

مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای  
سال دوم، شماره هفتم، زمستان ۱۳۸۹  
دریافت: ۱۳۸۸/۸/۳۰ - پذیرش: ۱۳۸۹/۸/۱۲  
صص ۱۳۷-۱۵۴

## بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی مورد دهستان استرآباد جنوبی، شهرستان گرگان

جعفر میرکتولی: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران\*  
راضیه مصدق: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران

### چکیده

در حال حاضر، گردشگری و اقتصاد گردشگری به یکی از ارکان اصلی تجاری جهان تبدیل شده است. در کنار گردشگری که نقش مؤثری در توسعه ملی و تنوع بخشی به اقتصاد ملی و منطقه‌ای دارد، صنایع دستی نیز می‌تواند مکمل بعضی از جاذبه‌های تاریخی و گردشگری باشد. هدف از انجام این تحقیق، بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی است، که در دهستان استرآباد جنوبی شهرستان گرگان انجام شد. روش تحقیق به کار رفته، توصیفی-تحلیلی و از نوع پیمایشی و روش جمع‌آوری اطلاعات روش کتابخانه‌ای و میدانی بوده است. جامعه آماری این تحقیق را ۵۷ نفر صنعتگر منطقه مورد مطالعه بودند که باروش تمام شماری انتخاب گردیدند. همچنین، برای بررسی نقش گردشگری حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۲۲۸ نفر مشخص گردید که به روش طبقه‌بندی و تصادفی ساده به نمونه‌ها مراجعه شد و از آزمون کای اسکور برای تجزیه و تحلیل استفاده گردید. نتایج حاصل از بررسی نشان می‌دهد که ۷۶/۶ درصد نمونه مورد مطالعه نقش گردشگری را در توسعه صنایع دستی در حد زیاد و خیلی زیاد، ۱۹/۷ درصد کم و ۵/۷ درصد بی‌تأثیر دانسته‌اند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری روستایی، صنایع دستی، گرگان، توسعه روستایی

## ۱- مقدمه

## ۱-۱ طرح مسأله

گردشگری یکی از فعالیتهای مهمی است که در دهه‌های اخیر از جایگاه ویژه‌ای در توسعه اقتصادی برخی کشورها برخوردار بوده است. این صنعت علاوه بر درآمدزایی، ارزآوری، اشتغال‌زایی و تبادل فرهنگ‌ها، سهمی را در بین فعالیت‌های اقتصادی جهان، از جمله صادرات به خود اختصاص داده است. ایران به سبب وجود جاذبه‌های فراوان طبیعی، تاریخی و فرهنگی در زمره مستعدترین کشورهای جهان محسوب می‌شود، لیکن وابستگی شدید درآمد ارزی به صادرات فرآورده‌های نفت و گاز، موجب کم توجهی به این فعالیت شده است. از این روست که تا کنون و به‌رغم پتانسیل بالای این فعالیت، فعالیت گردشگری سهم ناچیزی را در اقتصاد کشور به خود اختصاص داده است. استان گلستان با داشتن تنوع محیط جغرافیایی (جنگل، دریا، بیابان و مرتع)، طبیعت زیبا و ظرفیت‌های بالقوه طبیعی، فرهنگی و تاریخی به‌عنوان یکی از قطب‌های مهم گردشگری کشور به شمار می‌رود. همچنین دهستان استرآباد جنوبی واقع در شهرستان گرگان دارای چشمه‌ها، آبشارهای طبیعی، زمینه‌های کوهنوردی، سنگ‌نوردی، حیات وحش، گیاهان دارویی و بافت معماری سنتی بوده است. در اسناد توسعه و برنامه‌های آمایشی، یکی از مهمترین کارکردهای آتی استان «توسعه گردشگری» تعریف شده است. به‌رغم اهمیت گردشگری روستایی و صنایع دستی و ارتباط این دو صنعت به یکدیگر و نقش آنها در توسعه روستایی، مطالعه جامعی در خصوص گردشگری روستایی و توسعه صنایع دستی

صورت نپذیرفته است تا بتوان از مسائل و مشکلات صنعتگران به اطلاعات لازم دست یافت. با توجه به قابلیت‌های این استان در زمینه گردشگری و صنایع دستی، این سؤال‌ها مطرح است که گردشگری روستایی چه نقشی در توسعه صنایع دستی دارد؟ ویژگی‌های کمی و کیفی گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه چگونه است؟

در این تحقیق تلاش شده است با مطالعه وضعیت گردشگری روستایی و صنایع دستی و ارتباط آنها با یکدیگر در منطقه استرآباد جنوبی به سؤالهای فوق پاسخ داده شود. با توجه به ضرورت مطالعه سیستمی از یک سو و گستردگی استان، دهستان استرآباد جنوبی با دارا بودن صنایع دستی و از جمله مناطق هدف گردشگران روستایی استان گلستان، به‌عنوان منطقه مورد مطالعه انتخاب گردید. همچنین نزدیکی این دهستان به مرکز استان به‌عنوان مرکز ثقل جمعیتی، خدماتی و مالی که طبعاً امکان سرمایه‌گذاری در گردشگری و صنایع دستی را بالا خواهد برد، از دیگر دلایل گزینش این منطقه بوده است.

## ۲-۱- اهداف تحقیق

## ۲-۱-۱- هدف اصلی

- مشخص نمودن نقش گردشگری در رونق صنایع دستی

## ۲-۱-۲- اهداف فرعی

- مشخص نمودن وضعیت صنایع دستی در دهستان استرآباد جنوبی

- مشخص نمودن وضعیت و سطح گردشگری در دهستان استرآباد جنوبی

- تعیین راهکارهای بهبود و رونق صنایع دستی.

### ۱-۳- سابقه تحقیق

بررسی‌های انجام شده در کتابخانه‌ها و آرشیو سازمان‌ها و اداره‌های مرتبط در سطح استان و کشور و همچنین مراکز اینترنتی در زمینه بررسی گردشگری روستایی در دهستان استرآباد جنوبی، نشان‌دهنده این مطلب است که در خصوص موضوع مورد نظر تحقیقات زیادی در گردشگری ایران انجام شده است. از جمله افتخاری و مهدوی (۱۳۸۴) با استفاده از روش پیمایش میدانی و به کارگیری الگوی SWOT ضمن ارزیابی نقاط ضعف و قوت، شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها، به نقش راهکارهای توسعه گردشگری روستایی و ارائه استراتژی مناسب در جهت توسعه گردشگری در دهستان لواسان کوچک پرداختند. به عقیده آنها، برنامه‌ریزان و سیاستگذاران همچنان از صنعت گردشگری به‌عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد کرده و گفته‌اند که گردشگری روستایی در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. در این راستا، با برنامه‌ریزی اصولی و شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری روستایی می‌توان به توسعه منطقه‌ای و اقتصاد ملی کمک نمود. تجزیه و تحلیل‌های تجربی منطقه مورد مطالعه نشان داد که مناطق روستایی به‌علت بالاتر بودن پتانسیل و جاذبه‌های گردشگری از آستانه آسیب‌پذیری بالاتری برخوردارند. از این رو، بازنگری در سیاست‌های موجود، به‌منظور رفع محدودیت‌ها و استفاده از مزیت‌های نسبی را به‌عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر معرفی نمودند.

آبیاره (۱۳۸۶) در تحقیق خود که با هدف معرفی جاذبه‌های گردشگری و تأثیر آن بر مشاغل صنایع دستی در اصفهان انجام داد، اصفهان را یکی از مهمترین شهرهای تاریخی از دیدگاه جاذبه‌های جهانگردی و صنایع دستی برشمرد. همچنین با توجه به آمار و اطلاعاتی که از طریق نهادهای مربوط به دست آورد، مشخص کرد که بین جاذبه‌های جهانگردی، جذب جهانگرد و افزایش اشتغال در بخش صنایع دستی (آموزش و احداث کارگاه) رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

### ۱-۴- روش تحقیق

از آنجا که این تحقیق به بررسی نقش گردشگری در بازاریابی محصولات صنایع دستی و نهایتاً رونق صنایع دستی می‌پردازد، لذا روش تحقیق پژوهش حاضر توصیفی، تحلیلی و از نوع پیمایشی است. زیرا در این نوع پژوهش، محقق به توصیف عینی، واقعی و منظم خصوصیات یک موقعیت یا موضوع، بدون هیچ دخالت یا استنتاج ذهنی پرداخته، نتایج عینی از موقعیت را گزارش می‌دهد.

#### ۱-۴-۱- جامعه آماری

جامعه آماری شامل کلیه گردشگران و صنعتگران صنایع دستی دهستان استرآباد جنوبی در فصل بهار و تابستان است.

#### ۱-۴-۲- برآورد حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

با توجه به اینکه رابطه متقابل گردشگری و صنایع دستی مدنظر این تحقیق بوده است، بر اساس نظرات کارشناسان سازمان صنایع دستی و دهیار دهستان استرآباد جنوبی، چهار روستا (زیارت، شاهکوه، قرن‌آباد و چهارباغ) که ویژگی گردشگر و صنایع

$$1/96t = 0/39S = 1000 = N$$

$$0/05d =$$

$$n = \frac{1000 \cdot (1/96)^2 \cdot (0/39)^2}{1000 \cdot (0/05)^2 + (1/96)^2 \cdot (0/39)^2} = \frac{5843}{25/58} \approx 228$$

همچنین متناسب با تعداد گردشگران وارد شده به هر روستا سهم هر روستا مشخص گردید. سپس به شیوه تصادفی ساده نسبت به انتخاب افراد نمونه در هر روستا اقدام و پرسشنامه گردشگر بین آنها توزیع گردید. در جدول ۱-۱ به تفسیر نسبت و تعداد افراد نمونه هر روستا مشخص شده است که به صورت تصادفی ساده در موقعیت محدوده مورد مطالعه، نمونه انتخاب و آمار و اطلاعات مورد نیاز از طریق تکمیل پرسشنامه‌هایی که ویژه گردشگران طراحی شد، جمع‌آوری گردید.

دستی را داشتند، انتخاب گردیدند و جمعیت محدود ۵۷ نفری صنعتگران این چهار روستا سبب شد تا از روش تمام‌شماری Census برای صنعتگران بهره گرفته شود؛ یعنی کلیه صنعتگران به‌عنوان نمونه تحقیق مورد مطالعه قرار گرفته و اطلاعات مورد نیاز از طریق تکمیل پرسشنامه‌هایی که بدین‌منظور (ویژه صنعتگران) طراحی شد، به دست آمد. از سوی دیگر، نظر به اینکه تحقیق حاضر به موضوع گردشگران و بازاریابی صنایع دستی معطوف است، در موضوع گردشگران داخلی و خارجی و با توجه به گردشگران وارد شده به محدوده مورد مطالعه در سال ۱۳۸۷، ۱۰ هزار نفر بود که با استفاده از فرمول کوکران تعداد نمونه ۲۲۸ نفر مشخص گردید.

$$n = \frac{N t^2 S^2}{N d^2 + t^2 S^2}$$

جدول شماره ۱- تعداد افراد نمونه به تفکیک روستاهای مورد مطالعه

تعداد نمونه	نسبت به درصد	تعداد گردشگران وارد شده	نام روستا
۱۳۳	۵۸/۳۳	۵۸۳۴	زیارت
۳۹	۱۷/۱۰	۱۷۱۱	چهارباغ
۲۲	۹/۶۴	۹۶۴	شاهکوه
۳۴	۱۴/۹۱	۱۴۹۱	قرن‌آباد
۲۲۸	۱۰۰	۱۰/۰۰۰	جمع

مآخذ: نتایج مطالعات میدانی نگارنده

سمت غرب به شهر گرگان و دهستان انجیراب و از سمت شرق به دهستان قرق محدود می‌گردد. این دهستان بین ۳۶ درجه و ۴۰ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۵۳ دقیقه عرض شمالی و ۵۴ درجه و ۲۶ دقیقه و ۵۴ درجه و ۳۷ دقیقه طول شرقی واقع شده است. دهستان مذکور براساس سرشماری سال ۸۵ دارای ۲۴

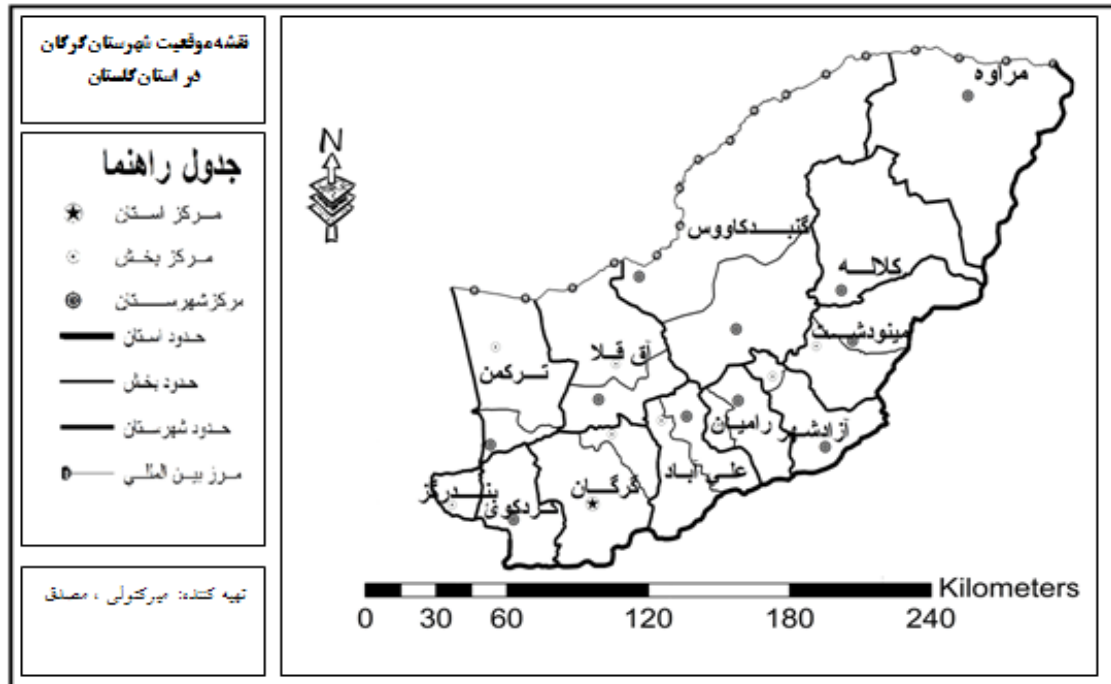
#### ۱-۵- بررسی موقعیت جغرافیایی- سیاسی دهستان

##### استرآباد جنوبی

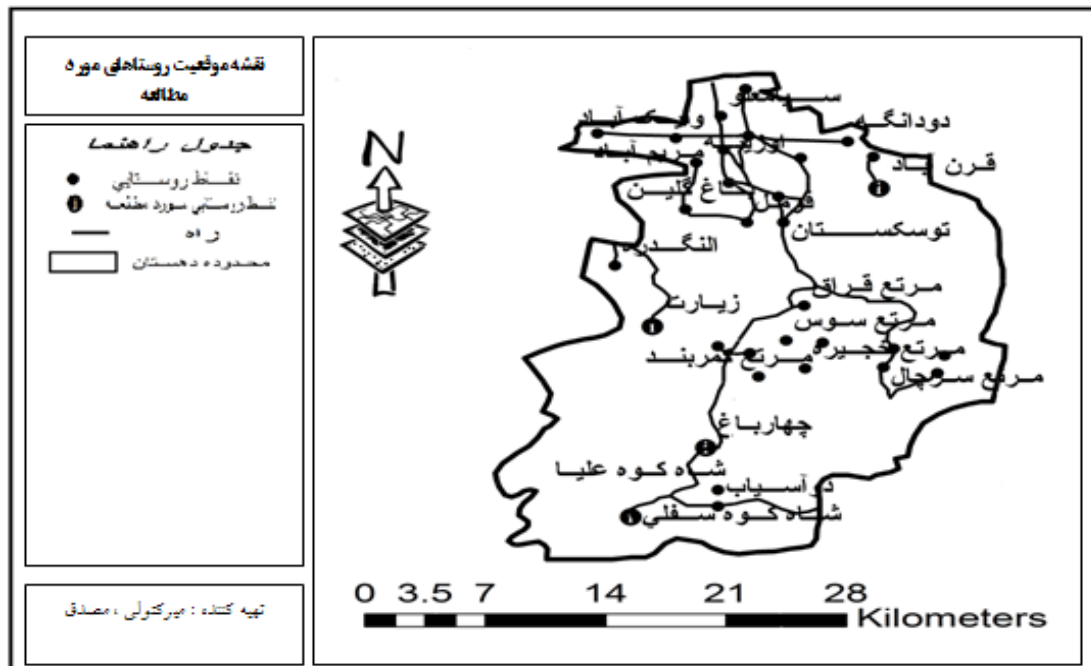
همان‌طور که در نقشه شماره ۱ و ۲ مشاهده می‌شود، دهستان استرآباد جنوبی از توابع بخش مرکزی شهرستان گرگان است که از سمت شمال و جنوب به ترتیب به دهستانهای استرآباد شمالی و کوهپایه و از

واقع گردیده است. شیب عمومی منطقه از جنوب به شمال است (طرح ساماندهی دهستان استرآباد جنوبی، ۱۳۷۳: ۲۵-۲۴).

آبادی بوده که از این تعداد ۲۲ آبادی دارای سکنه و تعداد ۲ آبادی خالی از سکنه بوده و مرکز آن روستای جلین علیا است که تقریباً در مرکز جغرافیایی دهستان



شکل شماره ۱- موقعیت شهرستان در استان گلستان



شکل شماره ۲- موقعیت دهستان استرآباد جنوبی

## ۲- مفاهیم و مبانی نظری تحقیق

## ۱-۲- مشکلات گردشگری روستایی

- بالا رفتن سطح قیمت‌های محلی در کالاها، خدمات افزایش و تغییر کاربری زمین؛
- افزایش مهاجرپذیری منطقه با توسعه گردشگری؛
- تخریب ساخت سنتی منطقه؛
- استفاده از نیروی کار زنان در کارهای کم درآمد؛
- تغییر الگوی فرهنگ و زندگی؛
- آلودگی زیست محیطی (ارمغان، ۱۳۸۶: ۱۱۲).

## ۲-۲- عوامل مؤثر در توسعه گردشگری

- منشی‌زاده عوامل زیر را در توسعه گردشگری مؤثر می‌داند:
- گسترش شهرنشینی؛
- توسعه ارتباطات و سهولت دسترسی؛
- توسعه دانش و فرهنگ عمومی؛
- اصلاح قوانین کار و بهبود شرایط؛
- افزایش سطح درآمد؛
- جاذبه‌های مذهبی و اماکن مذهبی؛
- تبلیغات؛
- امکانات و تسهیلات (منشی‌زاده، ۱۳۷۶: ۵۹).

## ۲-۳- انواع گردشگری

- گردشگری فرهنگی: کتابخانه‌ها، موزه‌ها، بناهای تاریخی مردم از این قبیل چیزها می‌شود (معصومی، ۱۳۸۴، ۱۰۵).

- گردشگری محیطی یا اکوتوریسم<sup>۱</sup>: اکوتوریسم، معادل طبیعت‌گردی است؛ جاذبه‌هایی که به نوعی با طبیعت در ارتباط هستند مانند: کوهنوردی، گردشگری سبز<sup>۲</sup>: هرچند که در برخی کشورها واژه "گردشگری سبز" به گردشگری در بیابانات خوش آب و هوا اطلاق می‌شود، اما اغلب برای توصیف انواعی از گردشگری به کار می‌رود که بیشتر با انگیزه دوستداری از محیط زیست صورت می‌گیرد تا گردشگری انبوه و به‌عنوان یک شیوه بازاریابی به کار می‌رود که دوستی با محیط زیست را پیشنهاد می‌کند و به صورت گسترده با گردشگری جایگزین و گردشگری مسئولانه و گردشگری جدید هم معنی است.

- گردشگری کشاورزی یا اگریتوریسم<sup>۳</sup>: گردشگران مدتی را برای گذراندن تعطیلات در روستا یا مزرعه با خانواده کشاورزان سپری می‌کنند و از محصولات کشاورزی و از اقامت گاه‌های آنان استفاده می‌کنند (معاونت گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۸۵: ۲۰-۱۹).

- گردشگری مزرعه یا فارم توریسم<sup>۴</sup>: به بررسی و معرفی گردشگری روستایی به‌عنوان نهادی ویژه در سازمان‌ها می‌پردازند، تا آن را به شرکت‌های کشاورزی ارتباط دهد (بقائی و دیگران، ۱۳۸۴: ۲).

- گردشگری مذهبی: زیارت مکانهای مذهبی موجب تسلاهی خاطر و آرامش روحی انسانها می‌شود؛ از آن جمله اند: شهرهایی مانند مشهد و قم در ایران، واتیکان در ایتالیا، روستاهای نظیر امامزاده داوود در

1. EcoTourism
2. Green Tourism
3. Agri\_Tourism
4. Farm-Tourism

- گردشگری دهکده ای: گردشگران در خانواده‌های دهکده زندگی کرده، در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی روستا مشارکت می‌کنند (افتخاری، ۱۳۸۴: ۵).

#### ۲-۴- قالب‌های گردشگری

گردشگری روستایی در کشورهای مختلف معانی و برداشت‌ها و خدمات متفاوتی دارد. برای مثال، در اسلوواکی مهمترین قالب گردشگری روستایی، سیاحت در مزارع خانوادگی است؛ جایی که مهمان به همراه خانواده کشاورز و در اتاق مهمان زندگی می‌کند. در یونان مهمترین خدمات گردشگری روستایی تأمین محل استراحت و صبحانه است که شامل منزل روستایی با لوازم سنتی آن و صبحانه سنتی است (دربان، ۱۳۸۵: ۵۳). در مجارستان اصطلاح گردشگری دهکده‌ای رایج است. در اندونزی نیز گردشگری روستایی به‌طور جدی در کشتزارهای مناطق سوماترا و جاوه توسعه یافته است که غالباً گردشگرها برای دیدن فعالیت‌هایی، از قبیل کاشت برنج و شیره‌گیری از کائوچو به مزارع سر می‌زنند. فرانسه هم که نمونه بارزی از صنعت گردشگری روستایی است، روستاییان یا مبادرت به اختصاص جایگاههایی در مزارع خود برای اردو زدن گردشگران می‌کنند، یا خانه‌های موسوم به گیتس Gits را برای مدتی کوتاه به صورت اجاره‌ای در اختیار گردشگران قرار می‌دهند (بقائی و دیگران، ۱۳۸۴: ۲).

#### ۲-۵- جاذبه‌های گردشگری روستایی

جاذبه‌های گردشگری روستایی به دو دسته طبیعی و فرهنگی، تاریخی تقسیم می‌شود که مهمترین

نزدیک تهران، جمکران در نزدیک قم (معصوم، ۱۳۸۲: ۱۹).

- گردشگری ورزشی: هدف گردشگران در این گردشگری، ورزش و مسابقات ورزشی است که شامل کوهنوردی، غارنوردی و قایقرانی می‌شود (نجفی، ۱۳۸۵: ۳۵-۳۲).

- گردشگری ماجراجویانه: در این گردشگری افراد به صورت شخصی یا گروهی خود را درگیر فعالیت‌های خطرناک و پردردسر می‌کنند که شامل: شکار حیوانات وحشی، قایق سواری در شیب‌های تند رودخانه و صخره نوردی است (قادری، ۱۳۸۳: ۲۸).

- گردشگری درمانی (توریسم درمانی): گردشگران به‌عنوان درمان به کشوری دیگر می‌روند و از آب و هوا و یا آب گرم آن کشور استفاده می‌کنند تا از نظر روحی و روانی به آنها کمک شود.

. - گردشگری نوستالژیک: دیدار افراد از محل‌هایی که قبلاً در آنجا به فعالیت اشتغال داشته‌اند: مانند دیدار آمریکاییان و ژاپنی‌ها از اماکنی که در طی جنگ جهانی دوم در آن جنگیده‌اند، یا دیدار رزمندگان از مناطق جنگی (رنجبریان فزاهدی، ۱۳۷۹: ۴۹).

- گردشگری شهری: گردشگری شهری با فعالیت‌های محلی ارتباط نزدیکی دارد. حفظ میراث شهری نظیر طرح‌های ساخت و بازسازی آب‌کنارها، متأثر از روابط قدرت درون و بیرون یک جامعه است و بتدریج آثار تاریخی و باستانی شهرها به شاهکارهای هنری تبدیل می‌شود و همه فراموش می‌کنند چه رابطه‌ای بین وضعیت فعلی و قبلی وجود دارد (ارمغان، ۱۳۸۶: ۷۵).

با توجه به اینکه این روستاها به لحاظ قرارگیری در دامنه‌های شمالی البرز و در منطقه کوهپایه‌ای ف جنگلی، از آب و هوای معتدل خزری متمایل به کوهستانی برخوردار است، علاوه بر اقلیم خنک و مناسب بودن وضعیت هوا در تابستان‌ها، به دلیل داشتن جاذبه‌های طبیعی زیبا و دل انگیز و چشم اندازهای بدیع و به خاطر وجود جاذبه‌های خاص گردشگری، اعم از طبیعی و تاریخی همواره مورد توجه خیل گسترده گردشگران، خصوصاً گرگانی‌ها بوده است؛ بویژه آنکه فاصله این روستاها از شهر گرگان زیاد نیست و دسترسی به این روستاها از طریق جاده جنگلی توسکاستان و ناهار خوران امکان‌پذیر است. بنابراین، با توجه به قابلیت‌ها و امکانات سرشاری که دارد، با برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری لازم می‌تواند به یک قطب بزرگ سیاحتی و گردشگری در این بخش از کشور تبدیل گردد. اهم قابلیت‌ها و امکانات گردشگری این روستاها را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

- مسیر دسترسی جنگلی بسیار زیبای روستای زیارت و چهارباغ و شاهکوه از ناهارخوران توسکاستان که خود یکی از شناخته شده ترین تفرجگاه‌های شمال ایران است، عبور می‌کند؛  
- وجود چشمه‌های آب گرم و سرد در داخل و اطراف روستای زیارت که سبب ایجاد حمام آب گرم معدنی شده است؛  
- وجود آبشارهای زیبا در جنوب و شرق روستای زیارت به نام آبشار دو قلوئی انزوان که فاصله اندکی از روستا دارند؛  
- وجود امامزاده در روستاهای فوق الذکر (امامزاده عبدالله - امامزاده نور - امامزاده طیب)؛

جاذبه‌های روستا یا دلایلی را که گردشگران جذب روستا می‌شوند، می‌توان به این شرح بیان کرد:

- گشت و گذار: (گردش در جاده‌های فرعی و طولانی کوهستانی و پارکهای طبیعی روستا، دوچرخه سواری، قاطر سواری؛
- فعالیت آبی: (ماهگیری، شنا، مسافرت در رودخانه (بوسيله قایق‌های خانه مانند، کرجی، موج سواری روی آب، مسابقه قایقرانی، کشتی رانی، انواع دیگر وسایل آبی)؛
- فعالیت‌های هوایی (هواپیمای سبک وزن، گلايدر دستی و بالون‌های هوای گرم)؛
- فعالیت‌های زمینی (تنیس، گلف)؛
- فعالیت‌های ورزشی (غار نوردی، صخره نوردی)؛
- فعالیت‌های مربوط به سلامتی (آب درمانی) (شارپلی و منشی زاده، ۱۳۸۰: ۱۱ و ۱۲).
- گیاهان خاص و کمیاب و دارویی؛
- صنایع دستی و محلی؛
- حیوانات بومی و محلی؛
- جاذبه‌های اقتصادی (بقائی و دیگران، ۱۳۸۴: ۳).

### ۳- بررسی وضعیت گردشگری و نقش آن در رونق

#### صنایع روستایی دهستان استرآباد جنوبی

#### ۳-۱- امکانات و جاذبه‌ها و توسعه گردشگری دهستان استرآباد جنوبی

گردشگری روستایی به دلیل ایجاد فرصت‌های شغلی و منابع اقتصادی زیاد برای دست اندرکاران، بویژه برای جوامع محلی در جوار فعالیت‌های کشاورزی و دامداری، صنایع دستی، اهمیت فوق العاده‌ای یافته است.



- وجود آب بندان ها در روستای قرن آباد؛  
- از همه مهمتر، برخورداری روستاها از معماری و بافت ویژه نقاط کوهستانی که منحصر به فرد است؛  
وجود بابا قنبر در یک کیلومتری جنوب شرق روستای زیارت، که زیر یک درخت بلوط کهنسال واقع شده است قدمت این درخت - که برای روستاییان مقدس است- به هزار سال پیش برمی گردد.

چنانکه اشاره شد، مجموعه گسترده‌ای از امکانات و قابلیت‌ها در روستا و اطراف آن وجود دارد که به راحتی می‌تواند با برنامه‌ریزی مناسب، سبب تحول شدید اقتصاد روستا گردد (طرح‌های روستاهای مورد مطالعه، ۱۳۸۲).

### ۲-۳- نتایج توصیفی پژوهش

۳-۲-۱- طبقه بندی و توصیف جداول توزیع فراوانی  
- نگرش گردشگران به نقش گردشگری

- مناطق بسیار زیبا در دامنه‌های غربی روستا، خصوصاً در ارتفاعات سروان سر؛  
- برخورداری از محورهای بسیار مناسب برای صعود به قله‌هایی مانند اوون- شاهوار زیلان که مورد استفاده کوهنوردان است، باعث شده تا همواره علاقه مندان زیادی برای این ورزش مفرح به روستاها مراجعه نمایند و امکاناتی از قبیل چندین چایخانه سنتی هتل و سوئیت را می‌توان ذکر کرد؛  
- تپه باستانی کل چال، تپه باستانی سروتپه در قرن آباد؛

- برخورداری از مواد لبنی و دامی و انواع میوه‌های جنگلی که طیف خاصی از ساکنان گرگانی را برای خرید به این روستاها می‌کشاند؛

- وجود کارگاه‌های صنایع دستی در روستای زیارت که در آن جاجیم، کوله پستی، سفره‌های قندی- گلیم- چغا تولید می‌گردد و دراین راستا ایجاد یک فروشگاه صنایع دستی از جمله اقدامات انجام شده است؛

جدول شماره ۲- نگرش گردشگران نسبت به نقش گردشگری در توسعه صنایع دستی

گزینه	درصد
بسیار زیاد	۲۲/۴
زیاد	۵۲/۲
کم	۱۹/۷
بی‌تأثیر	۵/۷
جمع	۱۰۰

توسعه صنایع دستی در حد زیاد و خیلی زیاد، ۱۹/۷ درصد کم و ۵/۷ درصد بی‌تأثیر دانسته‌اند.  
- نگرش گردشگران در توسعه صنایع دستی:

نتایج حاصل از جدول فوق نشان می‌دهد که ۷۶/۶ درصد نمونه مورد مطالعه نقش گردشگری را در

جدول شماره ۳- نگرش گردشگران نسبت به نقش گردشگری در هریک از مقوله‌های مرتبط با توسعه صنایع دستی

کاملاً مخالف	مخالف	بی‌نظر	موافق	کاملاً موافق	درجه موافقت گزینه
۰/۰	۸/۳	۱/۳	۴۳/۴	۴۶/۹	کوتاه‌شدن مسیر عرضه محصول
۰/۰	۱۱/۴	۳/۹	۵۳/۵	۳۱/۱	رقابتی‌شدن از لحاظ کیفیت و قیمت
۰/۰	۱۱/۰	۱/۳	۴۲/۱	۴۵/۶	بهبود وضعیت اقتصاد
۰/۴	۱۲/۷	۳۵/۵	۳۵/۵	۴۸/۲	افزایش سطح اشتغال
۲/۲	۱۷/۱	۷/۵	۳۵/۱	۳۸/۲	کاهش مهاجرت
۰/۴	۷/۹	۳/۱	۴۰/۸	۴۷/۸	رونق صنایع دستی
۰/۰	۱۰/۵	۲/۲	۴۳/۹	۴۳/۴	رونق بازار تولیدات کشاورزی
۰/۰	۸/۳	۰/۹	۴۳/۰	۴۷/۸	توسعه امکانات رفاهی
۰/۰	۱۱/۸	۰/۹	۳۶/۰	۵۱/۳	غنی‌تر شدن فرهنگ روستا

محصولات، غنی‌تر شدن فرهنگ، افزایش سطح اشتغال، دسترسی به ایده‌های جدید، و به طور کلی توسعه صنایع دستی منطقه داشته باشد.  
- اولویت بندی دیدگاه گردشگران:

از سوی دیگر، رونق گردشگری و افزایش میزان گردشگران در منطقه مورد مطالعه، می‌تواند آثار مثبتی در بهبود وضعیت اقتصادی ساکنان این مناطق، کاهش مهاجرت، توسعه امکانات روستاها، رونق بازار تولیدات کشاورزی خاص این مناطق، همچنین تبلیغ

جدول شماره ۴- اولویت بندی دیدگاه گردشگران از علت حضور آنها در منطقه

کل نمونه		قرن‌آباد		چهارباغ		شاهکوه		زیارت		روستا
علت گردشگری	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	رتبه	علت گردشگری
آشنایی با آداب و رسوم	۷/۷۱	چهارم	۵/۶۸	پنجم	۱۵/۳۸	پنجم	۹/۲۱	پنجم	۱۰/۲۹	پنجم
تفریح و استفاده از آب و هوا و مناظر	۹۷/۵۶	اول	۹۷/۷۳	اول	۹۲/۹۵	اول	۹۶/۳۸	اول	۹۴/۸۵	اول
خرید صنایع دستی	۴۸/۱۲	سوم	۳۰/۶۸	چهارم	۳۵/۹۰	چهارم	۴۲/۴۳	سوم	۳۵/۲۹	سوم
دید و بازدید از اماکن تاریخی	۶۷/۶۷	دوم	۴۵/۴۵	دوم	۴۶/۱۵	دوم	۵۹/۷۶	دوم	۵۳/۶۸	دوم
دیدن اقوام و آشنایان	۳/۹۵	پنجم	۴۳/۱۸	سوم	۳۸/۴۶	سوم	۱۷/۴۳	چهارم	۲۹/۴۱	چهارم

روستا هم بالاترین رتبه تفریح و استفاده از آب و هوا و در رتبه پنجم، آشنایی با آداب و رسوم است؛ با این تفاوت که در روستای زیارت رتبه پنجم دیدن اقوام آشنایان است که دلیل آن غیربومی بودن گردشگران است.

- نگرش گردشگران به نقش جاذبه ها در جذب گردشگر:

نتایج حاصل از جدول فوق نشان می‌دهد که از مجموع ۲۲۸ نفر نمونه مورد مطالعه ۹۶/۳۸ درصد علت حضور خود را در منطقه تفریح و استفاده از آب و هوا و مناظر، ۵۹/۷۶ درصد دید و بازدید، ۴۲/۴۳ درصد خرید صنایع دستی، ۱۷/۴۳ درصد دیدن اقوام و آشنایان و ۹/۲۱ درصد آشنایی با آداب و رسوم مردمان ساکن در این مناطق اعلام نموده‌اند. در سطح

جدول شماره ۵- نگرش گردشگران نسبت به نقش هریک از مقوله‌های ذیل در جذب گردشگر

کاملاً مخالف	مخالف	بی نظر	موافق	کاملاً موافق	
در صد	در صد	در صد	در صد	در صد	
-	۳/۱	۰/۴	۳۵/۵	۶۱/۰	مناظر طبیعی
-	۳/۵	۰/۹	۳۶/۰	۵۹/۶	ویژگی‌های آب و هوایی
-	۳۰/۷	۶/۱	۴۳/۴	۱۹/۷	آداب و رسوم
۱/۸	۳۶/۰	۹/۶	۳۸/۶	۱۴/۰	صنایع دستی
۳/۵	۱۰/۱	۳/۹	۵۴/۸	۲۷/۶	نزدیک بودن به شهر
-	۱۳/۲	۳/۱	۵۰/۹	۳۲/۹	جاذبه‌های گردشگری
۰/۹	۱۵/۴	۵/۳	۶۳/۶	۱۴/۹	بهبود کیفیت محصولات
-	۱۵/۴	۳/۱	۶۴/۹	۱۶/۷	افزایش میزان فروش
۲/۲	۱۶/۷	۵/۳	۵۹/۶	۱۶/۲	دسترسی به ایده‌های جدید
-	۲/۶	۴/۸	۴۱/۷	۵۰/۹	افزایش تعداد گردشگر
۰/۴	۱۴/۰	۳/۵	۵۸/۳	۲۳/۷	کوتاهتر شدن مسیر عرضه
۰/۹	۵/۷	۳/۱	۵۱/۸	۳۸/۶	بهبود وضعیت اقتصادی ساکنان
۰/۴	۱۱/۴	۳/۵	۶۱/۰	۲۳/۷	بهبود امکانات رفاهی منطقه

مآخذ جداول: نتایج مطالعات میدانی نگارنده نتایج حاصل از جدول فوق حاکی از آن است که ۹۶/۹ نمونه مورد مطالعه (گردشگران)

مناظر طبیعی، ۹۶ درصد ویژگی‌های آب و هوایی،  
 ۶۳/۴ درصد آداب و رسوم، ۵۳/۱ درصد صنایع  
 دستی، ۸۲/۹ درصد نزدیک بودن به شهر و به‌طور  
 کلی ۹۷/۳ درصد جاذبه‌های گردشگری در جذب  
 گردشگران مؤثر است.  
 - نگرش صنعتگران در تهیه مواد اولیه

جدول شماره ۶- نگرش صنعتگران در مورد نحوه تهیه مواد اولیه

درصد	کانال تهیه مواد اولیه
۱/۸	خود تولیدی
۳/۵	سازمان صنایع دستی
۳۵/۱	واسطه‌ها و دلالان
۵/۳	فروشنندگان محلی
۵۴/۴	عمده‌فروشان
۱۰۰	جمع

۳/۵ درصد از سازمان صنایع دستی و ۱/۸ درصد مواد  
 اولیه مورد نیاز را خودشان تولید می‌کنند.  
 - توزیع پاسخ‌های صنعتگران در مورد چگونگی  
 فروش:

نتایج حاصل از جدول (۴-۲۱) نشان می‌دهد که به  
 ترتیب ۵۴/۴ درصد صنعتگران مواد اولیه مورد نیاز  
 خود را از طریق عمده‌فروشان، ۳۵/۱ درصد از طریق  
 واسطه‌ها و دلالان، ۵/۳ درصد از فروشنندگان محلی،

جدول شماره ۷- توزیع پاسخ‌های صنعتگران در مورد چگونگی فروش محصولات.

درصد	آماره گزینه
۳۰/۹	خرده‌فروشی
۳۲/۷	فروش به واسطه‌ها
۱/۸	تجار صادر کننده
۲۵/۵	عرضه مستقیم به بازار محلی
۹/۱	عرضه در نمایشگاه بین‌المللی
۱۰۰	جمع

درصد از طریق واسطه‌ها، ۱/۸ درصد از طریق تجار  
 صادرکننده، ۲۵/۵ درصد از طریق عرضه مستقیم در

نتایج حاصل از جدول فوق، حاکی از آن است که  
 از مجموع ۵۵ نفر صنعتگر، ۳۰/۹ درصد آنان فروش  
 محصولات خود را از طریق خرده‌فروشی، ۳۲/۷

بازار محلی و ۹/۱ درصد از طریق عرضه در نمایشگاه - توزیع نگرش صنعتگران در مورد مشکلات بین‌المللی به فروش می‌رسانند. فروش:

جدول ۸- توزیع نگرش‌های صنعتگران در مورد مشکلات فروش محصولات.

درصد	آماره گزینه
۴۹/۴۱	نبود شبکه خرید مناسب
۸	نبود تعاونی‌های بازاریابی
۲۲/۸۳	وجود دلالان و واسطه‌ها
۱۹/۵۲	تبلیغات ناکافی در ارتباط با محصول
۱۰۰	جمع

واسطه‌ها و ۱۹/۵۲ درصد تبلیغات ناکافی در ارتباط با محصول دانسته‌اند.

- اولویت بندی صنایع دستی مورد علاقه گردشگران:

نتایج حاصل از جدول فوق نشان می‌دهد که از مجموع ۵۷ نفر صنعتگر، ۴۹/۴۱ درصد مشکلات فروش را در نبود شبکه خرید مناسب، ۸ درصد نبود تعاونی‌های بازاریابی، ۲۲/۸۳ درصد وجود دلالان و

جدول شماره ۹- اولویت بندی صنایع دستی مورد علاقه گردشگران

شماره اولویت	میانگین نمره از ۱۰۰	صنایع دستی مورد علاقه گردشگر
اول	۸۰/۵۳	جاجیم
دوم	۴۳/۲۵	لباس محلی
سوم	۲۴/۸۲	کلاه
چهارم	۲۲/۶۳	چغا
پنجم	۱۸/۹۵	کوله پستی
ششم	۱۰/۴۴	سوزن دوزی
هفتم	۷/۰۲	ابریشم‌بافی

درصد جاجیم، ۴۳/۲۵ درصد لباس و ۲۴/۸۲ دیگر کلاه، ۲۲/۶۳ درصد چغا، ۱۸/۹۵ درصد کوله پستی،

نتایج حاصل از جدول (۴-۴۸) نشان می‌دهد که از مجموع ۲۲۸ نفر نمونه مورد مطالعه به ترتیب ۸۰/۵۳

فرضیه ۱: گردشگری روستایی در رونق صنایع دستی مؤثر است.

فرض صفر: گردشگری روستایی در رونق صنایع دستی مؤثر نیست.

۱۰/۴۴ درصد سوزن‌دوزی و ۷/۰۲ درصد ابریشم‌بافی را از صنایع دلخواه خود اعلام نظر نموده‌اند.

### ۳-۳- نتایج تحلیلی پژوهش

نقش گردشگری در رونق صنایع دستی

جدول شماره ۱۰- توزیع فراوانی‌های مشاهده شده، انتظار و باقیمانده حاصل از آزمون کای اسکوتر در مورد نقش

#### گردشگری در رونق صنایع دستی.

آماره گزینه	مشاهده شده	انتظار	باقیمانده
مخالف	۴۹	۷۶	-۲۷
نظری ندارم	۵۳	۷۶	-۲۳
موافق	۱۲۶	۷۶	۵۰
جمع	۲۲۸	-	-

جدول شماره ۱۱- نتایج حاصله از آزمون کای اسکوتر در مورد نقش گردشگری در رونق صنایع دستی.

متغیر	کای اسکوتر	درجه آزادی	سطح معناداری	کای اسکوتر مبین (۰/۰۱)
نقش گردشگری در رونق صنایع دستی	۴۹/۴۴	۲	۰/۰۰۰	۹/۲۱۰

سود رسانی خوبی برای جوامع روستایی داشته باشد، که این در نهایت افزایش درآمد را در پی خواهد داشت، اما رسیدن به این فرایند و تبدیل شدن این گونه گردشگری به فرهنگ، در جوامع مختلف با مشکلات عدیده‌ای مواجه است که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم افزایش یا کاهش درآمد روستاییان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. حل این مشکلات می‌تواند کمک شایانی در رسیدن به اهداف گردشگری روستایی (به ویژه افزایش درآمد) به شمار آید.

با توجه به اینکه کای اسکوتر مشاهده شده (۴۹/۴۴) با درجه آزادی ۲ از کای اسکوتر مبین (۹/۲۱۰) در سطح ۰/۰۱ درصد بزرگتر است، لذا فرض صفر رد و فرض تحقیق اثبات می‌گردد. بنابراین، می‌توان گفت که گردشگری روستایی در رونق صنایع دستی مؤثر است. همچنین، می‌توان نتایج حاصل از این آزمون را با حدود اطمینان ۹۹ درصد به جامعه آماری تعمیم داد.

#### ۴- نتیجه گیری

برنامه‌ریزی خوب و مناسب ضرورتی است که اگر گردشگری روستایی از آن بهره مند شود، می‌تواند

به مقصد گرگان می‌آیند، یا برعکس، باعث نگرانی مردم منطقه و گردشگران شده است که بهتر است در این زمینه تمهیداتی اندیشیده شود.

ج) بازگشت ضعیف سرمایه: بازگشت سرمایه در گردشگری روستایی در مقایسه با سایر سرمایه‌گذاری‌های تجاری سرعت بسیار پایینی دارد. با توجه به این مسأله کشاورزان و روستاییان هیچ‌گاه اقدام به سرمایه‌گذاری سنگین در جهت تأمین امکانات و ساختمان‌های جدید برای گردشگران نمی‌کنند. گردشگران نیز تمایل به مسافرت به نقاطی را دارند که از لحاظ امکانات رفاهی کاملتر باشند. این نیز کاهش فروش محصولات و عدم افزایش یا افزایش ناچیز درآمد را به دنبال خواهد داشت. روستای شاهکوه و قرن‌آباد با توجه به گردشگرانی که به این منطقه می‌آیند، فاقد رستوران است، ولی چندین فروشگاه مواد غذایی و چایخانه سنتی ایجاد شده است. شایان به ذکر است که این جوانان، قبلاً از منطقه شاهکوه به گرگان مهاجرت کرده، ولی با افزایش تعداد گردشگر در فصل تابستان و بهار، بسیاری از این جوانان بخصوص در این ایام به روستا برگشته و به دلیل اشتغال به دامداری در این منطقه به فروش محصولاتی مانند گوشت، مواد لبنی، عسل، صنایع دستی پرداخته‌اند که باعث اشتغال‌زایی و منبع درآمد آنها شده است. همچنین می‌توان از مهاجرت جوانان روستا به شهرها جلوگیری کرد (بقائی و دیگران، تحقیقات میدانی).

د) وجود دلالتان و واسطه‌ها در عرضه صنایع دستی: با توجه به آنکه بخش قابل توجهی از بازار

برخی از مشکلات و موانع این صنعت عظیم در دهستان استرآباد جنوبی که به نظر می‌رسد اهمیت بیشتری داشته باشند، بدین شرح اند:

الف) فقدان مهارهای مدیریتی: مشکلی که اکثر کشورها با آن دست به گریبان هستند، فقدان مهارتهای مدیریتی در میان کشاورزان و روستاییان (و دست‌اندرکاران دولتی و غیردولتی) درگیر در پروژه‌های گردشگری روستایی است. این خود مشکلاتی، از قبیل عدم توانایی در انتخاب پروژه‌های مناسب توسعه این نوع گردشگری و عدم توانایی در ارزیابی آثار منفی و مثبت این پروژه‌ها روستاها را به همراه خواهد داشت. همچنین، این مشکلات با توجه به پتانسیل‌های بالا، در روستاهای دهستان استرآباد جنوبی هم وجود دارد که با برنامه‌ریزی‌های مناسب می‌توان از این پتانسیل‌ها استفاده کرد.

ب) ساختار حمل و نقل: بسیاری از مناطق روستایی با وجود داشتن مناظر طبیعی شاخص و زیبا، فاقد شبکه جاده‌ای و ریلی مناسبند که این خود دسترسی به این اماکن را مشکل و گاه ناممکن می‌سازد. در روستای شاهکوه و چهارباغ، با توجه به کوهستانی بودن منطقه، با همت بنیاد مسکن و دهیاران این منطقه، توانستند قسمتی از مشکلات مربوط به راه‌ها را با آسفالت و عریض کردن جاده حل نمایند که در حال حاضر این روند همچنان ادامه دارد. همچنین کم بودن تعداد وسایل نقلیه عمومی در این روستاها، کم عرض بودن جاده در منطقه کوهستانی و عبور کامیونهای سوخت (نفت، گازوئیل) که از شاهرود

و حتی کشورهای خارج به تبلیغ بیشتر محصول بپردازند.

#### ۵- پیشنهادها

در این تحقیق کوشش شده است تا وضعیت گردشگری منطقه استرآباد جنوبی واقع در شهرستان گرگان مطالعه و بررسی گردد. عمده نتایج به دست آمده از این تحقیق، بدین شرح است: گردشگران علت حضور خود را در منطقه به ترتیب ۹۷/۵۶ درصد تفریح و استفاده از آب و هوا و مناظر، ۶۷/۶۷ درصد دید و بازدید، ۴۸/۱۲ درصد خرید صنایع دستی، ۳/۹۵ درصد دیدن اقوام و ۷/۷۱ درصد آشنایی با آداب و رسوم ساکنان این مناطق اظهار داشته‌اند. در این مورد می‌توان ادعا داشت که حدود ۶۳ درصد مسافرتها به این مناطق به منظور تفریح و استفاده از آب و هوا و خرید صنایع دستی بوده است که رقم قابل توجهی است و می‌توان از آن در برنامه‌ریزی مناسب به منظور رونق بخشیدن به بازار فروش محصولات صنایع دستی استفاده نمود. همچنین ۷۴/۶ درصد گردشگران نقش گردشگری را در توسعه و رونق صنایع دستی در حد بسیار زیاد و زیاد اعلام نموده‌اند. بنابراین، باید به شیوه‌های گوناگون، مانند رسانه‌های جمعی، تهیه فیلم‌های منطقه تند، تهیه پوستر و غیره، ویژگی‌های گردشگری و جذاب این مناطق را معرفی و در جذب گردشگران به این مناطق تلاش نمود.

همچنین رونق گردشگری و افزایش میزان گردشگران در منطقه مورد مطالعه، می‌تواند آثار مثبتی

فروشی محصولات صنایع دستی در اختیار دلان و واسطه‌هاست که منجر به افت کارآیی بازار یابی و افزایش قیمت مصرف کننده می‌شود، پیشنهاد می‌گردد مسئولان نسبت به ساماندهی بازار های فروش صنایع دستی اقدام نمایند تا ضمن مهار رشد بی رویه و کاذب محصولات صنایع دستی، موجبات افزایش حاشیه سود تولید کنندگان و رفاه مصرف کنندگان و خریداران این محصولات فراهم شود. همچنین با توجه به کوچک بودن کارگاههای خانگی و ناکافی بودن سرمایه صنعتگران که موجب رکود صنعت و نفوذ واسطه‌ها و دلان فرصت طلب شده است، اعطای وامهای کم بهره از سوی دولت به صنعتگران می‌تواند تا حدودی در فرآیند تولید و بازار رسانی این محصولات کمک نماید. بدیهی است نرخ بهره وام های پرداختی باید به گونه ای تعیین گردد که از سود حاصل از صنایع دستی بالاتر نباشد. به عبارت دیگر، این نرخ باید به اندازه ای باشد که سود حاصل از تولید صنایع دستی قادر به باز پرداخت اقساط تسهیلات اعطایی بوده، انگیزه ادامه فعالیت را مختل نکند.

ر) فروش محدود محصولات صنایع دستی: از آنجا که بیشتر خریداران صنایع دستی از مناطق مجاور هستند، پیشنهاد می‌گردد برای تبلیغ تولیدات دستی این مناطق و گسترش بازار فروش، سازمان صنایع دستی، میراث فرهنگی و گردشگری نسبت به اعزام صنعتگران و کارشناسان بازاریابی، به همراه کالاهای تولید شده در نمایشگاههای برپا شده در سایر استانها



باعث افت بازار و میزان فروش می شود. لذا پیشنهاد می شود نهاد های دولتی ذی ربط به طور مستقیم مواد اولیه مورد نیاز صنعتگران را تهیه کنند و در اختیار آنها قرار دهند. در مجموع صنعتگران، مشکلات بازاریابی و بازار رسانی صنایع دستی را فقدان شبکه خرید مناسب، زیاد بودن تعداد دلالان و واسطه ها و تبلیغات ناکافی می دانند که این مهم باید مورد توجه برنامه ریزان و مسئولان قرار گیرد. از سوی دیگر، باید با تهیه بروشورهای تبلیغاتی، شناخت مطلوبی از محصول در داخل و خارج کشور ایجاد کرد. به نظر می رسد کلیه مشکلات فوق الذکر با ایجاد ((تعاونی بازاریابی صنایع دستی)) رفع گردد. به عبارت دیگر، تعاونی بازاریابی دارای وظایفی باشد که به رفع موانع فوق بینجامد. نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که گردشگران، جاجیم را با ۸۰/۵۳ درصد به مراتب بیشتر از بافتنی های دیگر پسندیده، خریداری می نمایند. لذا پیشنهاد می شود در مورد سایر محصولات مثل چغما، لباس و غیره از ابزارهای تشویقی و تبلیغی با استفاده از رسانه های جمعی تبلیغ لازم صورت پذیرد.

در بهبود وضعیت اقتصادی در ساکنان این منطقه، کاهش مهاجرت، توسعه روستاها، افزایش سطح اشتغال، رونق بازار تولیدات کشاورزی خاص این مناطق، همچنین تبلیغ محصولات، افزایش میزان فروش، دریافت ایده های جدید، رقابتی شدن از لحاظ کیفیت کالاها در بین صنعتگران منطقه و به طور کلی، رونق و توسعه صنایع دستی منطقه را به دنبال داشته باشد. از نظر صنعتگران، بیشترین گردشگران مربوط به داخل استان و منطقه مورد مطالعه هستند. که این امر به دلیل نزدیکی و خوش آب و هوا بودن مناطق مورد نظر به محل سکونت گردشگران است. این در حالی است که تنها حدود ۴۲/۴۳ درصد از سایر استانها به این منطقه مسافرت می نمایند. رقم مذکور می تواند برای توسعه و رونق صنایع دستی و گردشگری در منطقه مناسب باشد، لیکن نیازمند برنامه ریزی و توجه ویژه مسئولان است. همچنین نتایج نشان می دهد که در تهیه مواد اولیه نیز دلالان و واسطه ها نقش قابل توجهی دارند و از دیدگاه صنعتگران به حدود ۳۵ درصد می رسد. این موضوع می تواند در قیمت تمام شده محصولات تولید شده اثرگذار باشد و در نهایت،

## References

- Armaghan, Simin (2008) Tourism and its' Role on Geography. Islamic Azad
- Eftekhary, A. Reza (2006) The Measures for Rural Tourism Development. Human Sc. Modarres. No. 2. Section 10. Summer.
- Baghaei, Mossaib and etal (2005) Rural Tourism as an Income Resource for people. Dehbary, Extension Information. Year3, No. 16.

- Jahed, S. Siamak(2006) Agricultural Tourism. Shahradiha and Dedariha Organization.
- Jahangard, Esfandiar(2006) The Role of Rural Industries on Iran Economic. Jahad Monthly, No. 190-191.
- Darban Astaneh, A. R. (2006) Sustainable Rural Tourism and its' Indicators Evaluation. Manicipal an Rural Administration Organization

- Dodangy, Mohammad and Nahid(2002) The Economic Resources of Integrated Tourism Project of Golestan Province.
- Dekhoda Ali akbar Volume 19 (1995) Loghat Nameh. Tehran Unversity. 11-12-1981, Tourism Industy Geography, Rezvani, A. Payame Nour Univer.
- Ranjbaran, B. , Zahedi, Mohammad (2000) Tourism Planning. Jahad Daneshghahi, Isfahan.
- Sharpaei, Richard (2001) Rural Tourism. Trans. Monshizadeh, R. and Nassiri,F. Tehan Nashr Pub.
- Ghaderi, Zahed (2004) Rural Tourism. Manicipal an Rural Administration Organization.
- Deputy of Tourism an Cultural Haritage Organ. (2006) Introduction to Rural Tourism.
- Maasoum, Jalal(2003) Priciples Concpets of Rural Tourism. Dehyariha
- MMAasoumi, M. (2005) Nature of Tourism. Paike Koossar Pub.
- Monshizadeh, R (1997) The Tourism. Massiha Pub.
- Najafi, Kobra(2006) Short Look at Ecotourism Attraction in Iran. Manicipal and Rural Organ.
- Jahad Ministry, Deputy of Omran(1994))Southern Estaeabad Development and Imrovment Project.
- Khowd, L ,2001, "Rural Tourism ,Ponanacea and Paradox" , school of western Sydney
- [www. geography. sit. co. uk](http://www.geography.sit.co.uk)
- [www. touristy. blogfa. com](http://www.touristy.blogfa.com)

## **A Study On the Rural Tourism Status and Its Role on Handicraft Business Development. Case study: Southern Estarabad, Gorgan**

**Jafar Mir Katouli\***

Assistant Professor of Geography and Urban Planning, University of Golestan, Gorgan, Iran

**Razieh Mossadegh**

M.A in Geography and Urban Planning, University of Golestan, Gorgan, Iran

### **1- Introduction**

Today the tourism and its economy has become one of the original bases of world trade. In addition to the tourism which has an effective role in national development and diversity of economy, handicraft business can be considered as a complimentary to historical and tourism attraction. The objective of this study is to investigate the status of rural tourism and its role in handicraft business development, which has been done in southern Estarabad, Gorgan. The study used descriptive and field search analytical methodology. The data collection is done through literary and field study methods. The population of study consists of 57 handicraft professionals in the area which are chosen based on census method by the mean of all professionals. To study the role of tourism volume, using the Koulam method 228 people selected who are classified and referred to randomly. For analyzing data, K-Square method is used.

### **2- Theoretical Bases**

The rural tourism in different countries has different meanings and concepts. For example, in Slovakia, the rural tourism is walking around farms and lodging in guest room of farmers. In Greece, the most important tourism service is accommodation in farmers house with breakfast in home with traditional method. Among Hungarians the term of village tourism is commonly used. In Indonesia the rural tourism is very important and has been developed in Sumatra and Java farms. Tourists visit rice farming and kaocho harvesting. France has the best pattern of rural tourism: the farmers have special place in farms for tourists camping or build a house called " Gits" for rental lodging. Rural tourism attractions are divided in two groups: natural and cultural – historical. Because of creating job opportunities and economic sources, Rural tourism is very important for rural communities beside the agriculture, animal husbandry and handicrafts. Villages, because of having attraction in natural beauties and scenic landscapes and also historical attractions, are appreciated by tourists. Rural peoples activities in handicraft business add to the tourism attractions and their economical conditions.

### **3- Discussion**

The cause of tourists presence in the area as they explain are 97.56% for recreation and taking advantages of nice weather and scenic views, 67.67% visiting people, 48.12% handicrafts shopping, 3.95% visiting relatives, 7.71% getting familiar with people culture and traditional life. It can be remarked that about 63% of voyages are in order to recreation,

---

\*Email: g\_katouli@yahoo.com

Call: 09113715766

enjoying weather and handicrafts shopping which was a notable figure, and it can be used in planning for development of handicraft products market. Also, about 74.6% of tourists have recommended for developing handicrafts production. From the view point of handicraft professionals most of the tourists are from the inside of province and the study area 43.42% of tourists are from other provinces.

#### **4- Conclusion**

In this area, the tourism industry is facing some challenges such as lack of management skills, unsuitable transportation structure, weak investment return, existing medias and retailers of handicrafts market and limited sale of products. The development and improvement of handicrafts production and tourism need planning and attention of authorities. The area has high potential so precise planning using different procedures such as mass media making films and posters may be helpful in attraction of tourists and introduction of tourism characteristics of this area.

#### **5- Suggestions**

By development of tourism and increasing tourists in the area, it is possible to see the Positive effects in economic status of resident of the area, reduction in immigration, rural development, increase in job opportunities, improvement in markets of agricultural products, introduction of products for sale and competition in quality between professionals of handicrafts. It is suggested that government organization help in preparing raw material of handicrafts. Advertising and introduction of products can make internal and external market. By establishment of cooperative companies the market of handicrafts will improve.

**Keywords:** Rural tourism, Handicrafts, Gorgan, Rural development.