

راهکارهای توسعه گردشگری روستایی در بخش کوهپایه‌ای گیلان

روشن بابایی‌همتی* - دانش‌آموخته دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران
نصراله مولائی هاشجین - استاد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت، گروه جغرافیا، رشت، ایران

پذیرش نهایی: ۹۲/۶/۲۵

دریافت مقاله: ۹۰/۱۰/۱۰

چکیده

در این تحقیق سعی شده تا گردشگری به عنوان ابزاری برای رشد و پیشرفت روستاها به منظور دستیابی به توسعه گردشگری روستایی و توسعه روستایی مد نظر قرار گیرد. آن چه که به ارتباط میان گردشگری روستایی و توسعه پایدار روستایی قوت می‌بخشد تعامل این دو مقوله در چهار چوب فضاهایی است که انواع تیپ‌های گردشگری روستایی را به وجود می‌آورد، گردشگری مزرعه‌ای، باغی، تاریخی، انسانی و طبیعی خود می‌توانند عاملی برای جذب گردشگران در این مقوله باشند. تدوین شناسنامه توریستی برای روستاها از حیث هدف جنبه کاربردی پژوهش حاضر را در چهار چوب روش شناسی توصیفی - تحلیلی تبیین می‌کند. در نتیجه مجموعه راهکارهایی که در بخش کوهپایه‌ای استان گیلان ارائه می‌گردد با توجه به مباحث توسعه گردشگری روستایی بیان خواهد شد.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، توسعه روستایی، بخش کوهپایه‌ای، استان گیلان.

۱. مقدمه

بالا رفتن سطح در آمد، افزایش ایام فراغت، تغییرات و نگرش‌های جدید به مفاهیم زندگی و ضرورت تأمین‌های بین‌المللی ایجاب می‌کند که گردشگری به شدت گسترش و توسعه یابد (شارپلی، ۱۳۸۰: ۱). در این راستا گردشگری روستایی نیز جزیی از صنعت گردشگری به حساب می‌آید که می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع بخشی به رشد اقتصادی و نیز خلق فرصت‌های شغلی جدید در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی ایفا کند (شریف‌زاده، ۱۳۸۱: ۵۲). تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان طی سده‌های اخیر به ویژه در زمینه افزایش جمعیت، گسترش شهرنشینی، توسعه راه‌های ارتباطی و وسایل حمل و نقل، افزایش اوقات فراغت و بهبود رفاه اجتماعی منجر به توسعه گردشگری در نواحی روستایی یا گردشگری روستایی شد (رضوانی، ۱۳۸۲: ۵۹).

انواع گردشگری روستایی مثل: گردشگری زمینی، گردشگری سبز، گردشگری مزرعه‌ای، گردشگری مناطق حومه‌ای، گردشگری ملایم، گردشگری جایگزین و امثالهم می‌تواند باشد، که به منظور اجتناب از برخی پیچیدگی‌ها و با توجه به یکسان بودن بسیاری از این اصطلاحات جامعه اروپا اصطلاح گردشگری روستایی را انتخاب و آن را به کل فعالیت‌های گردشگری در یک منطقه روستایی اطلاق نمود (اردستانی، ۱۳۸۱: ۵۴) و یا اینکه گردشگری روستایی شامل فعالیت‌های متنوعی است که گردشگران در نواحی روستایی انجام می‌دهند. فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی به طور قابل توجهی افزایش یافته است، از دهه ۷۰ در همه کشورهای توسعه یافته این یک نقش کلیدی در توسعه برخی نواحی روستایی که از لحاظ اقتصادی و اجتماعی رکود داشته‌اند بازی می‌کند. اما گردشگری در نواحی روستایی یک پدیده جدیدی نیست، بعنوان یک مسئله‌ای که از انقلاب صنعتی با مفاهیم بازگشت به زادگاه (بعنوان یک نوع گردشگری که بوسیله ساکنان شهری که اصالتاً از نواحی روستایی بودند تجربه شد و تعطیلاتشان را در شهرک‌های خود می‌گذراندند، فهمیده شد) وجود داشته است (پرالس، ۲۰۰۲: ۱۱۰۱).

در کل اروپا گردشگری به صورت گسترده‌ای بعنوان یک وسیله برای مقابله با چالش‌های اقتصادی- اجتماعی که نواحی روستایی با آن روبرو هستند افزایش یافته است. در بسیاری از کشورها نه تنها مشاغل گردشگری بعنوان موتور رشد اقتصادی و توسعه محسوب می‌شود بلکه از درجات مختلف حمایت‌های دولتی بهره‌مند می‌گردد (شارپلی و واس، ۲۰۰۶: ۱۰۴۰). با توجه به اهمیت جهانی گردشگری، بی‌تردید گردشگری در کشور و مناطق روستایی به علت وجود ظرفیت‌ها و جاذبه‌های متنوع محیطی، چشم‌اندازهای زیبای جغرافیایی و میراث‌های عظیم تاریخی، اماکن زیارتی و سیاحتی و آثار هنری بدیع دارای جایگاه ویژه‌ای است که در اثر توجه بیشتر و فعال‌سازی گردشگری روستایی می‌تواند هزاران نفر توریست را به سوی خود بکشاند (مولائی هاشجین و همکاران، ۱۳۸۴: ۱۱۳).

با توجه به موضوع و پرسش اصلی آن و در راستای پاسخ به آن اهداف تحقیق حاضر را می‌توان در قالب تعیین و شناسایی قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری روستایی در بخش کوهپایه‌ای و ارائه راهکارها

جهت توسعه گردشگری شناخت روستاهای واقع در بخش کوهپایه‌ای گیلان در حد فاصل ارتفاع ۱۰۰ تا ۵۰۰ متری از لحاظ انواع قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری و نحوه‌ی به فعل رساندن توان‌های بالقوه گردشگری و نیز امکان‌سنجی توسعه گردشگری روستایی و توسعه روستاهای واقع در این بخش اهداف تحقیق حاضر به شمار می‌روند.

۲. مروری بر ادبیات تحقیق

گردشگری روستایی پدیده‌ای بسیار قدیمی است. در سده‌ی نوزدهم گسترش خطوط راه آهن، دسترسی به مناطق روستایی را برای افراد زیادی فراهم کرد و توسعه صنعت گردشگری سبب گسترش گردشگری روستایی نیز شد. برای مثال توماس کوک اولین تور مسافرتی به سوئیس را در سال ۱۸۶۲ ترتیب داد و در پایان سده‌ی نوزدهم، این کشور دارای چنان صنعت گردشگری روستایی موقتی شد، که اساس آن را کوهنوردان و افراد نیازمند به مراقبت‌های درمانی تشکیل می‌دادند (رضوانی، ۱۳۸۷: ۳۶). متفکران صاحب نام جهان از جمله: وسبوتا، ویلیبرز، کلوزه، کانون و ... هر یک با سبک، سلیقه و رویکرد خاص خود (در مورد این شاخه از گردشگری پایدار و لزوم توجه به توسعه آن) یادگارهایی بر جای گذارده‌اند. از جمله: از نظر اقتصاد مالی، گردشگری روستایی، کريدوری را سازمان‌دهی می‌کند که از طریق انجام مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و خدمات علاوه بر فراهم شدن محیطی دلچسب و آرام برای گردشگران، فرصت‌های مغتنمی برای مردم روستایی به منظور کسب درآمد پایدار ایجاد می‌شود. توسعه روستایی (که گردشگری روستایی در تحقق آن می‌تواند نقش مؤثری ایفا نماید) فرآیندی است که افزایش توانایی روستاییان برای کنترل محیط‌شان و کاربرد وسیع‌تر منافعی که این گونه کنترل‌ها را تضمین کند، لازمه تحقق آن می‌باشد. توسعه روستایی در جوامعی محقق می‌شود که با عواملی چون توسعه اقتصادی، نگرش‌های انسان دوستانه، توجه به حفظ محیط زیست، ارج نهادن به دانش و آگاهی و ارزش‌های اجتماعی آشنا باشد. توسعه پایدار موجبات ارتقای استاندارد زندگی را فراهم می‌کند و به مردم امکان می‌دهد ضمن پی‌بردن به توانمندی‌های خود و برخورداری از یک زندگی مطلوب، قدم‌های مؤثری در تضمین خوشبختی و سعادت نسل‌های کنونی و بعدی بردارند. در چارچوب گردشگری روستایی (بعنوان یکی از مفاهیم و اشکال توسعه پایدار) یکی از اهداف عمده، استفاده بهینه از منابع موجود در مناطق روستایی می‌باشد. از این طریق ضمن به حداقل رساندن تأثیرات مخرب، منافع روز افزونی را نصیب جوامع میهمان و میزبان می‌نمایند.

بر اساس تعریف کمیسیون اروپایی (۱۹۸۶) گردشگری روستایی تنها شامل گردشگری کشاورزی نمی‌شود، بلکه همه‌ی فعالیت‌هایی که گردشگران در مناطق روستایی انجام می‌دهند، را در بر می‌گیرد. از این رو می‌توان گفت که افراد به دلایل مختلف و با انگیزه‌های متفاوت از نواحی روستایی بازدید

می‌کنند و در بسیاری از فعالیت‌های گردشگری نیز شرکت خواهند کرد، به همین دلیل نیز انواع خاصی از گردشگری در نواحی روستایی وجود دارد که به شخص مسافر، ویژگی‌های مقصد و انگیزه سفر بستگی دارد. بنابر این می‌توان با توجه اهداف گردشگران، گردشگری روستایی را به هشت دسته به شرح زیر تقسیم کرد:

گردشگری طبیعی^۱: بیشتر در تعامل با جاذبه‌های اکولوژیکی قرار دارد و در واقع اکو توریسم خشکی و اکوتوریسم آبی را شامل می‌شود (کردوانی، ۱۳۸۸: ۳۹).

گردشگری فرهنگی: که با فرهنگ، تاریخ و میراث فرهنگی و باستانی مردم روستایی مرتبط است. **اکوتوریسم**: نوعی گردشگری است که علاوه بر تعامل با جاذبه‌های طبیعی با زندگی و هنرهای اجتماعی مردم محلی که خود نیز در تعامل با جاذبه‌های طبیعی است، در ارتباط می‌باشد. اکوتوریسم به عنوان پایدارترین نوع طبیعت گردی و سازگارترین نوع توریسم است (مولائی هاشجین، ۱۳۸۶: ۱).

آپروود (Wood, 1998: 8) نیز گردشگری اکوتوریسم را گونه‌ای از گردشگری روستایی می‌داند که علاوه بر برخورداری از جاذبه‌های طبیعی، به رشد و توسعه اقتصاد روستایی نیز کمک می‌کند. همچنین می‌توان گفت اکو توریسم نوعی گردشگری است که در بسیاری از نقاط دنیا فرصت‌های بی نظیری را برای توسعه روستایی همه جانبه، مدیریت منابع و مدیریت مناطق حفاظت شده به وجود می‌آورد. **گردشگری دهکده^۲**: در گردشگری دهکده، گردشگران در مسکن دهکده‌ها اقامت کرده و در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی دهکده مشارکت می‌کنند.

گردشگری کشاورزی^۳: که گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی بر اکو توریسم نواحی میزبان با فعالیت‌های سنتی کشاورزی در تعامل اند و یا در آن شرکت می‌کنند (شریف‌زاده و مرادی‌نژادی، ۱۳۸۱: ۵۴). به طور خاص وقتی هدف از بازدید، تمرکز ویژه به کشاورزی، باهدف لذت بردن از باغات و مزارع و یا همراهی با حیوانات اهلی باشد، گردشگری کشاورزی شناخته می‌شود.

پروچاکلا^۴ نیز گردشگری کشاورزی را مجموعه‌ای از خدمات و تسهیلات رفاهی و اقامتی تدارک دیده شده برای گردشگران به وسیله کشاورزان می‌داند، تفاوت آن با دیگر انواع گردشگری روستایی را در این می‌داند که اقدامات پذیرایی و تسهیلات رفاهی گردشگران توسط کشاورزان فراهم می‌شود.

گردشگری مزرعه^۵: این نوع گردشگری با توجه به محیط شکل‌گیری آن متفاوت است و البته به عنوان گردشگری کشاورزی نیز شناخته می‌شود. گردشگری مزرعه، شامل اقامت و نیز مشارکت در فعالیت‌های کشاورزی در مزرعه بوده و در بین خانوارهای کشاورز به عنوان مکمل و جایگزین فعالیت‌های اقتصادی رواج پیدا می‌کند. به علاوه گردشگری مزرعه، ابزاری نیز برای حفاظت از چشم‌اندازهای سنتی است،

1. Natural tourism
2. Village tourism
3. Agrotourism
4. Prochazka

گردشگری مزرعه یکی از زمینه‌های سرمایه‌گذاری در کشاورزی است. درباره اثر آن بر روی نیروی کار دیدگاه‌های متفاوتی ارائه شد، ولی نقش آن در اشتغال زنان در مزارع از راه ارائه خدمات پذیرایی مورد تأکید است (Aronsson, 1994: 267-282).

گردشگری روستایی با گردشگری محلی - روستایی: این نوع گردشگری شامل: اردو زدن، اقامت در منازل اجاره‌ای، گشت و شکاردر حیات وحش، بازاریابی صنایع دستی، جشنواره‌های فرهنگی، ورزش‌های ماجراجویانه، راهپیمایی، بازدید از مکان‌های تاریخی، جشنواره‌های موسیقی می‌تواند باشد. در واقع هرگونه فعالیت تفریحی ممکن در نواحی روستایی است (HOLLND et al, 2003:7).

گردشگری سبز: اگرچه در بعضی کشورها اصطلاح «گردشگری سبز» به گردشگری روستایی اطلاق می‌شود، اغلب برای توصیف نوعی از گردشگری به کار می‌رود، بیشتر طرفدار محیط زیست است. این نوع گردشگری با نام‌های مختلف مانند: گردشگری مسئول، گردشگری انعطاف‌پذیر، گردشگری سودمند یا گردشگری بدیل شناخته شده است. گردشگری سبز بهترین روش برای توسعه ارتباط همزیستی بین محیط زیست طبیعی و اجتماعی است. به عبارت دیگر، افزایش توجه به اثرات زیانباری که برخی از انواع گردشگری در محیط زیست ایجاد می‌کند سبب شکل‌گیری نوعی خاصی از گردشگری به نام گردشگری سبز شده است.

در مجموع برخی از محصولات گردشگری با انواع متفاوت گردشگری، جزو گردشگری روستایی به حساب می‌آید، ولی با آن برابر نیستند. برای مثال گردشگری کشاورزی به هر نوع گردشگری که به طور مستقیم با کشاورزی (مزرعه) مرتبط است اطلاق می‌شود. شامل اقامت در مزارع، اتاق‌ها یا چادر زدن، بازدیدهای آموزشی، خوراک، فعالیت‌های تفریحی و فروش محصولات کشاورزی یا صنایع دستی است.

۲-۲. اثرات گردشگری و توسعه نواحی کوهپایه‌ای

یکی از حوزه‌های اصلی مورد علاقه برای جغرافیدان‌ها و همچنین محققان گردشگری، اثرات گردشگری و تفریحات بر جامعه‌ی مقصد است. پیامدهای گردشگری اغلب در یک چارچوب نظریه‌ای شامل اثرات اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی و فرهنگی بررسی می‌شود. این اثرات جدا از یکدیگر نیستند، این اثرات در یک حوزه تعاملی با «اثرات اجتماعی» عمل می‌کند. ماتیسون و وال^۱ به اثراتی اشاره می‌کنند که از تعامل این عوامل با یکدیگر به وجود می‌آید و در واقع حاصل مناسبات پدیده‌های اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی با یکدیگر است. از دیدگاه باتلر (۱۹۸۰) تغییرات اجتماعی حاصل از گردشگری، متأثر از دو دسته عوامل مرتبط با گردشگران و ناحیه مقصد است.

عوامل مرتبط با گردشگران شامل:

1. Green tourism
2. Mathieson and wall

- تعداد بازدیدکنندگان
- طول مدت اقامت بازدی کنندگان
- ویژگی‌های قومی بازدید کنندگان
- ویژگی‌های اقتصادی بازدید کنندگان
- فعالیت‌های بازدیدکنندگان
- عوامل مرتبط با ناحیه مقصد شامل:
 - وضعیت اقتصادی ناحیه
 - میزان مشارکت اجتماعی در گردشگری
 - ویژگی‌های فضایی توسعه‌ی گردشگری
 - میزان پایداری فرهنگ محلی
- سایر ویژگی‌ها (Embacher, H., 2005:137-139).

۳. روش‌شناسی تحقیق

با توجه به موضوع تحقیق، اهداف و فرضیه‌ها، روش تحقیق در این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - تحلیلی است. برای بررسی و شناخت محدوده مورد مطالعه و مباحث نظری از روش تحقیق توصیفی و جهت تحلیل و ارائه راهکارهای توسعه گردشگری روستایی از روش توصیفی - تحلیلی استفاده شده است. با توجه به اینکه ۵۳۹ روستا در ارتفاع ۵۰۰-۱۰۰۰ متری استان گیلان واقع شده‌اند و توزیع پرسش‌نامه و امکان‌سنجی کلیه روستاها ممکن نبود با بهره‌گیری از فرمول کوکران نمونه‌گیری از طریق انتخاب روستاهای بسیار کوچک (۲۰۰-۱ نفر)، کوچک (۵۰۰-۲۰۱ نفر)، متوسط (۱۰۰۰-۵۰۱ نفر)، بزرگ (۲۰۰۰-۱۰۰۱ نفر)، روستا - شهر کوچک (۵۰۰۰-۲۰۰۱ نفر)، روستا - شهر بزرگ (۱۰۰۰۰-۵۰۰۱ نفر) بصورت تصادفی روش نمونه‌گیری طبقه بندی شده انجام گرفت^۱ (مولائی هاشجین، ۱۳۸۴).

توسعه گردشگری روستایی در بخش کوهپایه‌ای متغیر وابسته و انواع قابلیت‌ها، جاذبه‌های گردشگری در بخش کوهپایه‌ای اعم از گردشگری فرهنگی و اکوتوریسم، متغیرهای مستقل محسوب می‌شوند.

$$n = \frac{N(t,s)^2}{ND^2 + (t-s)^2}$$

n = حجم نمونه = ۶۲

N = حجم کل جامعه = ۵۳۹

T = مقدار t استودنت با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا به میزان ۲ = ۱/۹۶

d = فاصله حدود اطمینان برابر ۰/۱

روش گردآوری اطلاعات از طریق کتابخانه‌ای و مراجعه به منابع مکتوب علمی در مراکز آموزشی، پژوهشی و سازمان‌های مربوطه و همین‌طور روش میدانی با توجه به تهیه پرسش‌نامه برای بخش کوهپایه‌ای با توجه به ابعاد مختلف گردشگری روستایی و اصل مشاهده انجام می‌گردد. مهمترین ابزار گردآوری اطلاعات در تحقیق حاضر، ارتفاع سنج، نقشه، پرسش‌نامه و منابع اینترنتی می‌باشند. ضمن اینکه فیش برداری، مشاهده و ... نیز از دیگر ابزار گردآوری اطلاعات استفاده شده است. پس از پایان یافتن جمع‌آوری اطلاعات از طریق مطالعات اسنادی و میدانی و استخراج و سازماندهی منابع و داده‌ها با استفاده از روش‌های مختلف نظیر تکنیک دلفی به منظور رسیدن به راهکارهای توسعه گردشگری روستایی صورت گرفته است.

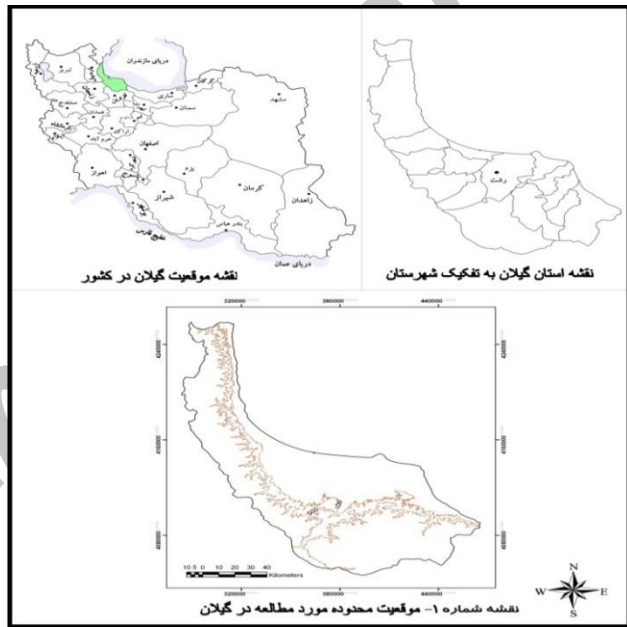
جدول ۱. توزیع روستاهای نمونه به تفکیک شهرستان و اندازه طبقات جمعیتی گیلان ۱۳۸۹

جمع	نام روستاهای انتخاب شده				نام شهرستان
	روستا-شهر کوچک	بزرگ	متوسط	کوچک	
۱	-	-	-	-	استارا
۳	-	هلو دشت	-	تابستان نشین	املش
۷	-	-	داوان، پی سرا	خطبه سرا، سیاه بیل	تالش
۱	امامزاده هاشم	-	-	-	رشت
۱	-	-	-	-	رضوانشهر
۶	-	-	حلیمه جان	شهران	رودبار
۹	-	-	-	پلام کلجار	رودسر
۶	-	-	-	آسو	سیاهکل
۳	-	سیاه مزگی	خرمکش	-	شفث
۷	-	-	دارباغ، قلعه رودخان	کوچمه چال	فومن
۴	-	-	-	سرچشمه	لاهیجان
۹	-	-	-	آشیان	لنگرود
۵	-	-	تاسکوه	شالما، چسلی	ماسال
۶۲	-	-	-	-	جمع

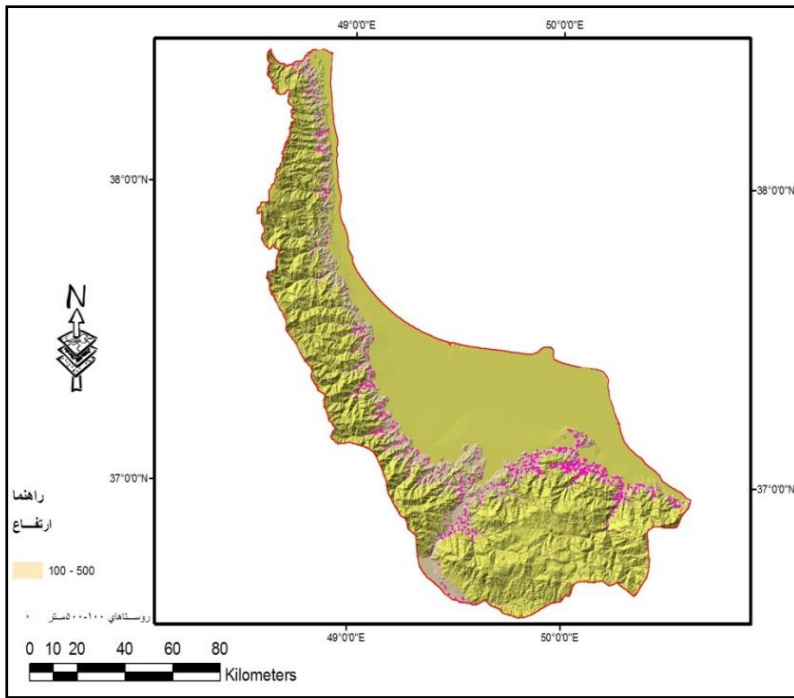
۵. یافته‌ها

۱-۵. موقعیت جغرافیایی بخش کوهپایه‌ای

استان گیلان یکی از استان‌های شمالی کشور بالغ بر ۱۴ هزار کیلومتر مربع مساحت دارد. این استان در ۳۶ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۲۷ دقیقه عرض شمالی و ۴۸ درجه و ۵۳ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۳۴ دقیقه طول شرقی از نصف النهار قرار گرفته است. طول آن از شمال غربی به جنوب شرقی ۲۳۵ کیلومتر و عرض آن از ۲۵ تا ۱۰۵ کیلومتر تغییر می‌کند. رشته کوه‌های البرز با ارتفاع متوسط ۳۰۰۰ متر همانند دیواری در غرب و جنوب گیلان کشیده شده است کمترین فاصله کوه از دریای خزر (در حویق) نزدیک به ۳ کیلومتر و بیشترین فاصله آن از دریا (در امامزاده‌هاشم) حدود ۵۰ کیلومتر است. این استان از شمال به دریای خزر و جمهوری آذربایجان از غرب به استان اردبیل از جنوب به استان زنجان و قزوین و از شرق به استان مازندران محدود می‌گردد. بر اساس آخرین تقسیمات کشوری استان گیلان دارای ۴۹ شهر، ۴۳ بخش، ۱۰۹ دهستان و ۲۸۸۸ آبادی (۲۶۸۶ آبادی دارای سکنه و ۲۰۲ آبادی خالی از سکنه) است. که از این تعداد ۵۳۹ روستا در ارتفاع ۵۰۰-۱۰۰۰ متری با کمتر از بیست درصد در بخش کوهپایه در بخش کوهپایه‌ای استان گیلان واقع شده است.



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه



شکل ۲. توزیع جغرافیایی روستاهای استان گیلان ارتفاع ۱۰۰۰ تا ۵۰۰۰ متر (بخش کوهپایه‌ای)

۲-۵. ویژگی‌های روستاهای مورد مطالعه

بررسی‌ها نشان می‌دهد حداقل فاصله روستاهای مورد مطالعه تا مرکز دهستان ۲ کیلومتر و حداکثر فاصله ۷ کیلومتر می‌باشد. حداقل فاصله روستاهای مورد مطالعه تا مرکز بخش ۴ کیلومتر و حداکثر ۱۳ کیلومتر، حداقل فاصله روستاهای مورد مطالعه تا مرکز شهرستان ۲۴ کیلومتری و حداکثر ۴۱ کیلومتر، حداقل فاصله روستاهای مورد مطالعه تا مرکز استان ۲۹ کیلومتر و حداکثر ۱۶۸ کیلومتر می‌باشد. تیپ بررسی وضعیت روستاها حاکی از آن دارد ۸۶ درصد روستاهای در تیپ نیمه متفرق و بقیه در تیپ متفرق پراکنده شده‌اند.

بافت: بررسی بافت روستاهای مطالعه در شرق، غرب و مرکز گیلان اغلب سنتی بوده اما با وجود اجرای طرح هادی در بسیاری از روستاهای مورد مطالعه توسط بنیاد مسکن انقلاب اسلامی بافت سنتی جای خود را به بافت غیر سنتی داده است.

در بافت سنتی اسکلت دیوار از تنه درختان بصورت چوب بست مورب بوده و نوعی پی در آن‌ها به صورتی است که کف آن مرتفع از سطح زمین (تیرهایی بر روی بستر سنگی) قرار دارد. پوشش دیوار کاهگل است و بام آن چهار شیبه و پوشش آن از تخته سفال و ساقه برنج در بافت غیر سنتی دیوار از آجر و یا سنگ بلوک سیمانی، نوع پی بتن، پوشش دیوار اغلب از آجر و چوب و یا آهن و بام آن‌ها شیبدار و از حلب و ایرانت تشکیل شده است.

از نظر کلیما توریسم اکثر روستاهای مورد مطالعه بدلیل قرار گیری در فاصله ۱۰ تا ۵۰۰ متری دارای آب و هوای ویژه‌ای در فصول مختلف سال هستند که می‌توان به عنوان نمونه از روستای قلعه رودخان در تمام فصول سال بجز زمستان نام برد در این روستا قلعه با هشتصد سال قدمت قرار دارد که همواره در روزهای تعطیل مورد بازدید گردشگران قرار می‌گیرد. محیط جنگلی با وسعت ۱۸۷۰ هکتار و قرارگیری دژی محکم به بالا دست کوهپایه و همچنین تنوع اقلیمی آن در سه فصل اول سال باعث رونق گردشگری روستایی در این منطقه شده است.

زبان مردم روستاهای مورد مطالعه در اکثر روستاها فارسی با گویش گیلکی و تالشی است. در روستای پی سرا (تالشی) زبان مردم ترکی و فارسی با گویش‌های گیلکی و تالشی بوده و در روستاهای ریزه مندان، سیاه مزگی، شالما، چسلی فارسی با گویش تالشی است. دین مردم روستاهای مورد مطالعه اسلام بوده و مذهب آنها شیعه و سنی می‌باشد.

مهاجرت بیشتر از روستا به شهر دیده می‌شود به طوری که جوانان جویای کار روستا اکثراً برای پیدا نمودن شغل به شهرهای اطراف مهاجرت نموده‌اند. اشتغال اکثر مردم روستا در بخش کشاورزی و دامداری بوده اما در روستاهای چسلی و شالما، شالی‌بافی، در روستای دارباغ قالی‌بافی و در روستاهای ریزه‌مندان، سیاه‌مزگی، خرم‌کش پرورش نوغان، در روستای داوان جاجیم بافی و در اکثر آن‌ها کارگری نیز وجود دارد.

از نظر خدمات زیربنایی آب لوله کشی تصفیه نشده در اکثر روستاها وجود دارد از نظر راه‌های ارتباطی بیش از ۷۰ درصد روستاها از شبکه دسترسی مناسبی برای ورود برخوردار نیستند. روزنامه‌ها و نشریات در روستاهای مورد مطالعه وجود ندارد و تلفن و برق در تمامی روستاها وجود دارد. از نظر خدمات روبنایی خدمات بهداشتی و درمانی در حد یک خانه بهداشت و در تمامی روستاها و در یک درمانگاه فقط در ۲۱ روستای مورد مطالعه به چشم می‌خورد. از نظر خدمات تجاری در حداقل قابل قبول بوده، و همین طور پمپ بنزین در هیچکدام از روستاها وجود ندارد. بانک در روستاها وجود ندارد همین طور ۳۷ روستا دارای تعاونی روستایی هستند.

۵-۳. گردشگری در روستاهای کوهپایه‌ای

بررسی‌ها نشان می‌دهد ۳۵ درصد گردشگران از طریق دوستان و اقوام، ۲۲ درصد از طریق کتابچه‌های راهنما و بروشورهای سازمان متولی در زمینه روستاهای هدف گردشگری و سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری و ۴۷ درصد نیز از طریق رسانه‌های جمعی بویژه گزارش‌های تلویزیونی، اطلاعات شخصی و برخی از طریق آژانس‌های مسافرتی مانند تورهایی که از تهران به قلعه‌رودخان برگزار می‌شود کسب اطلاعات نموده‌اند.

در اکثر روستاهای مورد مطالعه بجز روستاهای قلعه رودخان، تاسکوه، چسلی، امام‌زاده هاشم^۱، تی‌تی کاروانسرا، بلوردکان اقامتگاه برای اقامت گردشگران وجود ندارد که اغلب آن‌ها از یک تا سه شب را برای اقامت خود انتخاب می‌کنند و از دلایل انتخاب گردشگران می‌توان استراحت و فراغت مولد و همچنین بازدید از فرهنگ و تاریخ یا مذهب روستا اشاره نمود.

در اکثر روستاهای مورد مطالعه قهوه‌خانه و در برخی از روستاها زمین ورزش نیز وجود دارد اما در روستاهای قلعه‌رودخان، تاسکوه، چسلی، تی‌تی کاروانسرا، بلوردکان ویلا و خانه‌های استیجاری وجود دارد.

قرارگیری روستاهای مورد مطالعه در ارتفاع ۱۰۰ تا ۵۰۰ متری از نظر توریسم اقلیمی شرایط ویژه‌ای را پدید آورده‌اند. همچنین وجود رودخانه در روستاهای پی سرا، چسلی، خرمکش، دارباغ، داوانی، سیاه مرگی و شالما و ... باعث شده از نظر اکوتوریسم آبی قطب قابل توجهی از استان گیلان در این پهنه قرار گیرد و چشم‌انداز کوهپایه در اکثر روستاها بویژه در روستاها چسلی، شالما و تاسکوه، پی‌سرا، دالان باعث شده تا گردشگران زیادی به این روستا وارد شوند. همچنین باغداری، پرورش زنبور عسل، پرورش نوغان نیز اکوتوریسم باغی و دامی روستاهای مورد مطالعه را تقویت نموده و در روستاهای ریزه‌مندان دارباغ و چسلی به عنوان نمونه در زمینه توریسم کشاورزی فعالیت قابل توجهی دارد در زمینه صنایع دستی نیز جاجیم بافی در داوان، شال‌بافی در شالما و چسلی و قالی‌بافی در روستای دارباغ نمونه‌های قابل توجهی از صنعت در این روستا هستند. گل بنفشه و کاسنی با کاربرد داروئی خود نمونه‌ای دیگر از فعالیت گردشگری گیاهان داروئی در روستای دارباغ هستند که می‌تواند با برگزاری تورهای گردشگری طبیعی و فرهنگی آن را فعال نمود.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش بیانگر این مطلب است که فرآیند برنامه‌ریزی توسعه در ایران خصوصاً راهبرد توسعه گردشگری روستایی، با رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی این امکان را برای مدیران روستایی فراهم

۱. توضیح اینکه در روستای امام زاده هاشم یک هتل در حال ساخت وجود دارد.

می‌سازد تا اولاً درک درستی از ظرفیت‌های روستاها داشته و تمام انرژی خود را صرف بهبود روندها و فرآیندها بنمایند و دوم اینکه به نقش تأثیرگذار گردشگری بعنوان عاملی مؤثر در نظام توسعه گردشگری روستایی توجه کرده و به صورت نظام‌مند و جدای از سطحی نگری تمام ظرفیت‌های خود را صرف رشد کمی و کیفی جوامع محلی نموده تا زمینه‌های مؤثر کارآفرینی و شناسایی مزیت‌های نسبی نواحی روستایی را تشخیص و از آن‌ها برای تولید ثروت مادی و سرمایه‌های اجتماعی در محیط روستایی سود برد و سوم اینکه با منابع موجود امکان حل همه مسایل وجود نداشته و بهتر است بر اساس اولویت‌های ارائه شده و با روش گام به گام و بصورت هدفمند به حل مشکلات اقدام کرد.

ظرفیت‌های روستاها بعنوان ابزاری جهت برنامه‌ریزی ساختاری راهبردی چگونه می‌تواند در امکان توسعه گردشگری به عنوان مؤلفه‌ی پایداری توسعه در جوامع روستایی بیانجامد؟ در پاسخ این تحلیل کمک می‌کند تا با شناسایی مهمترین اولویت‌های توسعه صنعت گردشگری در بخش کوهپایه‌ای گیلان محقق شود زیرا بررسی‌ها نشان می‌دهد بافت مسکن روستایی ۱۷.۵ درصد، مزارع و باغ‌های کشاورزی ۷.۵ باعث جذب گردشگران به روستاهای مورد مطالعه شده است. با توجه به نتایج به دست آمده در این پژوهش، راهکارهای زیر به منظور توسعه گردشگری در بخش کوهپایه‌ای استان گیلان پیشنهاد می‌شود:

۱. برنامه‌ریزی به گونه‌ای باشد که یک گفتمان همیشگی بین بخش دولتی، بخش خصوصی، جوامع محلی و علائق آنها در ارتباط با آینده منطقه برقرار نماید.
۲. تقویت و تشویق سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی در بخش‌های: حمل و نقل، خدمات عمومی، بازاریابی و اطلاع‌رسانی صورت گیرد.
۳. گردشگری پایدار روستایی احتیاج به یک منطقه آرام و با امنیت دارد.
۴. راهبردها و سیاست‌های ما باید بتواند توان گروه‌های مختلف هنری، فرهنگی و زیست محیطی را در خدمت توسعه گردشگری قرار دهد.
۵. حفظ مناظر زیبا، میراث فرهنگی و تاریخی منطقه (عوامل اصلی جذب گردشگر).
۶. توسعه گردشگری روستایی باید فعالیت‌های متنوعی را در برگیرد تا موجبات اشتغال همه ارکان جامعه محلی از جمله بانوان را فراهم کند.
۷. طرح‌های توسعه گردشگری روستایی باید مهارت‌ها و تعلیمات جدیدی را با خود به منطقه آورده و به جوامع محلی عرضه کند.
۸. طراحی وب سایت گردشگری روستایی به همراه برگزاری مسابقه عکس از جاذبه‌های روستاها.
۹. سیاست‌گذاری مناسب و منطقی در جهت تخصصی ساختن مدیریت گردشگری روستایی با همکاری دهیاری‌ها و سازمان‌های مربوطه.
۱۰. برنامه‌ریزی در جهت سوق دادن اردوهای دانش‌آموزی و دانشجویی به مکان‌های باستانی و دیدن آثار غنی تاریخی و جاذبه‌های طبیعی در روستاها.

۱۱. ایجاد علاقه و انگیزه به تاریخ و گردشگری از طریق آموزش ماهیت و مفاهیم گردشگری در سطوح مختلف تحصیلی در روستاها.
۱۲. ایجاد جاذبه‌های فرعی در حوالی آثار تاریخی با حفظ حریم فنی، فرهنگی و محیطی بنا در روستاها.
۱۳. ایجاد خانه‌های درختی در روستاهای کوهپایه‌ای به دلیل امنیت گردشگران از آسیب حیات وحش روستاها.
۱۴. برنامه‌ریزی در جهت ارائه خدمات در مراکز اطلاع رسانی گردشگری در ایام تعطیل.
۱۵. ایجاد شاله در مناطق کوهپایه‌ای در روستاهای شیب دار جهت استفاده گردشگران.

۷. منابع

۱. اردستانی، محسن، ۱۳۸۱، توسعه روستایی در ایران با توجه به زمینه‌های مساعد گردشگری (مطالعه موردی: ماسوله)، رساله دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران.
۲. جولیاشارپلی، ریچارد، ۱۳۸۰، گردشگری روستایی، ترجمه رحمت‌اله منشی‌زاده و فاطمه نصیری، نشر منشی.
۳. دیبایی، پرویز، ۱۳۷۱، شناخت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
۴. رضوانی، علی اصغر، ۱۳۷۹، جغرافیا و صنعت توریسم، دانشگاه پیام نور، تهران.
۵. رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۲، تحلیل روند ایجاد و گسترش خانه‌های دوم در نواحی روستایی (مطالعه موردی: نواحی روستایی شمال تهران)، مجله پژوهش‌های جغرافیایی، مؤسسه جغرافیا، دانشگاه تهران، شماره ۴۵.
۶. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان گیلان، ۱۳۸۰، آمارنامه کشاورزی استان گیلان، واحد GIS.
۷. سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹، برنامه‌ریزی ملی و منطقه‌ای جهانگردی، ترجمه دکتر محمود عبدالله زاده، انتشارات فرهنگ و مدیریت.
۸. شریف زاده، ابولقاسم، ۱۳۸۱، توسعه پایدار توریسم روستایی، جهاد، شماره ۲۵.
۹. کردوانی، پرویز، ۱۳۸۸، اکوسیستم‌های طبیعی، جلد اول (عمومی)، دانشگاه تهران.
۱۰. محلاتی، صلاح الدین، ۱۳۸۰، درآمدی بر جهانگردی، دانشگاه شهید بهشتی.
۱۱. مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵، نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن استان گیلان.
۱۲. منشی‌زاده، رحمت اله، ۱۳۷۶، جهانگردی، انتشارات مسعی.
۱۳. مرادنژادی، همایون و شیرزاد نظری، ۱۳۸۲، توریسم و توسعه روستایی در ایران، مجله جهاد، شماره ۲۵۶.
۱۴. معصومی‌راد، رضا، ۱۳۸۷، توریسم گیلان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، رشته جامعه‌شناسی، استاد راهنما: فاروق خرابی.
۱۵. مولائی هاشجین، نصراله و ملک‌پور هاشجین، سهیلا، ۱۳۸۴، قابلیت‌ها و جاذبه‌های توریسم روستایی - عشایری در ناحیه تالش، مجله محیط زیست، پژوهشکده محیط زیست جهاد دانشگاهی.
۱۶. مولائی هاشجین، نصراله، ۱۳۸۶، اکوتوریسم و توسعه در کنار عملکرد مسلط جزایر خارک و خارکو، مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای جغرافیا، گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی اسلام شهر.

۱۷. مولائی هاشجین، نصر...، ۱۳۸۵، چشم‌اندار جغرافیایی (مفاهیم، تعاریف و تقسیمات)، فصل نامه چشم‌اندار جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت سال اول، شماره اول.

18. Aronsson, Lars., 1994, **Sustainable tourism System**, Exampel of Sustainable Rural tourism in Sweden", in Bramwell & B.Lane (Eds), Rural tourism and Sustainable Rural development, Celevodon, Channel, View publication, 1994, p.77.
19. Embacher H., 2005., **Marketing for Agritourism in Austria**, Strategy and Realisation in a Highly Developed Tourist Destination. J. Sustain. Tour., p: 61.
20. Holland, S.M., Ditton, R.B. and Graefe, A.R., 2003, **An ecotourism perspective of billfish fisheries**, Journal of Sustainable Tourism 6(2):7.
21. Sharply, R & rhchard., 1997, **Rural torism an introduction**, PN.4.
22. Sharply .R., 2002, **rural torism and the challenge of torism**.
23. Ssummary & .Year., 2001. **World travel and tourism council**, 2001, TSA Reasearch Highlights
24. Wood, M.E., 1998, **New Directions in the Ecotourism Industry**, In: Lindberg, K., Epler Wood, M. and Engeldrum, D. (eds) Ecotourism: a guide for planners and managers Volume 2. The Ecotourism Society: North Bennington, Vermont, p. 8.

Archive of SID