۹-۳-۴- هنرهای دیجیتال و رسانه ۱۰-۳-۴- هنرهای رودوزی ۳-۴-۱۱- نقاشی و چاپ‌های سنتی و دستی و دیجیتال
۴-۴-۴- سینما	۴-۴-۱- بازیگر ۲-۴-۴- کارگردان (فیلم‌ساز) ۳-۴-۴- فیلم‌نامه‌نویس (نویسنده) ۴-۴-۴- تدوین‌گر ۵-۴-۴- تهیه‌کننده ۶-۴-۴- مستندساز ۷-۴-۴- مونتاژ ۸-۴-۴- مجری ۹-۴-۴- تصویربردار
۵-۴-۵- نمایش	۱-۵-۴- هنرمندان عرصه آیینی مذهبی ۲-۵-۴- صحنه‌ای ۳-۵-۴- کودک ۴-۵-۴- خیابانی ۵-۵-۴- استندآپ
۶-۴-۶- ادبیات	۱-۶-۴- تعداد شعرا ۲-۶-۴- تعداد داستان‌نویسان
۷-۴-۷- گروه نخبگان	۱-۷-۴- استعداد برتر ۲-۷-۴- مخترعین ۳-۷-۴- اساتید با درجه دانشیار به بالا ۴-۸-۴- تعداد پزشکان
۸-۴-۸- صنایع دستی	۱-۸-۴- افراد شاغل در بخش هنرهای صناعی و سنتی آبیگینه ۲-۸-۴- بافته‌های داری و غیرداری ۳-۸-۴- پوشاک سنتی ۴-۸-۴- چاپ‌های سنتی ۵-۸-۴- رودوزی‌های سنتی ۶-۸-۴- سازهای سنتی ۷-۸-۴- صنایع دستی چرمی ۸-۸-۴- صنایع دستی چوبی و حصیری ۹-۸-۴- صنایع دستی دریایی ۱۰-۸-۴- صنایع دستی سنگی ۱۱-۸-۴- صنایع دستی فلزی ۱۲-۸-۴- صنایع دستی کاغذی ۱۳-۸-۴- طراحی و نقاشی سنتی ۱۴-۸-۴- کاشی سنتی، سفال و سرامیک ۱۵-۸-۴- نساجی سنتی ۱۶-۸-۴- هنرهای سنتی وابسته به معماری
۹-۴-۹- هنرهای تجسمی	۱-۹-۴- نقاشی و گرافیک ۲-۹-۴- عکاسی ۳-۹-۴- مجسمه‌سازی ۴-۹-۴- خوشنویسی
۱۰-۴-۱۰- سرمایه انسانی	۱-۱۰-۴- درصد افراد بین ۲۰-۶۴ سال با مدرک لیسانس و بالاتر
۱۱-۴-۱۱- شاغلین بخش گردشگری	۱-۱۱-۴- راهنمایان تور ۲-۱۱-۴- راهنمایان موزه ۳-۱۱-۴- کارکنان: هتل ۴-۱۱-۴- هتل ۵-۱۱-۴- هتل آپارتمان ۶-۱۱-۴- مهمانپذیر ۷-۱۱-۴- پانسیون ۸-۱۱-۴- خانه‌مسافر ۹-۱۱-۴- بوم‌گردی ۱۰-۱۱-۴- سفره‌خانه ۱۱-۱۱-۴- واحد پذیرایی ۱۲-۱۱-۴- مرکز تفریحی سرگرمی و گردشگری ۱۳-۱۱-۴- مرکز اطلاع‌رسانی و خدمات ۱۴-۱۱-۴- مزرعه گردشگری کشاورزی

مأخذ: کارشناسان و متخصصان؛ محیط: نژاد ابراهیمی و همکاران (۱۴۰۰)؛ روابط انارکی (۱۳۹۵)؛ باغبانی به نقل از استرنبرگ و اوهارا^۱ (۱۳۹۵)؛ بیگدلی (۱۳۹۴)؛ مختاری ملک‌آبادی و همکاران (۱۳۹۴)؛ شمس‌الدینی و همکاران (۱۳۹۶)؛ سقایی (۱۳۹۸)؛ فراینده: محمدی و میرتقیان (۱۳۹۵)؛ فلوریدا (۲۰۰۲)؛ محصول: شفیع و همکاران (۱۳۹۳)؛ ابریشمی و همکاران (۱۳۹۸)؛ بسته‌نگار (۱۳۹۵)؛ محمدی و همکاران (۱۳۹۵)؛ رحیمی و بازند (۱۳۹۵)؛ متوسل‌الحق (۱۳۹۴)؛ طبقه‌خلاق: Fahmi et al (۲۰۱۶)؛ ریچارد (۲۰۱۱)؛ Tan & et al (۲۰۱۵)؛ زنگنه شهرکی و همکاران (۱۳۹۵)؛ بیگدلی (۱۳۹۴)

این جدول در هم‌معنایی و هم‌مسیری 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

¹-Sternberg & bO'Hara



به منظور مقایسه شهرستان‌های مورد مطالعه به لحاظ وضعیت پراکنش فضایی عملگرهای 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 عملگرهای گردشگری خلاق و ابعاد ۴ گانه (محیط، فرآیند، صنایع (محصول) و طبقه خلاق) با یکدیگر مقایسه و رتبه‌بندی شده‌اند. این تکنیک توسط کشاورز قربایی و همکاران (۲۰۱۵) به‌عنوان یکی از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، در زمره 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 راه‌حل مربوط به فاصله از میانگین راه‌حل (AV) است و دو معیار مطلوب بودن 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 راه‌حل معیارها): در این گام میانگین راه‌حل برای معیارها مطابق رابطه زیر محاسبه می‌شود که در واقع همان میانگین داده‌ها برای هر معیار (ستون) می‌باشد.

$$AV_j = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ij}}{n}$$

رابطه (۱): میانگین راه‌حل 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 شده‌است.

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

رابطه (۲): ایده‌آل مثبت یا فاصله مثبت از میانگین

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

رابطه (۳): ایده‌آل منفی یا فاصله منفی از میانگین

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).

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

رابطه (۴): جمع ایده‌آل مثبت وزین

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

رابطه (۵): جمع ایده‌آل منفی وزین

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.

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

رابطه (۶): نرمال‌سازی SP_i

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

رابطه (۷): نرمال‌سازی 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

$$0 \leq AS_i \leq 1 \text{ (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۷: ۷۰۴-۷۰۳)}$$

در روش تصمیم‌گیری چند معیاره ایداس، امتیاز نهایی گزینه‌ها مقدار AS_i می‌باشد. مقدار AS_i همواره بین صفر و یک و یا معادل صفر یا یک بدست 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 دارند. 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 مطلوبیت ابعاد و مؤلفه‌ها بر اساس امتیاز نهایی تکنیک ایداس (AS_i) از دیدگاه سطح‌بندی پرسکات آلن^۱، ارزیابی و سطح‌بندی می‌شود (حبیبی، ۱۳۹۹).

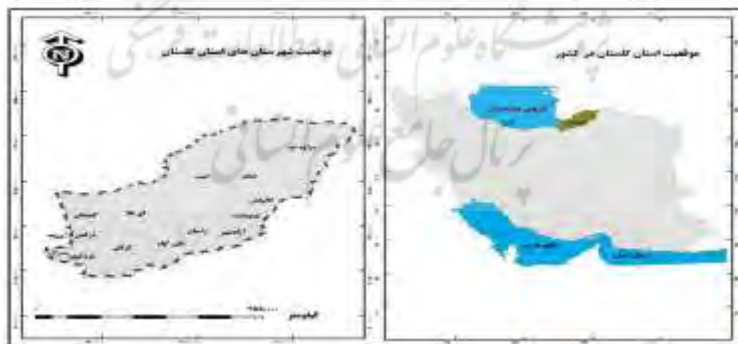
جدول (۴). مقادیر سطح‌بندی وضعیت مطلوبیت ابعاد و مؤلفه‌ها مطابق دیدگاه پرسکات آلن براساس نتایج تکنیک ایداس

مقدار AS_i	۱-۰/۸	۰/۸-۰/۶	۰/۶-۰/۴	۰/۴-۰/۲	۰/۲-۰
وضعیت مطلوبیت	کاملاً مطلوب	نسبتاً مطلوب	مطلوبیت متوسط	نسبتاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب

مأخذ: نظم فر و علی بخشی، ۱۳۹۵: ۹

محدوده مورد مطالعه تحقیق

استان گلستان (منطقه گرگان و دشت قدیم) به‌عنوان سرزمین طلای سفید ایران، دارای مجموعه آثار گرانبهائی 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 قدیمی‌ترین ایالت‌های ایران و مرکز عمده تمدن‌نشین 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 محیط‌زیستی 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 دریای مازندران محدود می‌شود (شاهکویی، ۱۳۹۰: ۵۲) در سال ۱۳۹۸ استان گلستان دارای ۱۴ شهرستان، ۲۷ بخش و ۳۳ شهر و ۶۰ دهستان بوده است و از بین شهرستان‌های استان، شهرستان گنبد و آق‌قلا 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 محیط گردشگری 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 بُعد محیط خلاق با استفاده از روش کریتیک نشان می‌دهد که با اتکا به آمار و داده‌های مربوط به شاخص‌های بُعد 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 بُعد محیط خلاق در جدول (۵) ارائه شده است.

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

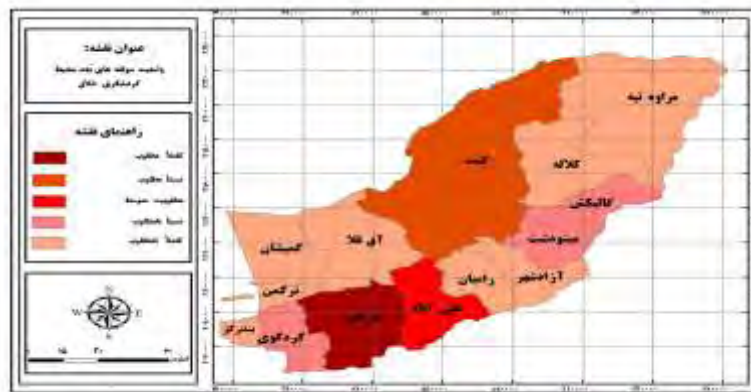
بُعد محیط خلاق									
مؤلفه‌ها	میراث طبیعی	گیاهان دارویی	میراث تاریخی و فرهنگی	جلوه‌های فرهنگی سنتی	تاسیسات گردشگری	خدمات بهداشتی-درمانی	ارتباطات	خدمات حمل‌و-نقل عمومی	خدمات رفاهی
وزن و اهمیت نسبی (W_j)	۰.۱۰۰۸	۰.۱۲۹۵	۰.۰۹۷۵	۰.۱۳۸۷	۰.۱۰۰۲	۰.۱۱۰۶	۰.۱۰۵۳	۰.۱۰۴۱	۰.۱۱۳۳

نتایج نهایی رتبه‌بندی شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت بُعد محیط خلاق با استفاده از تکنیک ایداس در جدول شماره ۵ نمایان است. این نتایج نشان می‌دهد که وضعیت بُعد 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 داده‌است. بر اساس طبقه‌بندی پرسکات آلن (جدول ۴)، شهرستان گرگان در طبقه «کاملاً مطلوب» قرار می‌گیرد. شهرستان گنبد نیز به لحاظ وضعیت بُعد محیط خلاق نیز در گروه «نسبتاً مطلوب» جای می‌گیرد.

جدول (۶). رتبه‌بندی شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت بُعد محیط گردشگری خلاق

بُعد محیط خلاق														
شهرستان‌ها	آزادشهر	آق‌قلا	بندرگز	ترکمن	رامیان	علی‌آباد	کردکوی	کلاله	گالیکش	گرگان	گمیشان	گنبد	مراوه‌تپه	مینودشت
امتیاز نهایی (AS_i)	۰.۱۹۸۶۸	۰.۱۹۹۹۶	۰.۱۶۳۴۶	۰.۱۵۲۰۳	۰.۱۸۶۶۶	۰.۴۴۰۲۵	۰.۳۰۶۸۸	۰.۱۹۸۳۸	۰.۲۶۸۵۱	۰.۹۷۶۴۱	۰.۰۳۹۴۵	۰.۶۲۱۱۷	۰.۰۰۳۱۴	۰.۲۴۲۶۶
رتبه	۸	۷	۱۱	۱۲	۱۰	۳	۴	۹	۵	۱	۱۳	۲	۱۴	۶
وضعیت	کاملاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	مطلوبیت متوسط	نسبتاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	نسبتاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	نسبتاً مطلوب	کاملاً نامطلوب	نامطلوب

همانطوریکه در شکل (۳) مشاهده می‌شود شهرستان‌های آزادشهر، آق‌قلا، بندرگز، ترکمن، رامیان، کلاله، گمیشان و مراوه‌تپه، از نظر بُعد 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 محیط گردشگری خلاق

مقایسه شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت مؤلفه‌های طبقه گردشگری خلاق

در این قسمت به مقایسه و اولویت‌بندی ۱۴ شهرستان مورد مطالعه 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

بُعد طبقه خلاق											
مؤلفه‌ها	مهندسان	موسیقی	مد و لباس	سینما	نمایش	ادبیات	طبقه نخبه	صنایع دستی	هنرهای تجسمی	سرمایه انسانی	شاغلین بخش گردشگری
وزن و اهمیت نسبی (W_j)	۰۰۹	۰۰۹۷۹	۰۰۹۷۶	۰۰۸۹۸	۰۰۸۵۸	۰۰۸۵۶	۰۰۸۸۷	۰۰۱۰۱۶	۰۰۹۰۲	۰۰۸۸۷	۰۰۸۴۱

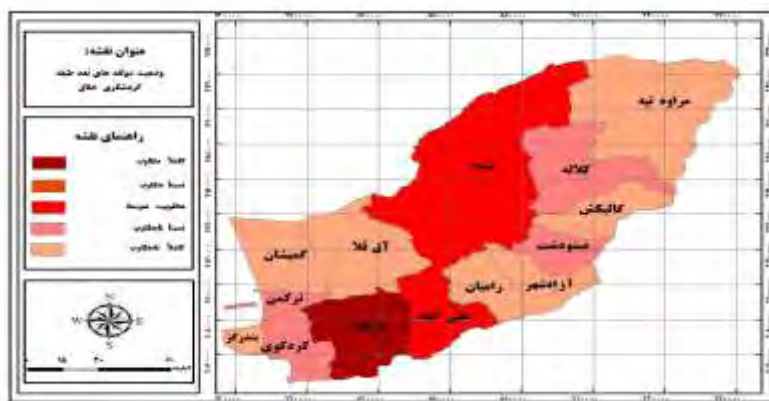
بطور کلی بر اساس جدول (۸) همانطور که مشخص است شهرستان گرگان با دریافت بیشترین امتیاز نهایی (مقدار AS_i) که معادل رقم ۱ می‌باشد، رتبه اول مربوط به متغیرهای بُعد طبقه خلاق را در میان شهرستان‌های استان گلستان به خود اختصاص داده است و نسبت به سایر شهرستان‌ها «کاملاً مطلوب» ارزیابی می‌شود. شهرستان‌های گنبد و علی‌آباد نیز با توجه به اینکه مقدار AS_i مربوط به آنها به ترتیب معادل ۰/۵۹۱۵۵ و ۰/۴۱۳۷۰ 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 طبقه گردشگری خلاق

بُعد طبقه خلاق														
شهرستان‌ها	آزادشهر	آق‌قلا	بندرگز	ترکمن	رامیان	علی‌آباد	کردکوی	کالاله	کالکش	گرگان	گمیشان	گنبد	مراوه‌تپه	مینودشت
امتیاز نهایی (AS_i)	۰۰۱۶۳۷۹	۰۰۱۵۳۰۰	۰۰۱۶۳۸۸	۰۰۲۰۵۸۶	۰۰۱۹۶۷۱	۰۰۴۱۳۷۰	۰۰۲۵۲۰۱	۰۰۲۰۷۴۸	۰۰۰۷۰۹۹	۱	۰۰۳۴۱۶	۰۰۵۹۱۵۵	۰	۰۰۲۰۸۸۳
رتبه	۱۰	۱۱	۹	۷	۸	۳	۴	۶	۱۲	۱	۱۳	۲	۱۴	۵
وضعیت	کاملاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	کاملاً مطلوب	کاملاً نامطلوب	مطلوبیت متوسط	مطلوب	نسبتاً مطلوب	نامطلوب	کاملاً مطلوب	کاملاً نامطلوب	مطلوبیت متوسط	کاملاً نامطلوب	نسبتاً مطلوب



همانطوریکه در شکل (۴) قابل مشاهده است شهرستان‌های کردکوی، مینودشت، کلاله و ترکمن به لحاظ بُعد طبقه 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، آق‌قلا، گالیکش، گمیشان و مراوه‌تپه) از نظر شاخص طبقه خلاق در گروه «کاملاً نامطلوب» قرار گرفته‌اند، بنابراین می‌توان وضعیت این شاخص را بر اساس نتایج تکنیک ایداس نامساعد ارزیابی کرد.



شکل (۴). وضعیت شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت بُعد طبقه گردشگری خلاق

مقایسه شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت مؤلفه‌های بُعد 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 گرفته‌است. 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

بُعد فرآیند خلاق					
مؤلفه‌ها	کارگاه و کلاس‌های آموزشی هنری و فرهنگی	جشنواره بومی و محلی فرهنگ روستا و محصولات روستایی	برنامه‌های فرهنگی	مسابقات فرهنگی و هنری	نمایشگاه فرهنگی و هنری
وزن و اهمیت نسبی (W_j)	۰.۱۶۸۵۳	۰.۲۲۳۶۷	۰.۲۲۳۶۹	۰.۱۸۸۴۴۴	۰.۱۹۵۶۷

همانطور که در جدول شماره ۱۰ ملاحظه می‌شود نتایج این بخش بیان از این دارد که از میان ۱۴ شهرستان مورد بررسی، 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 بُعد فرآیند گردشگری خلاق

بُعد فرآیند خلاق														
شهرستان‌ها	آزادشهر	آق‌قلا	بندرگز	ترکمن	رامیان	علی‌آباد	کردکوی	کلاله	گالیکش	گرگان	گمیشان	گنبد	مراوه‌تپه	مینودشت
امتیاز نهایی (AS_i)	۰.۸۳۵۱۰	۰.۲۲۴۲۴	۰.۳۷۱۲۱	۰.۵۷۴۲۳	۰.۸۴۲۸۶	۰.۹۰۱۴۰	۰.۰۵۱۰۳	۰.۳۹۱۱۰	۰.۰۵۵۱۲	۰.۷۵۵۰۴	۰.۰۲۲۰۰	۰.۰۷۲۸۷	۰.۱۴۵۲۶	۰.۳۴۹۹۶
رتبه	۳	۹	۷	۵	۲	۱	۱۳	۶	۱۲	۴	۱۴	۱۱	۱۰	۸
وضعیت	کاملاً مطلوب	نامطلوب	نامطلوب	متوسط	کاملاً مطلوب	کاملاً مطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نسبتاً مطلوب	کاملاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	نامطلوب

همانطوریکه در شکل (۵) قابل ملاحظه می باشد، 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 داده های مورد بررسی از میان ۱۴ شهرستان ۹ شهرستان از نظر بُعد فرآیند دارای وضعیت نسبتاً نامطلوب و کاملاً نامطلوب می باشند.



شکل (۵). وضعیت شهرستان های استان گلستان بر اساس وضعیت بُعد فرآیند گردشگری خلاق

مقایسه شهرستان های استان گلستان بر اساس وضعیت مؤلفه های 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 با استفاده از روش کرتیک، مؤلفه «صنایع دستی»، «خوراک» و «مد و پوشاک» و به ترتیب امتیاز ۰/۱۱۷۴، ۰/۱۱۶۸ و ۰/۱۰۴۶ را کسب کرده و نسبت به سایر مؤلفه ها از وزن و اهمیت بیشتری برخوردار می باشند (جدول ۱۱).

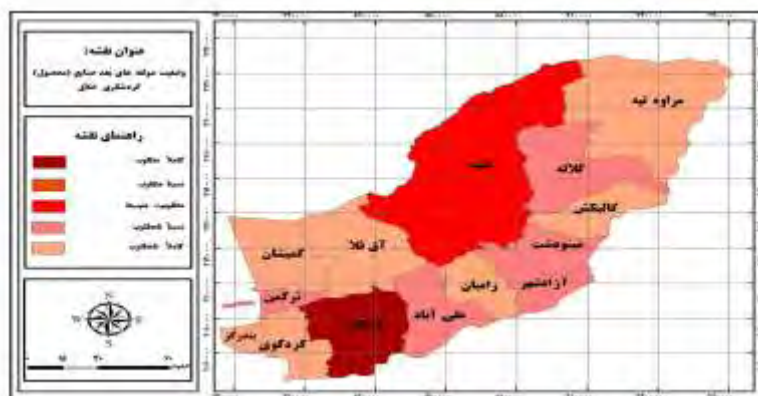
جدول (۱۱). وزن بدست آمده برای مؤلفه های بُعد صنایع و محصول خلاق با استفاده از روش کرتیک

بُعد محصول خلاق									
مؤلفه ها	هنرهای نمایشی و تجسمی	موسیقی	صنایع دیداری و شنیداری	بازی و سرگرمی	صنایع دستی	خوراک	مد و پوشاک	جواهر	کتاب، چاپ و نشر خدمات خلاق
وزن و اهمیت نسبی (W _j)	۰/۱۰۰۲	۰/۰۹۴	۰/۰۹۵۱	۰/۰۹۶۷	۰/۱۱۷۴	۰/۱۱۶۸	۰/۱۰۴۶	۰/۰۹۲۸	۰/۰۹۲۲

یافته های حاصل از تکنیک ایداس در مقایسه و اولویت بندی شهرستان های مورد مطالعه به لحاظ شاخص محصول خلاق نشان می دهد که شهرستان گرگان جایگاه نخست را به خود اختصاص داده و در گروه «کاملاً مطلوب» قرار می گیرند. شهرستان گنبد به لحاظ مطلوبیت بُعد محصول خلاق در رتبه دوم و طبقه «مطلوبیت متوسط» قرار دارد (جدول ۱۲).

جدول (۱۲). رتبه بندی شهرستان های استان گلستان بر اساس وضعیت بُعد صنایع و محصول گردشگری خلاق

بُعد صنایع (محصول) خلاق														
شهرستان ها	آزادشهر	آق قلا	بندرگز	ترکمن	رامیان	علی آباد	کردکوی	کاله	گالیکش	گرگان	گمیشان	گنبد	مرآتیه	مینودشت
امتیاز نهایی (AS _i)	۰/۲۷۸۹۲	۰/۱۹۸۳۵	۰/۱۵۰۵۵	۰/۳۰۴۲۷	۰/۱۱۵۴۱	۰/۳۲۱۹۸	۰/۱۹۴۲۴	۰/۲۶۶۹۱	۰/۱۹۱۹۶	۰/۹۶۴۹۶	۰/۰۶۱۸۶	۰/۰۴۵۵۰	۰/۰۱۰۰۷	۰/۲۳۲۴۶
رتبه	۵	۸	۱۱	۴	۱۲	۳	۹	۶	۱۰	۱	۱۳	۲	۱۴	۷
وضعیت	نسبتاً نامطلوب	نامطلوب	نامطلوب	نسبتاً نامطلوب	نامطلوب	نسبتاً نامطلوب	نامطلوب	نسبتاً نامطلوب	نامطلوب	مطلوب	نامطلوب	مطلوب	کاملاً نامطلوب	نسبتاً نامطلوب



شکل (۶). وضعیت شهرستان‌های استان گلستان براساس وضعیت بُعد صنایع و محصول گردشگری خلاق

مقایسه شهرستان‌های استان گلستان بر اساس برخورداری از ابعاد ۴ گانه عملگرهای گردشگری خلاق

در این بخش شهرستان‌های استان گلستان بر اساس وضعیت برخورداری از ابعاد عملگرهای 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، بُعد 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 عملگرهای بُعد محصول خلاق در گردشگری، در وضعیت بحرانی و به صورت مشخص در میزان کمترین مطلوبیت قرار دارند.

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

ابعاد عملگرهای گردشگری خلاق					
ابعاد	محیط خلاق	فرآیند خلاق	صنایع و محصول خلاق	طبقه خلاق	جمع
وزن و اهمیت نسبی (W _j)	۰.۲۴۷۶	۰.۲۷	۰.۲۳۵۱	۰.۲۴۷۳	۱

جدول شماره ۱۴ و شکل شماره ۷ امتیاز نهایی، رتبه، طبقه‌بندی و نقشه شهرستان‌های استان گلستان براساس وضعیت مطلوبیت عملگرهای گردشگری خلاق را به نمایش گذاشته است. با توجه به نتایج ارائه شده در این جدول، شهرستان گرگان بر اساس مقدار AS_i رتبه اول را به خود اختصاص داده است به این 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 عملگرهای 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 عملگرهای 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 توسعه گردشگری خلاق هستیم.

جدول (۱۴). امتیاز نهایی گزینه‌ها و رتبه‌بندی آنها

ابعاد عملگرهای گردشگری خلاق														
شهرستان‌ها	آزادشهر	آق قلا	بندرگز	ترکمن	رامیان	علی‌آباد	کردکوی	کالاه	کالیکش	گرگان	گمیشان	گنبد	مراوه‌تپه	مینودشت
امتیاز نهایی (AS _i)	۰.۳۴۹۴۱	۰.۳۰۳۷۱	۰.۱۰۸۸۸	۰.۳۵۴۸۴	۰.۳۵۶۵۹	۰.۴۷۸۷۸	۰.۱۳۳۵۹	۰.۲۴۱۱۵	۰.۰۸۶۰۴	۱	۰.۰۲۹۹۹	۰.۵۴۸۱۹	۰	۰.۳۴۸۷۸
رتبه	۶	۸	۱۱	۵	۴	۳	۱۰	۹	۱۲	۱	۱۳	۲	۱۴	۷
وضعیت	نسبتاً نامطلوب	نسبتاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	نسبتاً نامطلوب	نسبتاً نامطلوب	مطلوبیت متوسط	کاملاً نامطلوب	نسبتاً نامطلوب	کاملاً نامطلوب	کاملاً مطلوب	کاملاً نامطلوب	مطلوب متوسط	کاملاً نامطلوب	نسبتاً نامطلوب



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

بحث و بررسی

کنکاش ذهنی نگارنده در این نوشتار که با رویکردی انتقادی و البته واقع‌گرایانه به ظرفیت‌های عملگرهای گردشگری خلاق در سطح استان گلستان همراه بود، در تمام مسیر تحلیلی این پژوهش که برخاسته 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 مواهب ارزشمند توسعه‌ای آن به‌عنوان 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 توان‌سنجی، توسعه و سرمایه‌گذاری قرار گرفته و در نهایت، ثمره‌ی کاشت حمایت از آن را به صورت پایدار مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند. بیان این گفتار صرفاً بازتاب درونی نگارنده در جهت نیل به تحقیق و توسعه از تمام ظرفیت‌های گردشگری با تأکید بر گردشگری خلاق در تمام چهره سرزمینی ایران است که به تنهایی می‌تواند نقش بسیار قابل‌اتکایی در اقتصاد ملی و رفاه سرزمینی ایجاد نماید. با این بیان، بحث و بررسی پیرامون یافته‌های این تحقیق در یکی 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 به‌عنوان 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. پرواضح 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 موردتوجه قرار گیرد که به‌نوبه خود می‌تواند زمینه توسعه گردشگری خلاق را فراهم کند. در این میان برخی از



مناطق جهان جهت جذب گردشگران، بشدت در حال برندسازی و معرفی خود به‌عنوان قطب تولید گیاهان دارویی و ادویه‌ها هستند، بطور مثال جزیره گرنادا، جزایر مالوکو شمالی در اندونزی، جزایر زنگبار، چین، بنگلادش، سریلانکا، ویتنام، نپال، پاکستان و ترکیه، مراکش، مصر، سودان و ماداکاسکار 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 مراوه‌تپه در جایگاه اختصاصی و مورد بحث 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 پشتوانه عظیم دانش و تجربیات هزاران ساله اطبا و حکمای 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 گلشنان و یک تالاب بین‌المللی و همچنین به‌عنوان تنها شهرستان دارای تولید صنایع دستی دریایی در میان این شهرستان‌ها قرار دارند. مسلماً در تولید این صنایع آنچه اهمیت دارد خلاقیت فرد است تا با این اجسام و قوه تخیل خود زیباترین محصولات را تهیه و تولید کند. نتایج عینی و مشاهدات میدانی نگارنده نشان می‌دهد که مردم این شهرستان می‌توانند انواع صدف و موجودات دریایی را جمع‌آوری کرده و طبق سلیقه خودشان، محصولات متنوع و جالب که مورد استقبال بویژه گردشگران خارجی قرار می‌گیرد را تهیه 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 بازدید کردن از بازارهای بومی این مناطق، شیفته محصولات خاص و دست‌ساز شده و برای داشتن یادگاری از این شهرها، به خرید کردن محصولات صنایع دستی می‌پردازند. متأسفانه به‌نظر 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 مراوه‌تپه، گنبد و کلاله به ترتیب با اسکان ۶۶، ۲۲ و ۵ درصد از عشایر استان، دارای جلوه‌های طبیعی و انسانی (زبان، موسیقی، غذاهای محلی، پوشاک، ترانه، صنایع دستی، رقص و لباس‌های محلی به‌همراه آیین‌هایی مانند جشن‌های محلی و عروسی) خاص خود می‌باشند که می‌تواند گردشگران داخلی و خارجی از طریق دیدن و تجربه زندگی عشایری در دنیای مدرن امروز، به‌عنوان 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 بُعد 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 خوابیدن 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 آیین‌ها، جشن‌ها، بازی‌های محلی (رقص چوب)، سرودها، نغمه و آهنگ و موسیقی‌های ویژه (عاشیق‌ها)، 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 بُعد 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 مدرن دارای جذابیت گردشگری در نواحی شهری بخصوص در شهر گرگان و حتی شهر گنبد 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 بندر ترکمن) نامیده می‌شود، عملکرد آنها بشدت محلی است. در بُعد 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 کنولی و صنایع‌دستی و جشنواره فرهنگ و آداب و غذای سنتی و ... نسبت به سایر شهرستان‌ها موفق‌تر عمل کرده‌اند و وضعیت کاملاً مطلوب از لحاظ این بُعد داشته‌اند. بررسی یافته‌ها حاکی از آن می‌باشد که گمیشان و مراوه‌تپه به‌عنوان دو شهرستان واقع در ترکمن صحرا علی‌رغم وجود قابلیت‌های مختلف از قبیل برگزاری جشنواره‌های مختلف نظیر پسته وحشی، آفتاب‌گردان، ماهی و تنوانسته‌اند مانند سایر ابعاد خلاقیت موفق عمل کند. همچنین در بُعد قالی‌بافی و پرورش اسب که از دیگر مظاهر گردشگری ترکمن صحرا به‌شمار می‌روند، مشخص گردید که اسب‌های ترکمن صحرا بسیار اصیل و دارای نژادی برتر می‌باشند که مشابه با برخی از کشورهای اروپایی می‌تواند 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 ترکمن صحرا را بوجود آورد. در نهایت و در بُعد طبقه خلاق، نتایج بحث و بررسی در این حوزه مشخص نمود که وضعیت طبقه خلاق به مراتب مطلوب‌تر از سایر ابعاد عملگرهای گردشگری خلاق می‌باشد بطوریکه ترکمن، کردکوی، کلاله و مینودشت از لحاظ طبقه 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. بطوری که از ۱۰ اثر صنایع‌دستی گلستان که دارای مهر اصالت بین‌المللی هستند زیورآلات ترکمن، نمدمالی ترکمن و سه مورد رودزی سنتی در گنبد کاووس، تراش سنگ، چاپ سنتی و سه مورد جاجیم‌بافی در شهرستان گرگان می‌باشد و همچنین وجود روستاهای ملی صنایع‌دستی و مراکز تخصصی و خلاق صنایع‌دستی در این شهرستان‌ها در ارتقای مهارت و مطلوبیت طبقه خلاق این شهرستان‌ها بدون تأثیر نبوده است. این در حالی است که سایر شهرستان‌ها نتوانسته‌اند از پتانسیل‌های موجود در منطقه بهره‌چندانی ببرند که خود حاکی از این واقعیت می‌باشد که مؤلفه‌های محصول خلاق در شهرستان‌های استان گلستان به‌لحاظ برخورداری از عملگرهای بُعد محصول خلاق در گردشگری، در وضعیت بحرانی و به‌صورت دارای کمترین مطلوبیت هستند.

نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف تحلیل پراکنش فضایی برخورداری از ابعاد عملگرهای گردشگری خلاق در شهرستان‌های استان گلستان بوده است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که از نظر بُعد محیط به‌جز 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 رباطی 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 بهره‌چندانی ببرد و خود را به‌عنوان یک مقصد خلاق مطرح کنند و به‌همین 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، طبقه 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 رباطی انارکی (۱۳۹۵) و قنبری و همکاران (۱۴۰۰) بر این نکته تأکید داشته‌اند که طبقه خلاق بر اساس استعداد، مهارت‌ها و نگرش خود چه در میان میزبانان محلی و چه در میان گردشگران خلاق بر درخشش و جذابیت مقصد افزود و تأثیر معناداری بر تحقق گردشگری خلاق دارند. بررسی بُعد طبقه خلاق در پژوهش حاضر حاکی از آن است که وجود این طبقه در شهرستان‌ها و فعالیتشان زمینه‌ساز فرایند خلاق از- جمله برگزاری کارگاه و کلاس‌های آموزشی، جشنواره بومی و محلی، برنامه‌های فرهنگی و ... می‌تواند 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



بالا ترین رتبه از لحاظ مطلوبیت صنایع خلاق، طبق اسناد موجود در سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در سال ۱۳۹۹، نزدیک به ۴۰ درصد (۳۹/۸۹) از گردشگران استان را جذب کرده است. به طور کلی رتبه بندی شهرستانها از حیث برخورداری از ابعاد، مؤلفهها و شاخصهای عملگراهای گردشگری خلاق حاکی از آن است که اختلاف زیادی بین شهرستانهای استان وجود دارد و با وجود ظرفیتهای بالقوه توسعه گردشگری خلاق، بهره گیری از این پارامترها در سطح استان یکسان نبوده و هنوز با آرمانهای این مهم همسو با شرایط موجود جوامع توسعه یافته فاصله بسیار زیادی دارد. پرواضح است چنین وضعیتی ناشی از تمرکز توجهها به شهر نخست و مرکز استان می باشد بطوریکه طبق پژوهشی که توسط تقوایی و همکاران (۱۳۹۸) صورت پذیرفت نابرابری جغرافیایی در نظام شهری و خدماتی استان، توزیع نامتناسب جمعیت، امکانات زیرساختی و فعالیتها و گرایش به سمت قطبی شدن از عوامل مدیریتی دخیل در این عدم تعادلهای 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 سویی 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 صانع می شود و انگیزه های درونی ایجاد گردشگری خلاق چندان مهیای 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 و بیروس، 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 کتولی)، 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 عملگراهای گردشگری خلاق در استان گلستان می توان اشاره کرد به:

پیشنهادات:

- توسعه گردشگری صحرا، با تأکید بر فرهنگ و زندگی ترکمنی و زندگی ایلپاتی (عشایر ترکمن و کرد) در مناطق مراوه تپه، گنبد، کلاله
- توسعه گردشگری ورزشی و ماجراجویانه (کویرنوردی، سوارکاری و آفرود) در منطقه ترکمن صحرا
- توسعه بوم گردی ترکمنی (همزیستی) و برگزاری دوره های آموزشی طبخ غذاهای محلی ترکمن برای گردشگران در منطقه ترکمن صحرا
- توسعه تولید پوشاک ترکمنی (تولید لباس و روسری، زیورات و ...) در منطقه ترکمن صحرا
- توسعه تولید صنایع دستی ترکمن مانند قالی بافی، سوزن دوزی و ایجاد محصولاتی با کاربردهای متناسب با زندگی مدرن به عنوان نمونه تزئین کروات، کوسن، روتختی و رومیزی در منطقه ترکمن صحرا
- تأسیس و توسعه باغها و موزه های گیاهان دارویی و همچنین ایجاد تورهایی جهت بازدید از ریشگاه های طبیعی و خدادادی گیاهان دارویی در منطقه مراوه تپه
- توسعه بوم گردی روستایی (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 هوایی و رادیو کنترل) در مناطق گرگان، کردکوی، علی‌آباد، مینودشت، رامیان
- ایجاد مراکز بین‌راهی استراحت چندساعته 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 صنایع‌دستی 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). امکان‌سنجی توسعه پایدار روستایی از طریق توسعه صنایع خلاق: نمونه موردی صنایع‌دستی روستاهای منتخب استان اصفهان، *فصلنامه روستا و توسعه*، سال ۲۲ (۸۸): ۶۹-۵۱.
- استعلاجی، علیرضا و خوش‌نیت بیانی، محمد (۱۳۹۱). شناخت توانمندی‌های گردشگری و ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری از دیدگاه جغرافیای کاربردی (مطالعه موردی، شهر ری)، *فصلنامه انجمن جغرافیای ایران*، سال دهم (۳۴): ۲۷۵-۲۵۱.
- بابایی همتی، روشن؛ ارض پیمان، سیامک و شاهی، نگین (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر انتخاب شهر رشت به‌عنوان مقصد گردشگری خوراک در شبکه شهرهای خلاق یونسکو، *دو فصلنامه تخصصی جستارهای اجتماعی*، ۱(۲): ۶۷-۴۱.
- باغبانی، عاطفه. ارزیابی گردشگری خلاق از نگاه گردشگران و تأثیر آن بر رضایت از سفر (مورد مطالعه: شهر اصفهان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی - برنامه‌ریزی و توسعه جهانگردی، دانشکده مدیریت، دانشگاه شیخ بهایی، (شهریور ۱۳۹۵).
- بسته نگار، مهرنوش (۱۳۹۵). نماد رنگ در برند گردشگری خلاق شهرهای ایران، *فصلنامه هنر و تمدن شرق*، سال چهارم (۱۱)، ۲۸-۲۱.
- 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 ۱۳۹۴).
- پناهی، علی و ستاری، علیرضا (۱۳۹۶). تحلیلی بر پتانسیل‌های اقلیم گردشگری در شهرهای دامنه سبلان، *فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی*، سال ۲۱(۶۲): ۷۷-۶۱.
- تقوایی، مسعود؛ شفق، سیروس و قادری، محمدرضا (۱۳۹۸). شناسایی عوامل کلیدی مؤثر در ایجاد نابرابری‌های منطقه‌ای استان گلستان، *مجله آمایش جغرافیایی فضا*، سال نهم (۳۱): ۱۴۰-۱۲۵.
- حبیبی، آرش (۱۳۹۹). آموزش روش ایداس، قابل دسترس در سایت: <https://parsmodir.com/mcdm/edas.php>.
- حجازی، میراسدالله و فرمانی‌منصور، ستاره (۱۳۹۶). ارزیابی توانمندی ژئوتوریسمی ژئومورفوسایت‌های روستای ورکانه به روش پری‌یرا، *فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی*، سال ۲۱(۵۹): ۴۱-۲۱.
- 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 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 ۳(۳): ۱۲۴-۹۷.
- زنگنه شهرکی، سعید؛ فتوحی مهربانی، باقر؛ پورا کرمی، محمد و سلیمان‌زاده، محمدرضا (۱۳۹۵). تحلیل قابلیت‌ها و جایگاه شهر تهران از نظر تحقق مفهوم شهر خلاق در مقایسه با سایر شهرهای دنیا، *مجله جغرافیا و توسعه فضای شهری*، سال ۳(۲): ۸۵-۶۹.
- سالنامه آماری استان گلستان سال ۱۳۹۸، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان گلستان، معاونت آمار و اطلاعات (۱۳۹۹)، قابل دسترس در سایت: <https://amar.golestanmporg.ir/salnameh2.html>.
- سقای، مهدی (۱۳۹۸). طرح طراحی و ارائه مدل کاربردی بخش گردشگری مبتنی بر آمایش سرزمین در عرصه سرزمینی استان گلستان، کارفرما اداره کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان گلستان.
- سیف، علی‌اکبر (۱۳۸۹). *روانشناسی پرورشی نوین، روانشناسی یادگیری و آموزش*. چاپ اول، تهران: نشر دوران.
- شاهکویی، اسماعیل (۱۳۹۰). بررسی نقش اقلیم در برنامه‌ریزی گردشگری استان گلستان، *سپهر نشریه سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح*، دوره ۲۰(۷۹): ۵۷-۵۲.
- شفیعی، زاهد؛ فرخیان، فیروزه و میرقدر، لیلا (۱۳۹۳). اصفهان به‌عنوان شهر خلاق صنایع‌دستی با رویکرد توسعه گردشگری، *فصلنامه جغرافیا*، سال ۱۲(۴۳): ۲۷۸-۲۵۸.
- شمس‌الدینی، 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 برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، دوره ۱۲(۳): ۶۷۹-۶۵۹.

- صدرموسوی، میرستار و کهنمویی، 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: روستاهای هدف گردشگری استان اصفهان، *فصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی*، سال ۲۵ (۷۵): ۲۰۵-۱۹۳.
- متوسل‌الحق، 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 رودسری، 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): ۸۷-۱۰۸.
- 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 علی بخشی، آرش (۱۳۹۵). سنجش نابرابری فضایی توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان خوزستان با تأکید بر توسعه پایدار، *مجله آمایش جغرافیایی فضا*، 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. (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., & yyyyyyy, K. (2012). The rise and fall of the rural creative class: The case of aaaaaaaCity, *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 Business 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 Institute 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., & 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 LLLLL LL IIIIII I E EEEEEEEEEEE NN 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.