

عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در منطقه روستایی کلاردشت

طاهره عبدالمنافی*

کارشناس ارشد رشته توسعه روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

مصطفی ازکیا

عضو هیات علمی دانشگاه تهران و استاد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

چکیده

هدف اصلی این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در مناطق روستایی کلاردشت است. برای رسیدن به اهداف تحقیق از دو روش اسنادی و میدانی (پیمایشی) استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق را خانوارهای روستاهای «ولوال و رودبارک» که جزء مناطق روستایی و گردشگری منطقه کلاردشت هستند، تشکیل دادند که ۱۳۲۰ خانوار بودند. حجم نمونه در این تحقیق نیز ۳۰۰ نفر به دست آمد. بر طبق نتایج، مشارکت مردم و متصدیان مربوطه کشور در امر حفاظت محیط زیست جهانی، میراث فرهنگی و طبیعت، به عنوان یک عامل مؤثر می تواند به توسعه صنعت جهانگردی کشور کمک نماید. توسعه صنعت گردشگری نیاز به پیش شرطهایی در حوزه های مختلف دارد که از جمله این موارد می توان به آموزش و اطلاع رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگر و گردشگری از طریق توسعه نهادها و سازمان های مرتبط، توسعه برنامه های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه های طبیعی و تاریخی و مواردی از این دست در منطقه اشاره نمود.

واژه های کلیدی: گردشگری روستایی، صنعت گردشگری، کلاردشت.

مقدمه

گردشگری واژه‌ای است که دارای معانی مختلفی نظیر، حرکت دورانی (چرخش)، عمل پیمودن، طی کردن پیرامون، سیر کردن، گردش نمودن، و به‌عبارت دیگر استفاده از تعطیلات، تامین سلامتی، مطالعه و تحقیق در موارد مذهبی و ورزشی دانست (شکویی، ۱۳۵۴). اما گردشگری روستایی به کلیه فعالیت‌های گردشگری که در محیط‌های روستایی با توجه به فرهنگ و بافت سنتی روستا، هنر و صنایع روستایی و آداب و رسوم سنتی که در برگیرنده گردشگری زراعی، اکوتوریسم و... است، گفته می‌شود. دات^۱ گردشگری روستایی را فعالیتی چندوجهی می‌داند که در محیط خارج از شهر صورت می‌گیرد و به گردشگران ماهیت زندگی روستایی را نشان می‌دهد (منشی‌زاده، ۱۳۸۴).

در این راستا امروزه برنامه‌ریزی منطقه‌ای به‌ویژه برای توسعه مناطق در بسیاری از کشورها در خصوص جذب گردشگر ضرورت تام یافته است. از سوی دیگر صنعت جهانگردی به‌عنوان مهم‌ترین صنعت جهان در دهه‌های اخیر رشد سریعی در توسعه اقتصادی جهان داشته است که یکی از مهم‌ترین آثار رشد سریع جهانگردی، مسأله اشتغال‌زایی می‌باشد که در توسعه و گسترش فرصت‌های شغلی برای اقشار مختلف جامعه مؤثر بوده است و آنچه که توجه ما را جلب می‌کند، پتانسیل‌های مناطق روستایی می‌باشد که می‌توان از آن در حوزه توسعه منطقه‌ای مناطق روستایی و مراکز گردشگری- تفریحی برای پیشبرد اهداف کلان توسعه کشورها استفاده نمود تا بتوان با استفاده از امکانات مراکز گردشگری روستایی در برنامه‌ریزی منطقه‌ای نقشی را برای مراکز تفریحی- گردشگری در توسعه کشورها در نظر گرفت (لی، ۱۳۷۸).

از طرف دیگر زندگی شهری امروزه در پشت نقاب خود، انبوهی از مشکلات و خستگی‌ها را به همراه دارد که انسان را وادار می‌کند تا برای رفع خستگی‌ها و استراحت به طبیعت پناه ببرد که این امر موجب توجه به گردشگری شده است. همه ساله گردشگران زیادی در نقاط مختلف دنیا به طبیعت و مناطق روستایی روی آورده و اوقات فراغت خود را به دور از هیاهوی شهرها سپری می‌کنند. از این رو توجه به گردشگری روستایی خالی از اهمیت نمی‌باشد (Lane, 1994).

در طی چهار دهه گذشته گردشگری یکی از عوامل اصلی توسعه اقتصادی و اجتماعی بسیاری از مناطق بوده است. بر اساس تحقیقات سازمان گردشگری جهانی^۲ در طی دو دهه آینده، صنعت گردشگری به‌سرعت به رشد خود ادامه داده و به بزرگترین صنعت جهان تبدیل شده است. رشد صنعت گردشگری تا سال ۲۰۱۰ بین ۳/۴ تا ۶/۷ درصد رسیده است (رضوانی، ۱۳۷۹).

چنانچه از مطالعات صورت گرفته در مورد گردشگری در ایران برمی‌آید متأسفانه علی‌رغم توجه به گردشگری در برنامه‌های پنج‌ساله و سند چشم‌انداز توسعه کشور، به مثابه یکی از مهم‌ترین عوامل اشتغال‌زایی- این فعالیت عظیم جهانی- با نوعی رکود و وقفه در کشور روبه‌روست و هنوز در برنامه‌ریزی

^۱ Dot

^۲ World Tourism Organization

گردشگری جایگاه خود را در برنامه‌ریزی عمران و توسعه پیدا نکرده است. این کمبود در مقیاس ملی در تمام عرصه‌های سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و مدیریت نیز به چشم می‌خورد.

فیض‌الهی در سال ۱۳۸۳ در پژوهشی به توان‌های توسعه توریسم روستایی در دهستان‌های شهرستان مشکین‌شهر پرداخته و بیان می‌دارد که با وجود توان‌ها و پتانسیل‌های توریستی در دهستان‌های مورد مطالعه، موانع زیادی برای پیشرفت صنعت گردشگری در دهستان‌های مورد مطالعه وجود دارد که نگارنده مشکلات زیربنایی، اجتماعی، مدیریتی و ساماندهی را مورد مطالعه قرار داده است که بیشتر از تنگناهای اقامتی، ارتباطی و سازماندهی ناشی می‌شود (فیض‌الهی، ۱۳۸۳).

در این راستا باید خاطر نشان ساخت که عمده برنامه‌ریزی‌های توسعه نقاط روستایی صرفاً از بالا به پایین صورت می‌گیرد. از این رو این برنامه‌ریزی‌ها به هیچ‌وجه کامل نبوده و بنیاد و نقطه شروع اقدامات باید از طریق طرح‌های محلی و روستایی آغاز شود. این روندی است که با بسیج امکانات کوچک و محلی، به‌سازی نواحی شهری و روستایی و مشارکت مردم، پایه‌های برنامه‌ریزی در مقیاس فراتر را فراهم می‌سازد (Yu, 2004).

در این راستا مدل استراتژیک SWOT^۱ ابزاری است برای برنامه‌ریزی استراتژیک جهت انجام تحلیل وضعیت و بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید به‌منظور شناسایی مسایل منطقه و ارائه استراتژی‌های مناسب در درازمدت برای یک منطقه که در قالب چهار عامل محیطی و کالبدی؛ اجتماعی و فرهنگی؛ عوامل اقتصادی و نهادی به شرح زیر مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

یکی از این مناطق گردشگری در کشور منطقه کلاردشت می‌باشد که محدوده مکانی تحقیق است. کلاردشت منطقه‌ای زیبا و کهن است و در فاصله ۳۵ کیلومتری بخش مرکزی سواحل جنوبی دریای خزر و با وسعتی حدود ۱۵۰۰ کیلومترمربع و در ارتفاع ۱۲۰۰ متری از سطح آب‌های آزاد واقع شده است و جمعیتی حدود ۱۴۰۰۰ نفر را در خود جای داده است. منطقه مذکور از ۸ محله لاهو^۲، گرگ‌پس^۳، حسن‌کیف^۴، ولوال^۵، مکا^۶، اُجابیت^۷، مجل^۸ و رودبارک^۹ تشکیل شده است و از لحاظ گردشگری دارای جاذبه‌های بسیاری است. کوه، جنگل، دشت، دریاچه، رود، آبشار، آب و هوای لطیف، مردمانی سازگار و میهمان‌دوست و برخی آثار و ابنیه تاریخی، در گستره‌ای نسبتاً محدود، یک‌جا گردهم جای گرفته‌اند. منطقه کلاردشت با جاذبه‌های فراوان سالانه پذیرای بیش از یک میلیون گردشگر داخلی و ده‌ها هزار میهمان خارجی است (شهرداری کلاردشت، ۱۳۸۳).

^۱ این اصطلاح مخفف چهار واژه قوت (Strengths)، ضعف (Weaknesses)، فرصت (Opportunities) و تهدید (Threats) است.

^۲ Laho

^۳ Greg Pease

^۴ Hasn Keyf

^۵ Velvoal

^۶ Mka

^۷ Ojabit

^۸ Mojl

^۹ Rood Bark

سؤال اساسی در این مقاله این است که مهم‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای منطقه در جذب گردشگر چه مواردی می‌باشند.

اهداف تحقیق

هدف کلی تحقیق حاضر شناخت عوامل موثر بر توسعه صنعت گردشگری در مناطق روستایی کلاردشت می‌باشد که در راستای هدف کلی، اهداف اختصاصی زیر مد نظر قرار می‌گیرد:

۱. شناسایی و معرفی توان‌های منحصر به فرد گردشگری روستایی در روستاهای کلاردشت؛
۲. شناخت مشکلات و تنگناهای توسعه گردشگری روستایی در روستاهای کلاردشت؛
۳. ارائه راه‌حل‌های مفید و برنامه‌ریزی شده با مشارکت مردم جهت رفع مشکلات، تنگناها و توسعه گردشگری روستایی پایدار در روستاهای کلاردشت.

روش پژوهش

این تحقیق از نظر هدف یک تحقیق کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها، تحقیقی توصیفی می‌باشد. با در نظر گرفتن تنوع جامعه آماری، انواع اطلاعات مورد نیاز و اهداف تحقیق از دو روش اسنادی و پیمایشی برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق را خانوارهای روستاهای منطقه کلاردشت تشکیل می‌دهند. اما با توجه به محدودیت زمانی تحقیق و با استفاده از روش نمونه‌گیری مُطبق روستاهای «ولوال» و «رودبارک» که جزء مناطق روستایی و گردشگری منطقه کلاردشت هستند، جامعه هدف تحقیق را تشکیل می‌دهند که ۱۳۲۰ خانوار می‌باشند (سیمای کلاردشت، ۱۳۸۹). از این رو از سرپرست هر خانوار که مرد یا زن خانواده می‌باشند، مصاحبه به عمل آمد. در ضمن به لحاظ محدوده زمانی، جمع‌آوری اطلاعات میدانی در بهار سال ۱۳۸۹ صورت گرفت.

انتخاب حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران انجام گرفت. از این رو حجم جامعه آماری مورد مطالعه ۳۰۰ نفر تخمین زده شد که برای انتخاب حجم نمونه از فرمول عمومی کوکران استفاده گردید. تعداد پاسخگویان در هر یک از روستاها برحسب اصل نسبت (توضیح اینکه در روستای «ولوال» با جمعیت ۵۵۸ خانوار، تعداد ۱۳۵ خانوار و در روستای «رودبارک» با ۷۲۶ خانوار، تعداد ۱۶۵ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند) و با توجه به جمعیت آن‌ها صورت پذیرفت. اما روش انتخاب پاسخگویان در سطح روستا، به صورت نمونه‌گیری سیستماتیک و با مصاحبه با افراد روستا صورت گرفت.

متغیرهای مورد بررسی در این پژوهش عبارت بودند از: ۱. عوامل محیطی و کالبدی که منظور از آن شرایط جغرافیایی و طبیعی می‌باشد که معمولاً می‌تواند به عنوان یک عامل تقویت و یا تضعیف‌کننده و حتی عامل آسیب بخش تلقی گردد. در منطقه مورد نظر این جذابیت‌ها شامل منابع طبیعی، باستانی و اگوتوریستی برای جلب پذیرش گردشگر مد نظر قرار گرفت. ۲. عوامل اجتماعی و فرهنگی: منظور از آن بُعد تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان رخ می‌دهد و این تغییر بیشتر به سبب تماس مستقیم اهالی و ساکنان

آن دیار و جهانگردان صورت می‌گیرد و مقصود از اثرات فرهنگی تغییراتی است که در هنر، آداب و رسوم، و معماری مردم ساکن جامعه میزبان رخ می‌دهد. این تغییرات، بلندمدت‌تر هستند و در نتیجه باعث رشد و توسعه صنعت جهانگردی می‌شوند. در مجموع اصطلاح اثرات اجتماعی- فرهنگی را به معنی تغییرات به‌کار می‌برند که در تجربه‌های روزانه، ارزش‌ها، شیوه زندگی، محصولات هنری و فکری جامعه میزبان رخ می‌دهد (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱). ۳. اثرات اقتصادی: اثرات اقتصادی معمولاً به نتایج طرح‌ها در زمینه اشتغال‌زایی، جلوگیری از مهاجرت، جلوگیری از خروج ارز از کشور و در کل جلوگیری از فرار سرمایه از منطقه، تنوع اشتغال و آرایه خدمات، افزایش صادرات پنهان، و در نهایت به رفاه عمومی منطقه می‌پردازد. ۴. عوامل نهادی: به عملکرد سازمان‌ها و نهادهای مستقر در جامعه مربوط می‌شود که معمولاً عملکرد این سازمان‌ها و نوع برداشت آن‌ها در مورد گردشگری بر روی وضعیت گردشگری منطقه تأثیرگذار خواهد بود.

برای جمع‌آوری اطلاعات میدانی از پرسشنامه در قالب سؤال‌های بسته و به‌صورت طیف لیکرت استفاده شد. معیار سنجش و درجه‌بندی هر یک از عوامل فوق بدین صورت است که برای هر عامل در دامنه‌ای از ۱ تا ۵ درجه‌بندی انجام گردید، به طوری که امتیاز ۱ به معنای اهمیت خیلی کم، ۲ به معنای اهمیت کم، ۳ به معنای داشتن اهمیت متوسط، ۴ به معنای اهمیت زیاد و نهایتاً امتیاز ۵ به معنای داشتن اهمیت خیلی زیاد آن عامل در توسعه گردشگری منظور شد. سپس اطلاعات و داده‌های گردآوری شده برحسب مجموع وزن‌ها به دست آمد، میانگین رتبه‌ای آن‌ها تجزیه و تحلیل، و محاسبه شد و برای درجه‌بندی و اولویت‌سنجی در درون دسته‌ها و گروه‌های مختلف SWOT به کار گرفته شد. لازم به ذکر است که در این مطالعه، موضوعات در چهار دسته عوامل بوم‌شناختی، اقتصادی، نهادی و اجتماعی- فرهنگی مد نظر قرار گرفت و هر یک از نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها، و تهدیدها بر پایه چهار عامل مذکور و پنج درجه شدت، بررسی و ارزیابی شدند.

در جامعه آماری مورد مطالعه برای بحث اعتبار از روش اعتبار صوری استفاده شد. بدین صورت که در ابتدا با مشورت و استفاده از نظرات صاحب‌نظران، اعتبار صوری تحقیق به دست آمد. بعد از تکمیل ۳۰ پرسشنامه به‌عنوان پیش‌آزمون از ضریب آلفای کرونباخ برای به دست آوردن میزان پایایی ابزار سنجش استفاده شد.

جدول ۱- بررسی میزان آلفای کرونباخ هر یک از متغیرهای تحقیق

ردیف	متغیرها	آلفای کرونباخ
۱	عوامل کالبدی و بوم‌شناختی	۰/۷۵
۲	عوامل اقتصادی	۰/۸۱
۳	عوامل نهادی	۰/۷۷
۴	عوامل اجتماعی	۰/۷۸

بدین ترتیب گویه‌هایی که نامفهوم بودند، اصلاحاتی جزئی در آن‌ها به عمل آمد و در نتیجه در مجموع ضریب پایایی سازه‌های نهایی تحقیق به ۰/۷۷ رسید که این میزان ضریب آلفای کرونباخ نشان‌دهنده همبستگی درونی بالا بین گویه‌ها برای سنجش مفهوم مورد نظر بود. در ادامه به بررسی میزان آلفای کرونباخ به دست آمده از هر یک از متغیرها پرداخته شده است.

با توجه به جدول فوق می‌توان گفت که میزان آلفای به دست آمده در خصوص هر یک از متغیرهای فوق در حد بالا و قابل قبول می‌باشد.

یافته‌ها

بنابراین، با توجه به نظرات مردم و محاسبات انجام شده بر روی این نظرات برای اولویت‌بندی آنها جدول شماره ۲ تهیه شد که مجموع وزن‌های داده شده و میانگین رتبه‌ای هر یک از نقاط قوت، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها به شرح زیر می‌باشد:

به ترتیب اهمیت موارد در بین نقاط قوت، وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد و فضای سبز با میانگین وزنی ۴/۵۲، آب و هوای خنک در تابستان با میانگین وزنی ۴/۳۷، وجود ارتفاعات و قله‌های مرتفع برای کوهنوردی با میانگین وزنی ۴/۳۲، و امکان دسترسی آسان به جنگل‌های زیبا با میانگین وزنی ۴/۲۸، چهار نقطه قوت هستند که بیشترین میانگین وزنی را دارا می‌باشند. در مقابل ایجاد تعامل بین بخش دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری در سال‌های اخیر با میانگین وزنی ۱/۹۸، و همچنین وجود مناطق حفاظت‌شده با حیات وحش متنوع با میانگین وزنی ۲/۲۲، وجود میوه‌هایی مثل گردو و گلابی با میانگین وزنی ۲/۴۶، امکان ایجاد بازار محلی برای تولیدات سنتی و بومی منطقه با میانگین وزنی ۲/۶۷، به ترتیب کم‌ترین اهمیت را در بین پاسخگویان داشته‌اند.

همچنین بر طبق داده‌های جدول نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (مانند جاده، فاضلاب و نظایر آن) با میانگین وزنی ۲/۶۳، از بین رفتن زمین‌های کشاورزی با میانگین وزنی ۳/۹۱، نامناسب بودن راه‌ها و ترافیک بین شهرها در تعطیلات با میانگین وزنی ۲/۷۸، نامناسب بودن و ناکافی بودن تسهیلات اقامتی و رفاهی با میانگین وزنی ۲/۷۶، به ترتیب اهمیت از مهم‌ترین نقاط ضعف، و در مقابل مولفه‌های تمایل نداشتن مردم منطقه به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری به دلایل مختلف از جمله آشنایی نداشتن با صنعت گردشگری، و عدم انجام آموزش در زمینه برخورد مردم بومی با گردشگران به ترتیب با میانگین وزنی ۳/۱۰ و ۲/۲۰ از کم‌اهمیت‌ترین نقاط ضعف منطقه می‌باشند.

جدول ۲- قوت و ضعف‌های صنعت گردشگری کلاردشت

رتبه	مجموع		قوت‌ها (S)	
	میانگین	وزن‌ها		
رتبه	میانگین	وزن‌ها	ضعف‌ها (W)	
رتبه	میانگین	وزن‌ها		
۱	۴/۵۲	۱۳۵۶	S۱	وجود چشم‌اندازهای زیبا و منحصر به فرد و فضای سبز (عامل کالبدی)
۲	۴/۳۷	۱۳۱۲	S۴	آب و هوای خنک در تابستان (عامل کالبدی)
۳	۴/۳۲	۱۲۹۶	S۳	وجود ارتفاعات و قله‌های مرتفع برای کوهنوردی (عامل کالبدی)
۴	۴/۲۸	۱۲۸۴	S۲	امکان دسترسی آسان به جنگل‌های زیبا (عامل کالبدی)
۵	۳/۸۱	۱۱۴۴	S۱۹	روحیه بالای مهمان‌نوازی در بین مردم (عامل فرهنگی)
۶	۳/۶۴	۱۰۹۲	S۱۰	مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری گردشگری (عامل اقتصادی)
۷	۳/۵۱	۱۰۵۴	S۱۱	دسترسی آسان به دریا جهت استفاده گردشگران (عامل کالبدی)
۸	۳/۵۰	۱۰۵۰	S۹	وجود منابع طبیعی فراوان و معرفی آن به صورت قطب مهم گردشگری در کشور (عامل کالبدی)
۹	۳/۲۹	۹۸۸	S۸	محل عبور و مرور مسافران و امکان فروش محصولات غذایی در سطح بالا (عامل اقتصادی)
۱۰	۲/۹۰	۸۷۰	S۱۸	وجود جاذبه‌های تاریخی و باستانی در منطقه (عامل کالبدی)
۱۱	۲/۸۰	۸۴۲	S۵	وجود رودخانه‌های متنوع (عامل کالبدی)
۱۲	۲/۷۰	۸۳۶	S۱۴	شکل‌گیری باور به وجود اشتغال‌زایی و درآمدزا بودن گردشگری (عامل نهادی)
۱۳	۲/۷۴	۸۲۴	S۱۷	وجود آداب، رسوم و فرهنگ بومی و محلی (عامل اجتماعی- فرهنگی)
۱۴	۲/۷۸	۸۱۰	S۱۵	تقویت حس همکاری و مشارکت در بین مردم (عامل اجتماعی- فرهنگی)
۱۵	۲/۶۹	۸۰۸	S۱۶	بهبود سطح آموزش و آگاهی از طریق رفت و آمد گردشگران (عامل اجتماعی- فرهنگی)
۱۶	۲/۶۷	۸۰۲	S۱۲	امکان ایجاد بازار محلی برای تولیدات سنتی و بومی منطقه (عامل اقتصادی)
۱۷	۲/۴۶	۷۳۸	S۷	وجود میوه‌هایی مثل گردو و گلابی (عامل کالبدی)
۱۸	۲/۲۲	۶۶۸	S۶	وجود مناطق حفاظت‌شده با حیات وحشی متنوع (عامل کالبدی)
۱۹	۱/۹۸	۵۹۶	S۱۳	ایجاد تعامل بین بخش دولتی و خصوصی در زمینه گردشگری در سال‌های اخیر (عامل نهادی)
۱	۲/۶۳	۷۹۰	W۱	نامناسب بودن زیرساخت‌های محیطی و کالبدی (مانند جاده، فاضلاب و نظایر آن) (عامل کالبدی)
۲	۳/۹۱	۱۱۷۴	W۶	از بین رفتن زمین‌های کشاورزی (عامل اقتصادی)
۳	۲/۷۸	۸۳۴	W۲	نامناسب بودن راه‌ها و ترافیک بین شهرها در تعطیلات (عامل کالبدی)
۴	۲/۷۶	۸۳۰	W۱۱	نامناسب بودن و ناکافی بودن تسهیلات اقامتی و رفاهی (عامل اجتماعی- فرهنگی)
۵	۲/۷۰	۸۱۲	W۷	کمبود تقاضا برای این صنعت به دلایل مختلف (عامل اقتصادی)
۶	۲/۶۲	۷۸۶	W۱۰	نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات خدماتی و بهداشتی (عامل اجتماعی- فرهنگی)
۷	۳/۴۷	۱۰۴۲	W۱۲	افزایش آسیب‌های اجتماعی به دلیل حضور توریست‌ها (عامل اجتماعی- فرهنگی)
۸	۲/۴۸	۷۴۶	W۴	فقدان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در این ناحیه (عامل نهادی)
۹	۲/۳۴	۷۰۴	W۹	جا نیافتن مزایای گردشگری در بین دولت‌مردان (عامل نهادی)
۱۰	۲/۲۳	۶۷۰	W۳	نامناسب بودن تاسیسات و تجهیزات تفریحی و ورزشی (عامل کالبدی)
۱۱	۲/۲۰	۶۶۰	W۸	عدم انجام آموزش در زمینه برخورد مردم بومی با گردشگران (عامل نهادی)
۱۲	۳/۱۰	۹۳۲	W۵	تمایل نداشتن مردم منطقه به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری به دلایل مختلف از جمله آشنایی نداشتن با صنعت گردشگری (عامل اقتصادی)

جدول ۳- فرصت‌ها و تهدیدهای صنعت گردشگری کلاردشت

رتبه	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	فرصت‌ها (O)
۱	۳/۳۹	۱۰۱۸	افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این منطقه (عامل اقتصادی)
۲	۳/۱۴	۹۴۲	افزایش اشتغال و درآمدزایی از صنعت گردشگری (عامل اقتصادی)
۳	۳/۰۸	۹۲۶	افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی (عامل فرهنگی)
۴	۳/۰۴	۹۱۴	وجود آب و هوای نامناسب در استان‌های هم‌جوار (عامل کالبدی)
۵	۲/۹۷	۸۹۲	افزایش انگیزه برای مسافرت و تفریح در بین مردم مناطق اطراف (عامل اجتماعی - فرهنگی)
۶	۲/۹۰	۸۷۰	امکان افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری
۷	۲/۸۴	۸۵۲	وجود دانشگاه‌ها در منطقه و امکان ایجاد رشته گردشگری (عامل نهادی)
۸	۲/۸۰	۸۴۲	نبود فضای تفریحی مناسب در شهرها و استان‌های هم‌جوار (عامل کالبدی)
۹	۲/۷۶	۸۳۰	افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی و گردشگری رقیب در مقایسه با این منطقه (عامل فرهنگی)
۱۰	۲/۷۴	۸۲۲	وجود شهرها و قطب‌های جمعیتی در نزدیکی این منطقه و شلوغی در آن‌ها (عامل کالبدی)
۱۱	۲/۵۸	۷۷۴	ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت به منطقه با تبلیغات مناسب (عامل فرهنگی)
۱۲	۲/۳۸	۷۱۶	وجود نیروهای متخصص بومی برای معرفی این پتانسیل‌ها در منطقه (عامل نهادی)
۱۳	۲/۱۴	۶۴۲	ایجاد امکانات جدید فرهنگی و ورزشی (عامل فرهنگی)
رتبه	میانگین وزن‌ها	مجموع وزن‌ها	تهدیدها (T)
۱	۳/۹۶	۱۱۹۰	وجود قیمت‌های کاذب در زمینه اجاره مکان (عامل کالبدی)
۲	۳/۷۴	۱۱۲۴	تخریب محیط‌زیست و مناظر طبیعی (عامل کالبدی)
۳	۳/۵۲	۱۰۵۸	از بین رفتن پوشش گیاهی و تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی (عامل کالبدی)
۴	۳/۴۰	۱۰۲۰	ازدیاد آسیب‌های اجتماعی و تخلفات (عامل اجتماعی - فرهنگی)
۵	۳/۴۰	۱۰۲۲	آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این منطقه (عامل کالبدی)
۶	۳/۳۳	۱۰۰۰	عدم کشش منطقه برای جذب سرمایه‌گذاری در این بخش (عامل اقتصادی)
۷	۳/۲۲	۹۶۸	از بین رفتن فرهنگ محلی و سنتی (از طریق تقلید از افراد گردشگر) (عامل اجتماعی - فرهنگی)
۸	۳/۱۴	۹۴۴	تغییر سبک زندگی به دلیل مرآوده با گردشگران و مقایسه زندگی خود با آن‌ها بدون دلایل منطقی (عامل اجتماعی - فرهنگی)
۹	۳/۱۴	۹۴۴	ازدیاد تخلفات اجتماعی (عامل اجتماعی - فرهنگی)
۱۰	۳/۱۰	۹۳۲	سرمایه‌گذاری‌های بزرگ ممکن است به شکست منجر شود (عامل اقتصادی)
۱۱	۳/۰۰	۹۰۰	ضعف زیرساخت‌ها و اصلاحات زیربنایی (عامل اقتصادی)
۱۲	۲/۴۲	۷۲۸	عدم ارایه مجوز از سوی دولت برای گسترش خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری در این منطقه (عامل نهادی)
۱۳	۲/۱۴	۶۴۴	عدم اختصاص تسهیلات بانکی برای گسترش گردشگری (عامل نهادی)

علاوه بر این مولفه‌های افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این منطقه، افزایش اشتغال و درآمدزایی از صنعت توریسم، افزایش تمایل و انگیزه گردشگران به مسافرت به سایر مناطق تفریحی، و

وجود آب و هوای نامناسب در استان‌های هم‌جوار به ترتیب با میانگین‌های وزنی ۳/۳۹، ۳/۱۴، ۳/۰۸ و ۳/۰۴ چهار فرصت بیرونی با اهمیت منطقه کلاردشت می‌باشند.

همچنین ایجاد امکانات جدید فرهنگی و ورزشی، وجود نیروهای متخصص بومی برای معرفی پتانسیل‌ها در منطقه، و ایجاد و افزایش انگیزه برای مسافرت به منطقه با تبلیغات به ترتیب با میانگین وزنی ۲/۳۸، ۲/۱۴ و ۲/۵۸ جزء کم‌اهمیت‌ترین فرصت‌های بیرونی منطقه می‌باشند. نهایتاً همان‌طور که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود عوامل عدم اختصاص تسهیلات بانکی برای گسترش گردشگری توسط بخش خصوصی، عدم ارایه مجوز از سوی دولت برای گسترش خدمات، تجهیزات و تاسیسات گردشگری در این منطقه، ضعف زیرساخت‌ها و اصلاحات زیربنایی به ترتیب با میانگین‌های وزنی ۲/۱۴، ۲/۴۲، ۳ کم‌اهمیت‌ترین تهدیدهای خارجی برای گسترش گردشگری قلمداد شده‌اند. در مقابل وجود قیمت‌های کاذب در زمینه اجاره مکان با میانگین وزنی ۳/۹۶ با اهمیت‌ترین تهدید خارجی برای گردشگری منطقه محسوب می‌شود.

در مجموع بر طبق نتایج به دست آمده در مورد هر یک از موارد زیر باید خاطر نشان ساخت که چون دامنه نمرات بین ۱ تا ۵ می‌باشد، از این رو مواردی که دارای میانگین بالای ۳ بودند، از اهمیت بالا برای برنامه‌ریزی برخوردار می‌باشند. در ضمن در کنار هر گویه اقدام به ذکر این‌که آن گویه زیر چتر کدام عامل می‌باشد نیز پرداخته شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

نگاه به گردشگری به‌عنوان اهرم تحول و توسعه، بعد از جنگ جهانی دوم تا کنون تحولات زیادی کرده است. تا نیمه اول قرن بیستم توسعه به‌عنوان مفهومی در سیاست عمومی، پیوسته به رشد اقتصادی تعبیر می‌شد و آن نتیجه این فرض بود که شکوفایی اقتصادی کشور یا منطقه مستقیماً به رفاه شهروندان آن پیوند می‌خورد. به همین صورت تا آن زمان تحقیقات در زمینه گردشگری بیشتر به منابع سرشار اقتصادی آن و معرفی گردشگری به‌عنوان محرک اقتصادی قوی در جامعه تأکید می‌شد. اما از دهه ۱۹۶۰ مشخص شد که تأکید صرف بر منابع اقتصادی بدون در نظر گرفتن پیامدهای اجتماعی و زیست‌محیطی آن به توسعه مطلوب و بلندمدت منجر نخواهد شد. از آن زمان به بعد به ویژه در دهه ۱۹۸۰ لزوم تأکید و توجه به منابع زیست‌محیطی و انسانی به اندازه منافع اقتصادی در روند گردشگری مورد توجه جهانی قرار گرفت (رضوانی، ۱۳۷۹).

بدین ترتیب تفریح، تفرج و گشت و گذار یکی از راه‌های فرار از زندگی خسته‌کننده و یکنواخت روزمره تلقی می‌شود. بر اساس آمار WTO در کشورهای با صنعت پیشرفته گردشگری، مشاغل مرتبط با مهمان‌پذیرها ۲ تا ۵ درصد از وضعیت اشتغال را تشکیل می‌دهد. فراهم آمدن فرصت‌های شغلی به واسطه وجود گردشگری می‌تواند پیامدهای مثبتی برای جمعیت به دنبال داشته باشد، از جمله اجتناب از تجزیه

اجتماعات کوچک که جوانانش معمولاً برای یافتن شغل به مناطق دیگر مهاجرت می‌کنند، و تقویت هویت و غرور بومی و افزایش درآمد حاصل از هنرها و صنایع دستی محلی (رضوانی، ۱۳۷۹).

در کشور ما علی‌رغم نیازهای روزافزون انسان شهرنشین به تفریح، آرامش و محیط آرام طبیعت و روستاها و نیز با وجود توانایی‌ها و پتانسیل‌های بالقوه مناطق ایران متأسفانه به این صنعت توجه چندانی نشده است. با وجود تمامی این جاذبه‌ها و استعدادها (آثار باستانی و تاریخی، مناظر طبیعی، کویر و جاذبه‌های خاص خود نظیر جنگل‌ها و رودها، اماکن فرهنگی- تاریخی و...) تاکنون این جاذبه‌ها به‌طور کامل و یا اصلاً بارور نشده‌اند. کمبود امکانات در مراکز گردشگری، فقدان تشکیلات مدیریت منظم، سرمایه‌گذاری، برنامه‌ریزی صحیح و غیره. مانع از بهره‌برداری کامل و همه‌جانبه از این منابع گردیده است. با توجه به این‌که منطقه کلاردشت واقع در استان مازندران دارای ویژگی‌های محیطی و اقلیمی منحصر به فرد است و از نظر آب و هوا، جنگل، دریا و خاک مستعد می‌باشد، اما نتوانسته است به لحاظ جذب گردشگر به میانگین استانداردهای جهانی در این زمینه دست یابد. شاید برخی از دلایل عدم جذب گردشگر همان‌طور که در تحقیق فیض‌الهی (۱۳۸۳) آمده است به شرح زیر باشد: رشد جمعیت در مناطق روستایی دهستان‌های مورد مطالعه، بدون سرمایه‌گذاری نظام‌مند در جهت تقویت زیرساخت‌های اقتصادی و متنوع‌سازی آنها، منجر به گسترش ناپایداری به نحوی محسوس، و تخریب فزاینده منابع طبیعی موجود گردیده و این پیامد منفی همراه با نرخ بهره‌وری پایین نیروی کار و نرخ بالای بی‌کاری در بخش تولیدات روستایی همراه شده است.

در این راستا باید خاطر نشان ساخت که عوامل زیربنایی یا زیربناها یکی از ارکان اساسی فعالیت گردشگری برشمرده می‌شود. وجود این بناها برای موقعیت گردشگری اهمیت به‌سزایی دارد. امکانات اقامتی یا هتل‌ها از جمله زیربناهای مهم در گردشگری هستند که برای موفقیت در این صنعت، باید تسهیلات اقامتی پاسخگوی تقاضای مسافران باشد. این تسهیلات اهمیت زیادی در توفیق برنامه‌های توسعه گردشگری در هر منطقه دارد، در صورتی که کیفیت و کمیت خدمات و تسهیلات اقامتی کاهش یابد، تقاضا برای گردشگری کاهش یافته و در نتیجه به گردشگری منطقه لطمه بسیاری وارد خواهد آمد.

اما در این پژوهش از بُعد نرم‌افزاری به عوامل اجتماعی، فرهنگی و روانی در سطح خرد و تحلیل فردی پرداخته شده است. در کنار عناصر و متغیرهای سخت‌افزاری یا زیرساخت‌ها، متغیرهای فرهنگی و اجتماعی وجود دارند که از اهمیت به‌سزایی برخوردارند. به طور مثال ذهنیت یک گردشگر در خصوص جامعه میزبان و یا همکاری میزبانان برای پذیرش گردشگران، انگیزه گردشگر را برای سفر افزایش می‌دهد و عوامل تأثیرگذارنده در این انگیزه، حس اعتماد و اطمینان گردشگر به میزبان و احساس امنیت گردشگر از متغیرهای فرهنگی می‌باشند که می‌توانند سهم اساسی در تمایل به گردشگری و در نهایت توسعه صنعت گردشگری منطقه داشته باشد.

پیشنهادها

در این تحقیق سعی شد با شناسایی اثرات گردشگری و بررسی منطقه در جهت افزایش اثرات مثبت و کاهش اثرات منفی این صنعت و همچنین ایجاد تعادل در توسعه، پیشنهادهای آرایه و از طریق این پیشنهادات، منابع و جاذبه‌های گردشگری شناسایی شده و از آنها بهره‌برداری گردد.

آرایه پیشنهادهایی در سطح منطقه‌ای:

- تدوین و اجرای طرح‌ها و برنامه‌های جامع گردشگری در مقیاس منطقه‌ای به منظور شناسایی و منطقه‌بندی نواحی گردشگری روستایی، مکان‌گزینی، ایجاد امکانات و خدمات برای هر منطقه با توجه به نوع گردشگران، پتانسیل‌ها و توانایی‌های گردشگری در آن منطقه خصوصاً در نواحی اطراف «متل‌جم» و جاذبه‌های آن منطقه؛

- شناسایی جاذبه‌ها و دستاوردهای گردشگری در مناطق مختلف و بهره‌گیری بهینه و هدفمند از آن‌ها در جهت ایجاد اشتغال و افزایش درآمد روستاییان.

- بازنگری به نحوه سرمایه‌گذاری و توزیع امکانات، خدمات تسهیلات گردشگری در سطح منطقه‌ای و اولویت‌دهی تخصیص مجدد این نوع امکانات به مناطق روستایی با قابلیت بالا و متوسط جذب گردشگر، علی‌الخصوص گسترش امکانات در نزدیکی دریاچه «ولشت»؛

- تأسیس یک نهاد چندمنظوره زیر نظر سازمان ایرانگردی و جهانگردی در مرکز مناطق (استان‌ها) به منظور ایجاد هماهنگی بین دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط، شناسایی و برطرف نمودن مشکلات موجود در زمینه مسایل مربوط به مناطق گردشگری روستایی در دامنه «عَلَم کوه» و در کنار دریاچه «ولشت»؛

- تدوین ضوابط، تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات قانونی به منظور حفظ میراث طبیعی، تاریخی و فرهنگی، مناظر و جاذبه‌های روستایی برای ایجاد یک صنعت گردشگری پایدار، تعیین کاربری اراضی، ظرفیت‌پذیری مناطق و سازماندهی امور توسعه اقامت‌گاهی و... برای مثال در تپه «کلار»؛

- توسعه برنامه‌های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه‌های طبیعی و انسانی، خصوصیات بارز فرهنگی، معماری و آداب و رسوم روستایی هر منطقه و شرکت در جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و سمینارها به صورت فعال.

پیشنهادهایی در سطح محلی

- با توجه به نتایج تحقیق و توصیه استراتژی تهاجمی، توسعه اکوتوریسم به دلیل وجود مزیت‌های نسبی برای توسعه این نوع گردشگری در روستاهای مورد مطالعه پیشنهاد می‌گردد. برای مثال وجود مناطقی چون دریاچه «ولشت»، رودخانه «رودبارک»، «عَلَم کوه» و...؛

- با توجه به مشکلات نهادی و عدم وجود سازماندهی دقیق تشکیل ستادی به نام ستاد توسعه گردشگری روستایی در مناطق روستایی کلاردشت، مرکب از نمایندگان شوراها، بخش‌دار، نیروی انتظامی، اداره بهداشت، و شورای اصناف جهت سازمان دادن به امور و نظارت مستمر بر امور گردشگری در دهستان‌های تابعه لازم به نظر می‌رسد؛

- با توجه به نتایج نظرخواهی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه، پیشنهاد می‌گردد که اقامت‌گاه و مهمان‌خانه‌های ارزان قیمت روستایی و خانه‌های اجاره‌ای جهت اقامت گردشگران و جلوگیری از اتراق شبانه گردشگران در حاشیه رودخانه و مناطق دیگر ایجاد شود. خصوصاً در کنار رودخانه «رودبارک» و یا دریاچه «ولشت»؛
- از آنجایی که منطقه با توجه به جاذبه‌هایی که دارد، شناخته نشده است، توسعه و تجهیز مسیرهای گردشگری در مناطق روستایی کلاردشت و ایجاد و نصب علائم، قوانین و مقررات در این مکان‌ها و تدوین دفترچه‌های راهنما برای گردشگران و آموزش آنها و شناسایی مسیر و تاریخچه مکان‌هایی چون «رودبارک» «تپه‌کلار» و یا دریاچه «ولشت» و... لازم به نظر می‌رسد.
- از آنجایی که نبود امکانات تفریحی یکی از دغدغه‌های این صنعت می‌باشد، لذا ایجاد پناهگاه‌های کوهستانی با تجهیزات کافی برای گردشگرانی که می‌خواهند شب را در «عَلَم کوه» اقامت کنند، ضروری است؛
- با توجه به قابلیت‌های محصولات باغی منطقه، توسعه و گسترش گردشگری کشاورزی به‌منظور بهره‌برداری مناسب از مناظر، مزارع روستایی در جهت کسب درآمد و نیز جلوگیری از تخریب مزارع و پوشش گیاهی نیز لازم به‌نظر می‌رسد؛
- با توجه به روند خانه‌سازی و افزایش مالکیت خانه‌های ویلایی توسط افراد غیربومی در روستاهای مورد مطالعه که به طبع باعث افزایش قیمت زمین می‌شود، پیشنهاد می‌گردد نظارت بر ساخت و سازها به‌صورت جدی صورت پذیرد؛
- با توجه به این‌که جلب مشارکت مردمی به‌عنوان یک عامل مهم در توسعه فضا و جلب گردشگری می‌باشد، لذا لازم است زمینه‌سازی و تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه و تجهیز روستاها از نظر زیرساخت‌ها، تسهیلات و تجهیزات گردشگری از طریق حمایت‌ها و تسهیلات دولتی صورت یابد. بدین ترتیب افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی در بخش گردشگری می‌تواند از طریق افزایش سهم استان از تخصیص اعتبارات و تسهیلات ملی و استانی به‌منظور حمایت از بخش خصوصی در روند ایجاد و تکمیل تأسیسات گردشگری در قالب بنگاه‌های اقتصادی کوچک و زودبازده کارآفرین از اعتباراتی که منجر به افزایش مشارکت بخش خصوصی در ایجاد تأسیسات گردشگری و تزریق سرمایه به این بخش باشد، صورت گیرد؛
- نرخ کلیه اقامت‌گاه‌ها و مراکز گردشگری (هتل‌ها، مهمان‌پذیرها، اماکن ارزان قیمت، منطقه چادر خواب یا کمپ و غیره) تعیین گردد و نظارت مستمر توسط ستاد توسعه گردشگری مستقر در بخش‌داری بر حفظ رعایت نرخ مصوب و بهداشت اماکن مربوطه به‌صورت جدی صورت گیرد.

- از آنجایی که عدم سازماندهی به عنوان یکی از مشکلات این حوزه در منطقه مورد مطالعه می باشد، لذا استفاده از نیروهای متخصص و با تجربه به منظور ایجاد تشکلهای تعاونی مردمی و همچنین ترویج و آموزش گردشگری از طریق نشستها و جلسات مختلف با مردم منطقه مورد مطالعه صورت گیرد؛

- ایجاد بازارهای روزانه و هفتگی صنایع دستی و سایر تولیدات روستایی، کشاورزی و همچنین غرفه های کالاهای فرهنگی در نزدیکی «متل جم»، در روزها و فصل ورود گردشگران برپا گردد؛

- تهیه، اجرا و نظارت بر طرحها و برنامه های جامع گردشگری در مقیاس محلی و منطقه ای با مشارکت های محلی به منظور شناسایی و منطقه بندی نواحی گردشگری و مکان گزینی مناطق مستعد سرمایه گذاری و ایجاد امکانات و خدمات در منطقه با توجه به نوع گردشگران و پتانسیلها و توانایی های گردشگری در این منطقه باشد.

پیشنهادهای برخاسته از طرح با توجه به موقعیت منطقه

برای اجرای برنامه های توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه لازم است که به کلیه بخشها و دستگاه های اجرایی مرتبط با اجرای طرح، اطلاعات لازم داده شده و اطلاع رسانی هایی نیز در سطح منطقه صورت گیرد. در رابطه با راهبردهای سرمایه گذاری مالی نیز موارد ذکر شده در اولویت سرمایه گذاری قرار دارند: تهیه و تدوین طرح های تفصیلی - اجرایی برای گردشگری روستایی؛ اجرای پروژه های مربوط به ایجاد فرصت های شغلی؛ اجرای پروژه های مربوط به تقویت و ایجاد صنعت مهمانخانه داری کوچک در روستاها؛ اجرای پروژه های مربوط به توسعه گردشگری؛ اجرای پروژه های مربوط به توسعه زیربنای گردشگری - تأمین آب، برق، دفع زباله و فاضلاب، و مخابرات.

رویکرد اصلی این برنامه ریزی مبتنی بر ایجاد تحرک و پویایی سرمایه گذاری بخش خصوصی، به ویژه سرمایه گذاری خود روستاییان است، به نحوی که حتی خود روستاییان بتوانند در بسیاری موارد جایگزین بخش دولتی شده و کارها را به پیش برند. بنابراین می بایست برای این بخش انگیزه لازم فراهم شود که در این زمینه لازم است اقدامات زیر صورت پذیرد: واگذاری بخشی از تصدی گری و اجرایی بخش دولتی به بخش خصوصی و روستاییان؛ فراهم ساختن تسهیلات بانکی و اعطاء وام های کم بهره به بخش خصوصی و روستاییان؛ خارج ساختن عملیات اداری سرمایه گذاری بخش خصوصی و روستاییان از روندهای مرسوم و گسترده اداری و به راه انداختن کار آنها در کمترین فاصله زمانی.

از لحاظ اقتصادی، با توجه به کوهستانی بودن منطقه و نبود زمین های کشاورزی کافی برای کشت و گذران معاش از این طریق که منجر به وابسته شدن اکثر روستاییان از لحاظ اقتصادی به گردشگری شده و تقریباً اکثر آنها نیز در روستا با آن درگیر هستند، لازم است که این نکات مد نظر قرار گیرد:

- روستا با داشتن ظرفیت هایی همچون تنوع قابل ملاحظه منابع گردشگری که امکان گسترش بازار را فراهم می سازد، و وضعیت مطلوب روستا از نظر ویژگی های عمومی جمعیت از قبیل جوانی جمعیت، میزان باسوادی؛ تولید و عرضه مازاد بر مصرف برای بازار؛ تنوع زمانی دسترسی به محصولات و بازار برای ایجاد

فرصت‌های گردشگری در طول سال؛ نزدیکی به مقصدهای مهم گردشگری مثل چالوس و راه‌های متصل به آن‌ها؛ فرصت‌هایی را برای توسعه دارد که در این زمینه با توجه به کمبود منابع مالی و سرمایه در روستا نیاز به حمایت دولت از قبیل فراهم‌ساختن تسهیلات بانکی و اعطاء وام‌های کم‌بهره به بخش خصوصی و روستاییان و خارج ساختن عملیات اداری سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و روستاییان از روندهای مرسوم و گسترده اداری و به راه انداختن کار آن‌ها در کم‌ترین فاصله زمانی و حمایت و کمک از اجرای پروژه‌های مربوط به تقویت و ایجاد صنعت مهمان‌خانه‌داری کوچک در روستا توسط روستاییان، دارد.

- در رابطه با عوامل فرهنگی و اجتماعی که شاید بتوان گفت یکی از مهم‌ترین عوامل در برنامه‌ریزی و توسعه روستایی در ایران است، لازم است که از طرف مردم و با مشارکت‌شان با دولت اقدامات زیر صورت گیرد: تهیه و اجرای یک استراتژی اطلاع‌رسانی مرتبط با بخش گردشگری به‌ویژه در رابطه با آداب و رسوم منطقه به گردشگران. این کار با هدف آگاه ساختن آن‌ها و احترام و ارزش‌گذاری به رسوم و سنت‌های روستاییان از طرف گردشگران؛ تجهیز مدارس موجود در روستا به‌ویژه دبیرستان روستا؛ ایجاد کتابخانه و مراکز فرهنگی در روستا؛ اجرای برنامه‌های فرهنگی و اوقات فراغت (از دیدگاه اکثر پاسخگویان نظیر، ایجاد ورزشگاه سرپوشیده با توجه به آب و هوای منطقه و کوهستانی بودن منطقه) در روستا؛ اجرا و تهیه برنامه‌هایی برای بالا بردن سطح آگاهی از گردشگری و گردشگران؛ ایجاد زیرساخت‌های مناسب و احداث تأسیسات و امکانات لازم جهت حفظ آثار، سنن و فرهنگ محلی صورت پذیرد.

- از لحاظ عوامل زیست‌محیطی با توجه به پتانسیل‌های منطقه چون وجود اکوسیستم‌های کوهستانی؛ منطقه بیلاقی چشم‌انداز بسیار زیبا با انواع گونه‌های گیاهی و جانوری؛ وجود تپه‌های بی‌نظیر و متعدد لازم است که اقداماتی برای جلوگیری از ایجاد عوامل زیست‌محیطی منفی نظیر چرای مفرط و خارج از ظرفیت؛ تغییر کاربری اراضی کشاورزی و منابع طبیعی؛ نامناسب بودن وضعیت بهداشتی بسیاری از منابع مهبای گردشگری و ریختن زباله در سطح مراتع و روستا؛ بهره‌برداری ناپایدار از معادن از طرف مردم و دولت، صورت گیرد. به‌ویژه با توجه به درگیری و دعوای مردم با سازمان جنگل‌ها و مراتع در رابطه با ساخت مغازه و مهمان‌خانه بر روی زمین‌های کشاورزی خود و ندادن مجوزهای لازم به مردم، مناسب می‌باشد که محل‌هایی مناسب در روستا با رضایت خود آن‌ها به این موارد اختصاص یابد تا از تغییر کاربری اراضی جلوگیری شود.

- در رابطه با عوامل زیرساختاری و حمل و نقل نیز روستا دارای نقاط قوت بسیاری است که لازم است بهره‌برداری‌های پایدار از آن‌ها به‌عمل آید. از جمله متصل بودن به قطب اصلی گردشگری استان (چالوس)؛ وجود میسر اصلی منتهی به روستا؛ برخورداری از امکانات حمل و نقل؛ وجود راه‌های خاکی و نامناسب برای رسیدن به منابع گردشگری روستا که زمینه‌های لازم برای درست کردن آن‌ها مهیا است، می‌تواند در این خصوص راه‌گشا باشد.

منابع و ماخذ

۱. رضوانی، ع. ا. (۱۳۷۹). *جغرافیا، صنعت توریسم*. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۲. رکن‌الدین‌افتخاری، ع. ر. و قادری، ا. (۱۳۸۱). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی. *فصلنامه مدرس*، دوره ۶، شماره ۲، صفحات ۲۸-۳۰. تهران: انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
۳. سیمای کلاردشت. (۱۳۸۹). *بررسی سیمای کلاردشت*. قابل دسترس در: kalahoo.blogfa.com/
۴. شکویی، ح. (۱۳۵۴). *مقدمه‌ای بر جغرافیای جهانگردی*. تهران: مجموعه کتب موسسه تحقیقات اجتماعی. شماره ۱۵.
۵. شهرداری کلاردشت. (۱۳۸۳). *دفتر آمار و اطلاعات*. کلاردشت: گزارش‌های منتشر نشده شهرداری.
۶. فیض‌الهی، م. ح. (۱۳۸۳). *توان‌های توسعه توریسم روستایی در شهرستان مشکین‌شهر، دهستان‌های مشکین‌غربی و مشکین‌شرقی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه شهید بهشتی.
۷. لی، جان. (۱۳۷۸). *گردشگری و توسعه در جهان سوم*. ترجمه ر. افتخاری. تهران: انتشارات چاپ و نشر بازرگانی.
۸. منشی‌زاده، ر. (۱۳۸۴). *اندر مقوله گردشگری*. تهران: انتشارات پیام مؤلف.
9. Lane, B. (1994). Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation. Texas, USA. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(14), 14-17.
10. Yu, T. (2004). *Rural tourism in Taiwan: Totivation, expectations, end satisfaction*. Doctoral dissertation, university of Incranate. Paper session presented at the school of graduate studies, University of the Incarnate, Word in Inpartial.