

برآورد ارزش اقتصادی گردشگری در مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن استان گیلان

محمد کریم معتمد^{۱*}، محمد کاوسی کلاشمی^۲، فاطمه قربانی پیرعلیدهی^۳

۱. دانشیار گروه اقتصاد کشاورزی، دانشکده علوم کشاورزی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

۲. دانشیار گروه اقتصاد کشاورزی، دانشکده علوم کشاورزی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران.

۳. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده علوم زراعی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، ساری، ایران.

* نویسنده مسئول، Email: motamed@guilan.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳ بهمن ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۱

چکیده

مقدمه: گردشگری روستایی بخشی از بازار گردشگری بوده و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه جوامع روستایی در نظر گرفت. لذا، ارزش گذاری این نوع گردشگری می‌تواند نقش مهمی در بهبود برنامه‌ریزی‌های مرتبط با توسعه گردشگری داشته باشد.
هدف: تحقیق حاضر با هدف برآورد ارزش اقتصادی گردشگری در مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن در استان گیلان به انجام رسید.

روش شناسی: این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، پیمایشی و از نوع توصیفی-تحلیلی است که از روش ارزش گذاری مشروط برای ارزش گذاری گردشگری در تحقیق استفاده شد. بر اساس فرمول میشل و کارسون، ۱۹۳ نفر به عنوان حجم نمونه مورد بررسی به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه‌ی محقق ساخته استفاده شد. روایی پرسشنامه با کمک گروهی از اساتید گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه گیلان و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان گیلان مورد تأیید قرار گرفت. مقدار میانگین آلفای کرونباخ معادل ۰/۸۵ نشان‌دهنده‌ی پایایی پرسشنامه‌ی مورد بررسی است.

قلمرو جغرافیایی پژوهش: این مطالعه در مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن استان گیلان به انجام رسید.
یافته‌ها و بحث: نتایج نشان داد که متغیرهای انگیزشی به جز جذابیت در امکانات نمره‌ی میانگین بیشتر از حد متوسط دارند و در نتیجه، عوامل انگیزشی کشتی و رانشی در تمایل بازدیدکنندگان به حضور در مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن در حد متوسط تا زیاد مؤثر بوده‌اند. نتایج مدل لاجیت نشان داد که میزان تمایل به پرداخت گردشگران با متغیرهای توضیحی قیمت پیشنهادی و گریز و استراحت رابطه‌ی معنی‌دار و منفی و با متغیرهای توضیحی سن، نگرش و وجود امنیت و ایمنی رابطه‌ی معنی‌دار و مثبت دارد. مقدار آماره LR (۵۷/۹۷) نشان داد که رگرسیون دوتایی لاجیت برآورد شده به طور کلی معنی‌دار است.

نتیجه‌گیری: در مجموع درصد پیش بینی صحیح الگوی برآورد شده معادل ۶۷ درصد می‌باشد که بیانگر قدرت مناسب پیش‌بینی الگو است. هرچند بر اساس نتایج تحقیق گردشگران زیادی تمایل به پرداخت حق ورودیه برای بازدید از مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن دارند و از سویی دیگر حق ورودیه پشوانه‌ی صد درصدی جهت مشارکت مردمی به حساب نمی‌آید اما ارزش اقتصادی منطقه را مشخص ساخته و مردم را نسبت به عملکرد ضعیف مدیریت و یا رفتارهای نامناسب دیگران (رفتارهایی مانند آلوده کردن محل گردشگری، صدمه زدن به بناهای تاریخی، آلودگی‌های صوتی، ایجاد درگیری و دعوا بین مردم و...) حساس می‌کند.

کلیدواژه‌ها: ارزش گذاری گردشگری، گردشگری روستایی، استان گیلان.

مقدمه

گردشگری یکی از صنایع نوپا در سطح اکثر کشورهای توسعه یافته و توسعه نیافته است. به طوری که در حال حاضر اقتصاد کشورهای هر دو دسته رابطه‌ی زیادی با توسعه گردشگری داشته و اغلب کشورها به ویژه کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت برخوردارند، آن را در برنامه‌های توسعه‌ی ملی خود گنجانده‌اند تا از این طریق بتوانند فرآیند توسعه‌ی ملی خود را سرعت بخشند (طولابی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۹). گردشگری به عنوان یک صنعت خدماتی شامل ترکیبات مادی و غیرمادی است که گردشگر در جهت برآوردن نیازها و آرزوهای خود انجام می‌دهد (Smaranda et al, 2014). صنعت گردشگری علاوه بر درآمدزایی، شرایط اشتغال را نیز فراهم می‌کند و به جامعه در دستیابی به توسعه‌ای درون‌زا و مولد یاری می‌رساند (کروبی، ۱۳۸۸). در بین انواع مختلف گردشگری، گردشگری روستایی از اهمیت بالایی برخوردار است. زیرا مناطق روستایی با مشکلات مهمی از جمله مهاجرت‌های روستائیان به شهرها، پایین بودن سطح درآمد، فقر فزاینده و غیره مواجه‌اند. گردشگری روستایی و اقتصاد گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی توسعه‌ی اقتصادی است و در همین ارتباط گردشگری روستایی نیز با برنامه‌ریزی مناسب و شناخت فرصت‌ها و محدودیت‌ها می‌تواند نقش مهمی در توسعه‌ی روستایی و تنوع‌بخشی به اقتصاد ملی داشته باشد (ساک و دین‌پرست، ۱۳۹۹). به عبارت دیگر، گردشگری روستایی بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال و درآمد بوده و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه‌ی اقتصادی-اجتماعی و اکولوژیکی (بوم‌شناختی) جوامع روستایی قلمداد کرد. در کشورهای توسعه یافته این امر با خط‌مشی‌های کشاورزی در ارتباط است و غالباً به عنوان راهبردی برای حفظ محیط‌زیست و فرهنگ سنتی روستایی ارتقا داده می‌شود (قادری و همکاران، ۱۳۹۰). در گذشته شاید به گردشگری تنها از جنبه‌ی تفریحی نگریسته می‌شد اما امروزه با توجه به نیاز روزافزون بشر به گردشگری و سفر در کنار زندگی یکنواخت ماشینی، اهمیت گردشگری و سفر بیش از پیش شده است. لذا ارزش‌گذاری اقتصادی اماکن گردشگری و تفریحی همگان را با اهمیت مناطق گردشگری آشناتر می‌سازد و موجب تصمیم‌گیری‌های درست و برنامه‌ریزی اصولی در حوزه‌ی گردشگری مناطق مختلف خواهد شد. ارزش گردشگری هر منطقه، موضوعی است که مورد توجه بسیاری از محققان و پژوهشگران قرار گرفته است. بر اساس نظر محققان، برآورد ارزشی که افراد جامعه برای گردشگری هر منطقه‌ای قائل هستند، از اهمیت بسزایی برخوردار است. زیرا مطالعه و تعیین میزان تمایل به پرداخت افراد جامعه برای گردشگری می‌تواند نقش شایان توجهی در بهبود برنامه‌ریزی‌های مرتبط با توسعه گردشگری و در نتیجه توسعه‌ی صنعت گردشگری داشته باشد. ارزش‌گذاری مناسب خدمات مختلف آثار فرهنگی - تاریخی و کمی کردن ارزش این‌گونه خدمات، نقش شایان توجهی در برنامه‌ریزی مناسب مدیران و مسئولان برای حفاظت و بهره‌برداری پایدار از مکان‌های گردشگری دارد (محمدی، ۱۳۹۸).

در راستای مباحث مالی گردشگری ذکر این نکته ضروری است که در شرایط فعلی دولت با محدودیت بودجه مواجه است و از سویی دیگر هزینه‌های حفظ، مرمت و احیای مناطق تاریخی بسیار بالا است. لذا باید تأمین مالی جهت نگهداری از اماکن تاریخی توسط بازدیدکنندگان نیز صورت بگیرد (محمدی، ۱۳۹۸). درضمن قطعاً مشارکت مردم در تأمین مالی موجب همکاری بیشتر آنان نیز شده و نتیجه‌ی مطلوبی جهت حفاظت از اماکن تاریخی مانند قلعه رودخان فراهم می‌شود. در بین مناطق مختلف گردشگری در استان گیلان، مناطق روستایی از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند. این مناطق به دلیل آب و هوای مناسب و بافت تاریخی و وجود فرهنگ بکر و خاص روستایی برای بسیاری از گردشگران جذاب و زیبا هستند. اما، به دلیل نبود برنامه‌ریزی و ضعف مدیریت، از فرصت‌های موجود در زمینه‌ی گردشگری روستایی در استان گیلان به نحو مطلوبی استفاده نشده است. در بین مناطق روستایی مختلف استان گیلان، مناطق روستایی قلعه رودخان از جایگاه ویژه‌ای برخوردار هستند. این مناطق روستایی در کنار بافت زیبای تاریخی قلعه رودخان دارای مناظر طبیعی مفرح و بکر نیز هستند. وجود بازار محلی، اماکن زیارتی و فرهنگ و صنایع دستی روستایی نیز بر ارزش گردشگری این مناطق می‌افزاید. بنابراین مسئله‌ی اصلی که در راستای مسائل مالی مناطق گردشگری مانند مناطق روستایی قلعه رودخان استان گیلان وجود دارد این است که ارزش اقتصادی این مناطق از نظر

گردشگران به چه میزان است و به عبارت دیگر میزان تمایل به پرداخت گردشگران چه مقدار می‌باشد؟ بنابراین تحقیق حاضر با هدف برآورد ارزش اقتصادی گردشگری در مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن استان گیلان به انجام رسید. برای دستیابی به این هدف کلی، سهم متغیرهای مختلف مانند ویژگی‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی بازدیدکنندگان و متغیرهای انگیزشی مختلف بر میزان تمایل به پرداخت گردشگران مورد ارزیابی قرار گرفت. سازمان جهانی گردشگری^۱ در جدیدترین تعریف خود از گردشگری در سال ۲۰۲۰، گردشگری را یک پدیده‌ی اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی تعریف کرده است که مستلزم جابه‌جایی افراد به کشورها یا مکان‌های خارج از محیط معمول زندگی آن‌ها است که با هدف شخصی یا تجاری و حرفه‌ای انجام می‌گیرد. بر اساس این تعریف معمولاً اهداف مهم گردشگران نیز عبارتند از: گذراندن اوقات فراغت، تفریح و سرگرمی، دیدار دوستان و آشنایان، فعالیت‌های مختلف شغلی و حرفه‌ای، معالجه‌ی پزشکی، انگیزه‌ی مذهبی و زیارت، انگیزه‌های فرهنگی و غیره (طولابی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۹).

ون لیوون (۲۰۱۵) گردشگر را افرادی می‌داند که در خارج از محیط معمول خود و به سرزمین‌ها و مرزهای دیگر مسافرت می‌کنند و جریان حرکت مردم و منابع قابل مشاهده و جریان نامرئی مانند انتقال دانش، تجربیات، شایستگی‌ها و درآمد را ایجاد می‌کند. باید به این نکته توجه نمود که مفهوم "گردشگر" با "مسافر" متفاوت است. مسافر کلمه‌ی مورد استفاده برای فرد در سفر است. سفر بیشتر از این‌که فعل باشد اسم است و برای حرکت از یک مکان به مکان دیگر استفاده می‌شود. مسافر برای مقصد خود و مکان‌های جذاب پیش‌روی خود مانند توریست برنامه‌ریزی نمی‌کند. او بلیتی با تاریخ ورود و خروج تعیین شده ندارد. مسافران از جاذبه‌های توریستی و نشانه‌های تاریخی بازدید می‌کنند، اما آن‌ها فقط از این مکان‌ها عبور می‌کنند. در حالی‌که گردشگران برای جزئیات سفر خود برنامه‌ریزی می‌کنند و اغلب همراه با یک تور با راهنما به قصد صرفه‌جویی در زمان و دیدن همه چیزهای مهم محل، به سفر می‌روند (پورخسروانی و همکاران، ۱۳۹۷).

صنعت گردشگری در شرایط فعلی ابزاری جهت درآمدزایی و ایجاد اشتغال است. یکی از اشکال این صنعت، گردشگری روستایی است. گردشگری یا توریسم روستایی به دنبال توسعه‌ی پایدار جوامع محلی، به یکی از مشاغل مدرن در مناطق روستایی ارتقاء یافته است (Walpole & Goodwin, 2000). گردشگری روستایی مورد استقبال مردم جامعه‌ی روستایی نیز قرار گرفته است و فرصت مناسبی برای درآمدزایی، اشتغال و جذب جوانان روستایی شده است. گردشگری روستایی به دنبال توسعه‌ی پایدار در جوامع روستایی است. گردشگری روستایی را می‌توان به عنوان یک فعالیت جایگزین برای اقتصاد روستایی سنتی رو به زوال و مورد تهدید قلمداد کرد و یا این‌که به آن به عنوان یک فعالیت اضافی و مازاد برای متنوع‌سازی اقتصاد روستایی و حفظ جوامع روستایی و زندگی مردم محلی نگاه کرد. در هر دو حالت گردشگری روستایی می‌تواند اثرات مختلفی بر محیط روستایی داشته باشند و ممکن است تغییرات متنوعی در سبک و روش زندگی روستایی ایجاد نماید (Saarinen, 2007). مفهوم مهم در صنعت گردشگری، انگیزش^۲ است انگیزش هر چند یکی از متغیرهای مؤثر در گردشگری است اما بسیار حیاتی و مهم است. انگیزش به عوامل روانی درونی (نیازها و خواسته‌ها) اشاره دارد که در فرد حالتی از تنش^۳ یا عدم تعادل^۴ ایجاد می‌کند. انگیزه‌ی سفر عاملی است که رفتار گردشگران را توضیح می‌دهد (Hung & Petrick, 2011). اهمیت انگیزه در صنعت گردشگری کاملاً آشکار است. انگیزه چرایی‌ها و چگونگی‌های تصمیم‌گیری را در مسافرت باز می‌نماید (یعقوب‌زاده، ۱۳۹۳). نظریه‌های موجود به منظور شناسایی انگیزه‌ی گردشگران را می‌توان در دو دسته‌ی کلی الگوهای محتوایی و فرآیندی تقسیم کرد. الگوهای محتوایی در زمینه‌ی مفهوم‌سازی‌های متنوع از نیازها در قالب نظریه‌های مختلفی همچون تئوری سلسله

1. World Tourism Organization (WTO)

2. Motivation

3. Tension

4. Disequilibrium

مراتب نیازهای مزلو^۱ (۱۹۴۳)، تئوری دو عاملی انگیزش- بهداشت هرزبرگ^۲ (۱۹۵۹)، نظریه‌ی طیف درون‌گرا- برون‌گرای پلاگ^۳ (۱۹۷۳) و تئوری انتظار ویت و رایت^۴ (۱۹۹۲) مطرح شده‌اند. مدل‌های فرآیندی نیز شامل تئوری‌هایی است که به پیش‌بینی رفتار پس از برانگیخته شدن فرد می‌پردازند. تئوری جست‌وجو- گریز کرامپتون (۱۹۷۹) و تئوری نیروهای کششی و رانشی دان (۱۹۷۷) در این گروه قرار می‌گیرند (Sun & Komppula, 2012).

انگیزه‌های گردشگر از سفر را در کل می‌توان در دو دسته عوامل شامل عوامل کششی^۵ (عوامل بیرونی و برگرفته از ویژگی‌های مقصد گردشگری) و عوامل رانشی^۶ (با منشأ درونی که موجب ترک محیط مبدأ از سوی گردشگر می‌گردد) طبقه‌بندی کرد (رنجبریان و همکاران، ۱۳۹۳). عوامل کششی به ویژگی‌ها و جاذبه‌های صرفاً مقصد مربوط می‌شوند. این عوامل مشخص می‌کنند که کدام‌یک از ویژگی‌های بیرونی افراد را جذب کرده و آن‌ها را به بازدید از مقاصد خاص سوق می‌دهند. عوامل کششی ترکیبی از امکانات و خدماتی می‌دانند که در شرایط انتخابی باعث جذاب شدن مقصد می‌شوند. عوامل کششی، ویژگی‌های مقصد یا نیروهای جذب هستند که به عوامل رانشی انگیزش پاسخ می‌دهند (Sangpikul, 2008).

در مطالعه‌ی بساک و دین‌پرست (۱۳۹۹) که با هدف بررسی نقش گردشگری روستایی در توسعه‌ی اقتصادی روستاهای هدف گردشگران که در روستاهای دهستان مدرس شهرستان شوشتر به انجام رسید. نتایج نشان داد که رابطه‌ی معناداری بین گردشگری روستایی و مؤلفه‌های اقتصادی پژوهش وجود دارد. مؤلفه‌ی درآمد با میانگین (۱/۵۴-) بیشترین تأثیر و مؤلفه‌ی اشتغال‌زایی با میانگین (۱/۱۰-) کمترین تأثیر را از گردشگری روستایی داشته است. نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه‌ای نشان‌گر مطلوب بودن و تأثیرگذاری منفی و معنی‌داری گردشگری روستایی در توسعه‌ی اقتصادی مناطق روستایی بوده است.

علاوه بر بررسی اثرات و نقش گردشگری در توسعه‌ی روستایی، صنعت گردشگری از نظر اقتصادی نیز به طور ویژه مورد مطالعه‌ی محققان قرار گرفته است. به عبارت دیگر، ارزش‌گذاری اقتصادی اماکن گردشگری و تفریحی می‌تواند به عنوان یک ابزار مدیریتی در نظر گرفته شود. این ابزار اطلاعات خوبی را در اختیار مدیران و مسئولان ذی‌ربط قرار می‌دهد تا برنامه‌ریزی جامعی برای طرح‌های توسعه‌ای هر منطقه داشته باشند و توسعه‌ی پایدار کل منطقه و کشور را به دنبال خواهد داشت. از این رو محققان مختلف در خارج و داخل کشور نیز ارزش‌گذاری اقتصادی اماکن گردشگری را به طور جدی مورد توجه قرار داده‌اند. به عنوان نمونه رینیسدوتیر و همکاران (Reynisdottir et al, 2008) متوسط تمایل به پرداخت افراد را به عنوان ورودی برای پارک ملی اسکافتافل و آبشار گولفوس ایرلند با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط به ترتیب ۵۰۸ و ۳۳۳ میلیون کرول ایسلند محاسبه کردند. آن‌ها درآمد، نگرش نسبت به محیط‌زیست، تعداد بازدید قبلی، محل اقامت، سابقه‌ی پرداخت ورودی، سن و تحصیلات را از عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت معرفی کردند.

نابین بارالا و همکاران (۲۰۰۸) میانگین تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان برای حفاظت از منطقه‌ی آناپوما‌ی نپال را ۶۹/۲ دلار به دست آوردند. همچنین میزان قیمت پیشنهادی، اندازه خانوار، رضایت بازدیدکنندگان، استفاده از راهنما و اندازه‌ی گروه از متغیرهای مؤثر بر تمایل به پرداخت بودند. گریگلون و همکاران (۲۰۱۴) به این نتیجه رسیدند که بین دوره‌ی زندگی و طول اقامت رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد در واقع شرایط مربوط به زمان فراغت و درآمد که در دوره‌ی خاصی از عمر انسان برای گردشگری مناسب است، بر طول اقامت اثر مثبت می‌گذارد. به عبارت دیگر گردشگر در دوره‌ای از زندگی که شرایط بهتری از جمله درآمد و پس‌انداز کافی یا زمان فراغت بیشتر دارد، می‌تواند مسافرت بیشتر و راحت‌تر داشته و مدت اقامت بیشتری را در محل گردشگری خود سپری کند.

1. Maslow's hierarchy of needs

2. Theory of Motivation - Health Herzberg

3. Theory of intrageneral-extravagant spectra of the plug

4. Wait and Wright's Waiting Theory

5. Pull factors

6. Push factors

امیرنژاد و همکاران (۲۰۱۳) ارزش تفریحی پارک جنگلی ساری را، با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط محاسبه کردند. با بررسی متغیرهای سن، اندازه‌ی خانوار، تحصیلات، درآمد ماهیانه، مسافت، شغل، مبلغ پیشنهادی، نتایج آن نشان داد که متوسط WTP ماهانه برای حفاظت فردی پارک جنگلی ۱۷/۸۲۰ ریال مشخص شده است و هر خانواده‌ای با اندازه متوسط ۳/۲ به طور متوسط ۵۷/۰۲۴ ریال ماهانه برای حفاظت پارک پرداخت می‌کند.

بدیع‌برزین و همکاران (۲۰۱۴)، ارزش تفریحی مجتمع پارک جنگلی پردیسان گلستان را با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط سالانه معادل با ۵۷۸۵ میلیون ریال و متوسط WTP بازدیدکنندگان را برابر با ۱۳۰۰۰ ریال برآورد نمودند. نتایج نشان داد که متغیرهای تحصیلات، درآمد بازدیدکنندگان و مبلغ پیشنهادی اثر معنی‌داری روی احتمال تمایل به پرداخت افراد دارند. همچنین دریافتند که ۹۵/۴۵ درصد بازدیدکنندگان، حاضر به پرداخت مبلغی جهت استفاده از این مکان می‌باشند.

کیامی و همکاران (۲۰۱۶) حداکثر تمایل به پرداخت (EWTP) بازدیدکنندگان برای استفاده تفریحی از روستای ماسوله را با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط ۲۶۰۴۹ ریال به ازای هر فرد در هر بازدید برآورد نمودند. نتایج این پژوهش نشان داد که ۸۰/۱ درصد از بازدیدکنندگان مورد مطالعه، در سال ۱۳۹۲، تمایل خود را به پرداخت مبلغی برای استفاده تفریحی از روستای ماسوله ابراز داشتند. نتایج نشان داد متغیرهایی مانند تحصیلات، درآمد ماهیانه، عضویت در انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد حامی محیط زیست، دوستدار طبیعت بودن، و مبلغ پیشنهادی بر تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان از روستای ماسوله مؤثر می‌باشند.

کایکاو و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی ارزش اقتصادی حفاظت از خدمات اکوسیستم به وسیله ساکنان حوضه رودخانه‌ی فلوریدا با استفاده از مدل لاجیت پرداختند. نتایج مطالعه‌ی آن‌ها نشان داد که متوسط تمایل به پرداخت کمتر از دو دلار بود.

جورجیو و همکاران (۲۰۱۸) از نگاه مدیریتی به مقوله‌ی گردشگری ساحلی و دریایی پرداختند. آنان به طور کلی به این نتیجه رسیدند که در ساحل مدیترانه و در منطقه‌ی کارائیب، گردشگران برای شنا و گرفتن آفتاب به ساحل می‌روند. بنابراین اکثر گردشگران علاقه‌مند به کیفیت آب و فضای باز ساحلی هستند ولی در انگلستان علاقه‌ی بیشتری به مناظر وجود دارد. لذا مدیریت مؤثر سواحل شامل شناختن ترجیحات و اولویت‌های مشتریان و گردشگران ساحلی می‌شود.

منافی مایوسفی و حیاتی (۱۳۸۹) به برآورد ارزش تفریحی دریاچه‌ی مهارلوی شیراز با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط پرداختند. آن‌ها از الگوی لوجیت و حداکثر درست‌نمایی استفاده کردند. پرسشنامه و مصاحبه‌ی حضوری با ۱۸۸ نفر بازدیدکننده نشان داد که ۷۴/۵ درصد از بازدیدکنندگان حاضر به پرداخت مبلغی جهت استفاده از دریاچه‌ی مزبور هستند. همچنین متغیرهای تحصیلات، جذابیت روستا، جنسیت و درآمد اثر معنی‌دار مثبت و متغیرهای قیمت پیشنهادی، تعداد دفعات بازدید سالانه و اندازه‌ی خانوار اثر منفی معنی‌داری روی احتمال تمایل به پرداخت دارد. میانگین تمایل به پرداخت ۳۳۹۲ ریال و ارزش تفریحی سالانه‌ی دریاچه ۷۸۱۱/۲ میلیون ریال برآورد شد.

نتایج مطالعه‌ی خاکسار آستانه و همکاران (۱۳۹۰) نشان داد که ۸۷ درصد از افراد بررسی شده حاضر به پرداخت مبلغی برای استفاده‌ی تفریحی از پارک‌های جنگلی شهر مشهد هستند و متوسط تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان برای ارزش تفریحی این پارک‌ها، ۱۲۸۷ ریال برای هر بازدید و ارزش کل تفریحی سالانه‌ی آن بیش از ۶/۳ میلیارد ریال برآورد گردید. همچنین متغیرهای بعد خانوار، درآمد فرد و اهمیت حفاظت از منابع طبیعی از دید فرد با اطمینان ۹۹ درصد دارای تأثیر معنی‌دار بر تمایل به پرداخت می‌باشند. سبحانی و همکاران (۱۳۹۱) ارزش تفریحی سالانه‌ی منطقه‌ی جاجرود را ۴۵۹۵ میلیون ریال برآورد کردند. بر اساس این تحقیق متغیر قیمت، سن افراد و بعد خانوار اثر منفی معنادار و سطح تحصیلات، درآمد ماهیانه، جذابیت منطقه و نگرش مردم اثر معنادار و مثبت بر تمایل به پرداخت آن‌ها برای دیدن منطقه‌ی تفریحی جاجرود دارد.

شهبازی و قهیه‌ای (۱۳۹۳) در بررسی پارک جنگلی طاق‌بستان به این نتیجه رسیدند که سن، سطح سواد و مقدار درآمد ماهانه بازدیدکنندگان دارای تأثیر چشم‌گیری بر استفاده از تفرجگاه دارند. سطح درآمد ماهانه و تعداد روزهای بازدید از تفرجگاه و نیز تمایل به پرداخت ورودیه همبستگی بالایی را دارند. همچنین سطح تحصیلات نیز نقش مهمی در جذب گردشگران به پارک جنگلی داشت و با افزایش سطح تحصیلات فرصت‌های فراغتی افراد نیز افزایش می‌یابد. اسفنجاری کناری و همکاران (۱۳۹۴) در برآورد ارزش تفرجگاهی باغ ارم شیراز از روش ارزش‌گذاری مشروط استفاده کردند. نتایج بررسی آن‌ها نشان داد که بازدیدکنندگان حاضر به پرداخت مبلغی برابر ۷۲۵۱ ریال برای استفاده در یک روز هستند، منفعت کلی باغ ارم نیز در حدود ۲/۷۵ میلیارد ریال به صورت سالانه محاسبه شد. همچنین میزان تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان با تحصیلات، درآمد ماهیانه بازدیدکنندگان، کیفیت باغ و علاقه به محیط‌زیست رابطه‌ی مستقیم و معنادار و با مبلغ پیشنهادی رابطه‌ی منفی و معنادار دارد.

رنود و معیری (۱۳۹۵) در "برآورد ارزش تفرجی پارک جنگلی ناهارخوران گرگان با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط" به این نتیجه رسیدند که تمایل به پرداخت افراد با متغیرهای مقدار درآمد و سطح تحصیلات رابطه‌ی مثبت معنی‌دار و با متغیرهای سن، وضعیت اقامت، مسافت طی‌شده و قیمت پیشنهادی رابطه‌ی منفی معنی‌داری دارد. متغیرهای بعد خانوار، مدت اقامت در پارک و تعداد بازدید از پارک نیز تأثیر معنی‌داری بر میزان تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان نداشته‌اند. میانگین تمایل به پرداخت هر فرد برای بازدید از پارک ۱۰۴۵۰ ریال و تمایل به پرداخت سالانه‌ی هر خانوار مبلغ ۱۱۷۱۴۴ ریال برآورد شد. کل ارزش تفرجی سالانه‌ی این پارک ۲۱۹۴۵ میلیون ریال و ارزش تفرجی سالیانه‌ی هر هکتار از این پارک ۳۵۳۹۵۱۶۱ ریال برآورد شد.

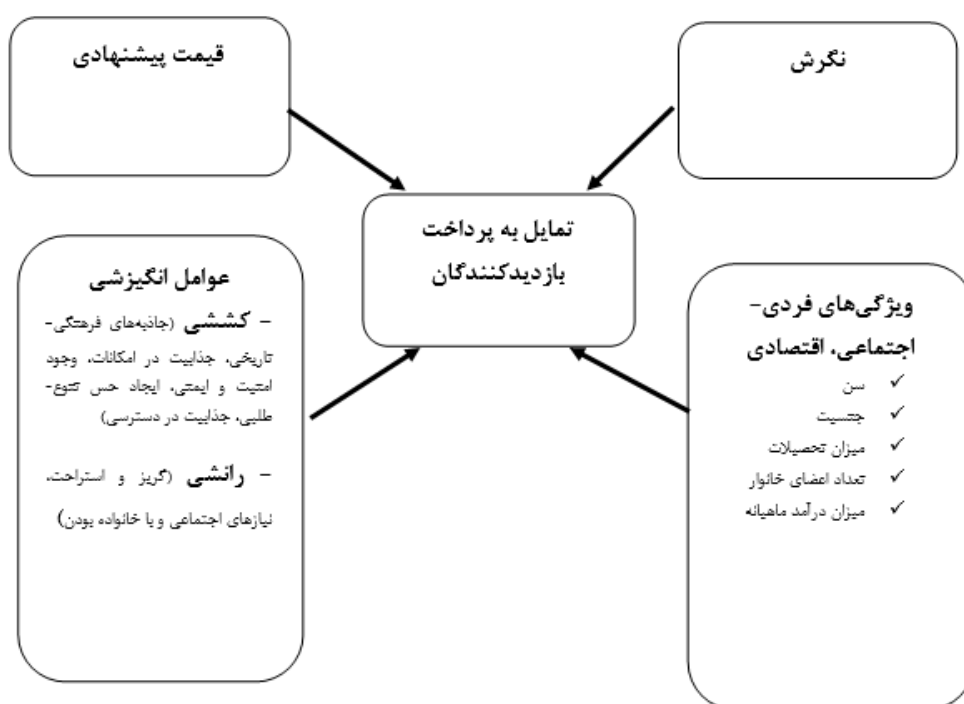
بلالی و ابراهیمی (۱۳۹۵) به "برآورد ارزش غیر استفاده‌ای مجموعه‌ی تاریخی- فرهنگی آرامگاه بوعلی سینا با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط" پرداختند. برای بررسی عوامل مؤثر بر میزان تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان الگوی کیفی لوجیت و روش پرسشنامه‌ی انتخابی دوگانه‌ی دوبعدی استفاده شد. نتایج نشان داد که ۷۸/۵ درصد بازدیدکنندگان حاضرند مبلغی برای استفاده و همچنین حفاظت از آرامگاه بوعلی سینا پرداخت کنند. همچنین متغیرهای سن، میزان رضایت‌مندی، درآمد ماهیانه و قیمت پیشنهادی اثر معنی‌داری بر احتمال تمایل به پرداخت افراد دارد. میانگین تمایل به پرداخت افراد ۲۴۳۲۴ ریال و ارزش گردشگری سالیانه‌ی آرامگاه بوعلی سینا نیز ۶۸۱۰۷۲۰۰۰۰ ریال برآورد گردید.

مهدوی و همکاران (۱۳۹۶) به "ارزش‌گذاری تفرجی ذخیره‌گاه جنگلی ارغوان استان ایلام با استفاده از روش ارزش-گذاری مشروط" پرداختند. نتایج بررسی آن‌ها نشان داد که ۹۰ درصد از پاسخ‌گویان حاضر به پرداخت مبلغی به منظور استفاده‌ی تفرجی از این منطقه‌ی جنگلی هستند. متغیرهای تحصیلات، درآمد خانوار و سن دارای اثر معنی‌دار مثبت و متغیرهای مبلغ پیشنهادی، اندازه‌ی خانوار و تعداد دفعات بازدید از منطقه دارای اثر معنی‌دار منفی بر احتمال تمایل به پرداخت وجه پاسخ‌گویان بوده است. میانگین تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان برای هر فرد ۱۰۲۰۲ ریال به دست آمد. همچنین ارزش تفرجی سالانه‌ی کل ذخیره‌گاه ۱۵۰۵۴۳۵۲۳۹۸/۳۳ ریال برآورد شد که برای هر هکتار از آن ۸۸۵۵۵۱۴ ریال به دست آمد.

یگانه و همکاران (۱۳۹۷) به برآورد اقتصادی گردشگری مراتع حوزه‌ی آبخیز ابر شاهرود با استفاده از الگوی لوجیت به روش حداکثر راست‌نمایی پرداختند. روش استخراج پیشنهاد نیز دوگانه-دوبعدی بود. نتایج نشان داد که رضایت از خدمات رفاهی، اقامت شبانه در صورت ایجاد کمپ، هزینه‌ی خانوار و پیشنهاد در سطح احتمال ۵ درصد معنی‌دار شدند و از عوامل مؤثر در میزان تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان در استفاده از حوزه‌ی آبخیز ابر هستند. در این مطالعه همچنین متوسط تمایل به پرداخت به عنوان قیمت ورودی برای هر بازدیدکننده برای استفاده از مراتع منطقه ۸۰۹۶ ریال به دست آمد و ارزش تفرجی هر هکتار مراتع منطقه نیز ۷۹۰۹۵۸ ریال در سال تعیین شد. مصطفی‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) در برآورد تمایل به پرداخت گردشگران و عوامل مؤثر بر آن به این نتیجه رسیدند که متغیرهای سن، هزینه‌ی سفر، سطح تحصیلات، بعد خانوار، درآمد و میزان رضایت بازدیدکنندگان به تمایل به

پرداخت آن‌ها تأثیر معنی‌داری داشته و متغیر سابقه‌ی پرداخت، تأثیری بر تمایل به پرداخت افراد نداشته است. همچنین ارزش تفریحی دریاچه‌ی زیربار مریوان که با مقدار متوسط انتظاری نشان داده می‌شود، برای هر بازدیدکننده برابر با ۵۷۱۲ ریال است.

بررسی پیشینه‌نگاشته‌های مختلف نشان داد که اکثر محققان ضمن اشاره به مبالغ پرداختی توسط گردشگران در مناطق گردشگری مورد مطالعه در پژوهش‌های داخلی و خارج از کشور، مواردی همچون مبلغ پیشنهادی، درآمد، تحصیلات، جنسیت، جذابیت، اندازه‌ی خانوار، رضایت بازدیدکنندگان، شغل، عضویت در انجمن‌ها، دوستدار طبیعت بودن را در ارزش‌گذاری مؤثر دانسته‌اند. در پژوهش حاضر نیز متغیرهایی مشابه متغیرهای ذکر شده در پژوهش‌های گذشته همچون متغیرهای فردی-اجتماعی، اقتصادی، نگرش و قیمت پیشنهادی مورد توجه قرار گرفت. علاوه بر آن تلاش شد تا عوامل انگیزشی اعم از کششی و رانشی نیز برای اولین بار در مطالعات ارزش‌گذاری در سطح منطقه‌ی مورد مطالعه بررسی شود. زیرا به نظر می‌رسد که چنین عوامل انگیزشی می‌تواند در تمایل به پرداخت گردشگران منطقه مؤثر باشد. در مجموع و با توجه به متغیرهای تحقیق، چارچوب مفهومی تحقیق در قالب شکل ۱ ارائه شد.



شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق

روش‌شناسی

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش، پیمایشی و از نوع توصیفی-تحلیلی است. محققان برای ارزیابی اقتصادی تفرجگاه‌ها و اماکن تفریحی، تاریخی و گردشگری از شیوه‌های ارزش‌گذاری مختلفی استفاده کرده‌اند. روش‌هایی همچون روش هزینه‌ی سفر (TCM)، روش ارزش‌گذاری مشروط (CVM)، روش هزینه‌ی جایگزین و روش هزینه‌ی فرصت (Chen et al., 2004). روش ارزش‌گذاری مشروط روشی است که در این تحقیق از آن بهره گرفته شد. روش ارزش‌گذاری مشروط یک روش غیربازاری و انعطاف‌پذیر است که در تجزیه و تحلیل هزینه-منفعت و ارزیابی تأثیرات زیست‌محیطی از آن استفاده می‌شود (Mitchell & Carson, 1989).

1. Travel Cost Method (TCM)

2. Contingent Value Method (CVM)

جامعه‌ی آماری تحقیق را گردشگران مناطق روستایی قلعه رودخان تشکیل می‌دادند که برای تعیین حجم نمونه از فرمول میشل و کارسون استفاده شد (معادله ۱). بر اساس این فرمول ۱۹۳ به عنوان نمونه به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. در فرمول ارائه شده توسط میشل و کارسون $N =$ اندازه‌ی نمونه‌ی لازم، $V =$ ضریب تغییرات، $Z =$ مقدار بحرانی آماره t ، $\delta =$ درصد اختلاف بین تمایل به پرداخت صحیح در جامعه ($TWTP$) و متوسط تمایل به پرداخت تخمین زده شده از پیشنهادها ($RWTP$).

$$N = \left[\frac{ZV}{\delta} \right]^2 \quad (1)$$

جهت گردآوری اطلاعات مورد نیاز از پرسشنامه‌ی محقق ساخته استفاده شد. در بخش اول پرسشنامه، ویژگی‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی بازدیدکنندگان از جمله سن، جنسیت، میزان تحصیلات، تعداد اعضای خانوار و میزان درآمد ماهیانه خانوار مورد بررسی قرار گرفت. در بخش دوم پرسشنامه، نگرش گردشگران در خصوص مناطق تاریخی روستای قلعه رودخان نیز با کمک چهار سؤال در قالب طیف لیکرت (۱ = خیلی کم، ۲ = کم، ۳ = تا حدودی، ۴ = زیاد، ۵ = خیلی زیاد) بررسی شد. در قسمت سوم پرسشنامه نیز از گردشگران خواسته شد تا مشخص کنند که هر یک از عوامل انگیزشی کشتی (از جمله جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی، جذابیت در امکانات، وجود امنیت و ایمنی، ایجاد حس تنوع‌طلبی و جذابیت در دسترسی) و رانشی مؤثر در تمایل گردشگران (از جمله گریز و استراحت، نیازهای اجتماعی و با خانواده بودن) تا چه حد در تمایل آن‌ها به حضور در مناطق روستای قلعه رودخان مؤثر بوده‌اند. در مجموع پاسخ‌ها در قالب طیف لیکرت (۱ = خیلی کم، ۲ = کم، ۳ = تا حدودی، ۴ = زیاد، ۵ = خیلی زیاد) مطرح شدند. در بخش سناریوی ارزش‌گذاری در پرسشنامه، ابتدا نظر بازدیدکنندگان را در خصوص ۱۰ درصد حق ورودیه‌ی بیشتر با دو گزینه‌ی بلی و خیر مورد سؤال قرار گرفت. سپس در صورتی که پاسخ بازدیدکنندگان به این پرسش بلی بود، نظر آن‌ها در خصوص ۲۰ درصد حق ورودیه بیشتر پرسیده شد. اما در صورتی که پاسخ به سؤال اول منفی بود از بازدیدکنندگان در رابطه با ۵ درصد حق ورودیه بیشتر سؤال شد. تمام گزینه‌ها به صورت بلی و خیر مطرح شدند.

روایی پرسشنامه با کمک گروهی از اساتید گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه گیلان و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان گیلان مورد تأیید قرار گرفت. جهت تأیید پایایی پرسشنامه ابتدا ۳۰ نسخه از آن در اختیار گروهی از بازدیدکنندگان از مناطق روستای قلعه رودخان شهرستان فومن که خارج از نمونه‌ی آماری بودند، قرار گرفت. میانگین ضریب آلفای کرونباخ به‌طور کلی معادل ۰/۸۵ شد که نشان‌دهنده‌ی پایایی پرسشنامه است. مقدار میانگین آلفای کرونباخ معادل ۰/۸۵ به دست آمد که نشان‌دهنده‌ی پایایی پرسشنامه‌ی مورد بررسی است. در بخش آمار توصیفی از فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار و در تجزیه و تحلیل استنباطی نیز از رگرسیون لاجیت استفاده شد. نرم‌افزارهای مورد استفاده در تحقیق نیز اکسل، SPSS₂₅ و Shazam₁₀ بود.

قلمرو جغرافیایی پژوهش

تحقیق حاضر در مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن در استان گیلان به انجام رسید. روستای قلعه رودخان در دهستان گوراب‌پس بخش مرکزی شهرستان فومن قرار گرفته است. این روستا در فاصله ۲۰ کیلومتری شهر فومن قرار دارد و تاریخچه آن مربوط به دوره ساسانیان می‌باشد. بر اساس آمار سرشماری سال ۱۳۹۵ جمعیت این روستا ۱۹۵ خانوار و ۵۳۸ نفر می‌باشد. در محدوده‌ی قلعه رودخان، دژ تاریخی قلعه رودخان، جنگل‌های هیرکانی بازمانده دوره سوم زمین‌شناسی و عصر یخبندان، بازار محلی قلعه رودخان، غار فوشه از زیباترین غارهای ثبت شده در گیلان، باغات چای، پارک جنگلی، رودخانه‌های خروشان و آبشارهای زیبا وجود دارند (شکل ۲).



شکل ۲. نقشه شهرستان فومن در استان گیلان و جاذبه‌های گردشگری آن (قلعه رودخان و بازارچه قلعه رودخان)

یافته‌ها و بحث

بر اساس نتایج تحقیق، میانگین سنی افراد بازدیدکننده ۳۸/۸ سال بوده و به عبارتی میانسال بوده‌اند. پراکندگی تعداد اعضای خانوار افراد بازدیدکننده نیز نشان داد که اکثر افراد بازدیدکننده دارای خانواده‌ی سه نفره هستند (۶۵ نفر یا ۳۳/۷ درصد). این در حالی است که تنها یکی از خانواده‌ها هفت نفره بوده و پرجمعیت است. در کل ۵ خانواده یک نفره، ۵۰ خانواده دو نفره، ۵۵ خانواده چهار نفره، ۱۳ خانواده پنج نفره، ۴ خانواده نیز شش نفره هستند. کمترین درآمد در بین خانوارهای مورد بررسی به یک میلیون تومان در ماه برمی‌گردد و بیشترین درآمد نیز در حدود ۸ میلیون تومان است. اکثر گردشگران نیز مدرک لیسانس دارند. نتایج بررسی برخی از ویژگی‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی بازدیدکنندگان از مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن استان گیلان در قالب جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی بازدیدکنندگان (n= ۱۹۳)

متغیرها	فراوانی	درصد	میانگین	انحراف معیار
سن (سال)	۳۸/۸	۱/۰۵
جنسیت	۹۳ زن، ۱۰۰ مرد	۴۸/۲ زن، ۵۱/۸ مرد
تعداد اعضای خانوار (نفر)	۳/۱۹	۱/۰۷
درآمد ماهیانه‌ی خانوار (ریال)	۳۱۲۵۱۲۹۵/۳	۱/۵۷
سطح تحصیلات	۱۶ زیر دیپلم، ۵۲ دیپلم، ۶۹ لیسانس، ۵۶ فوق لیسانس	۸/۳ زیر دیپلم، ۲۶/۹ دیپلم، ۳۵/۸ لیسانس، ۲۹ فوق لیسانس
نگرش	۳/۶۷	۰/۷۳

وضعیت نگرش بازدیدکنندگان از مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن استان گیلان در حد متوسط تا مطلوب ارزیابی شده است. متغیرهای انگیزشی مؤثر در حضور گردشگران در مناطق روستایی قلعه رودخان نیز در تحقیق مورد مطالعه قرار گرفت (جدول ۲).

جدول ۲. متغیرهای انگیزشی مؤثر در حضور گردشگران در مناطق روستایی قلعه رودخان ($n=193$)

عوامل انگیزشی	متغیرها	میانگین رتبه‌ای	انحراف معیار
کشتی	جاذبه‌های فرهنگی- تاریخی	۳/۴۸	۰/۷۳
	جذابیت در امکانات	۲/۷۹	۰/۸۹
	وجود امنیت و ایمنی	۳/۲۹	۰/۹۵
	ایجاد حس تنوع‌طلبی	۳/۸۳	۰/۷۰
رانشی	جذابیت در دسترسی	۳/۴۶	۰/۶۷
	گریز و استراحت	۳/۷۵	۰/۸۲
	نیازهای اجتماعی و با خانواده بودن	۳/۸۳	۰/۷۱

یادآوری: طیف لیکرت: ۱= خیلی کم، ۲= کم، ۳= تا حدودی، ۴= زیاد، ۵= خیلی زیاد

همان‌طور که در نتایج ارائه شده در جدول (۳) نیز نشان می‌دهد، متغیرهای انگیزشی به جز جذابیت در امکانات نمره‌ی میانگین بیشتر از حد متوسط دارند و در نتیجه، عوامل انگیزشی کشتی و رانشی در تمایل بازدیدکنندگان به حضور در مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن در حد متوسط تا زیاد مؤثر بوده‌اند. وضعیت پاسخگویی گردشگران به مبالغ پیشنهادی در قالب جدول (۳) خلاصه شده است.

جدول ۳. وضعیت پاسخگویی گردشگران به مبالغ پیشنهادی در سناریوی ارزش‌گذاری جهت محاسبه‌ی ارزش تاریخی مناطق روستای قلعه رودخان شهرستان فومن استان گیلان

وضعیت پذیرش	مبلغ پیشنهاد اولیه (۱۰ درصد افزایش حق ورودی)	مبلغ پیشنهاد کمتر (۵ درصد افزایش حق ورودی)	مبلغ پیشنهاد بیشتر (۲۰ درصد افزایش حق ورودی)
پذیرش مبلغ پیشنهادی	۷۳	۵۲	۱
درصد	۳۷/۸	۲۶/۹	۰/۵
عدم پذیرش مبلغ پیشنهادی	۱۲۰	۶۸	۷۲
درصد	۶۲/۲	۳۵/۳	۳۷/۳
جمع	۱۹۳	۱۲۰	۷۳
درصد	۱۰۰	۶۲/۲	۳۷/۸

بر اساس وضعیت پاسخگویی گردشگران، اکثر آن‌ها با افزایش ۱۰ درصدی مخالف هستند. حدود ۶۸ نفر افزایش ۵ درصدی را نیز نمی‌پذیرند و تنها یک نفر با افزایش ۲۰ درصدی موافق است. پیش از برآورد الگوی لاجیت، آزمون هم-خطی بین متغیرهای تحقیق انجام شد. با توجه به اینکه در هر ردیف آزمون سهم‌های واریانس برای تشخیص هم‌خطی هیچ زوج عدد بزرگتر از ۰/۵ (۵۰ درصد) نبود می‌توان ادعا کرد که هم‌خطی تأثیری بر نتایج الگو ندارد. نتایج حاصل از برآورد مدل لاجیت جهت محاسبه‌ی ارزش تاریخی مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن در استان گیلان در جدول (۴) ارائه شده است. ابتدا با استفاده از آزمون WLD متغیرهایی توضیحی که امکان حذف از الگو را داشتند شناسایی شدند.

جدول ۴. نتایج حاصل از برآورد الگوی لاجیت جهت محاسبه‌ی ارزش اقتصادی مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن در استان گیلان

متغیر	ضریب	ارزش آماری t	کشش در میانگین	کشش تجمعی	اثر نهایی
قیمت پیشنهادی	-۰/۱۸	-۶/۰۱	-۱/۳۶	-۰/۹۴	-۰/۰۴
سن	۰/۲۲	۲/۴۳	۰/۶۱	۰/۵۰	۰/۰۰۴
نگرش	۰/۹۸	۲/۰۶	۱/۰۲	۰/۸۴	۰/۲
وجود امنیت و ایمنی	۰/۶۸	۱/۵۲	۰/۴۸	۰/۳۹	۰/۱۴
گریز و استراحت	-۰/۴۴	-۱/۰۴	-۰/۴۶	-۰/۳۸	-۰/۰۰۹
ضریب ثابت	-۱/۲۹	-۱/۵۴	-۰/۹۲

آماره حداکثر درست‌نمایی (LR): ۵۷/۹۷

درصد صحت پیش‌بینی: ۰/۶۷

سطح معنی‌داری: ۰/۰۰۰

با توجه به نتایج جدول (۴)، مقادیر کشش تجمعی نشان داد که با افزایش یک درصدی مقدار متغیرهای توضیحی قیمت پیشنهادی، سن، نگرش، وجود امنیت و ایمنی و گریز و استراحت احتمال پذیرش قیمت پیشنهادی برای استفاده گردشگری تاریخی از سایت مورد مطالعه به ترتیب ۰/۹۴ درصد کاهش، ۰/۵ درصد افزایش، ۰/۸۴ درصد افزایش، ۰/۳۹ درصد افزایش و ۰/۳۸ کاهش می‌یابد. از این رو، پاسخگویان بیشترین واکنش را نسبت به متغیر توضیحی قیمت پیشنهادی دارند. بعد از آن متغیر نگرش در جایگاه دوم و متغیر سن در جایگاه سوم قرار دارد. مقادیر اثر نهایی نیز نشان داد که افزایش یک واحدی مقدار متغیرهای توضیحی قیمت پیشنهادی، سن، نگرش، وجود امنیت و ایمنی و گریز و استراحت احتمال پذیرش قیمت پیشنهادی برای استفاده گردشگری تاریخی از سایت مورد مطالعه به ترتیب ۰/۰۴ واحد کاهش، ۰/۰۰۴ واحد افزایش، ۰/۲ واحد افزایش، ۰/۱۴ واحد افزایش و ۰/۰۰۹ واحد کاهش می‌یابد.

سطح احتمالاتی (۰/۰۰) مقدار آماره LR (۵۷/۹۷) نشان داد که رگرسیون انتخاب دوتایی لاجیت برآورد شده به طور کلی معنی دار است. درصد پیش‌بینی صحیح الگوی برآورد شده معادل ۶۷ درصد می‌باشد که بیانگر قدرت مناسب پیش‌بینی الگو است. بنابراین مدل برآورد شده توانسته است درصد پذیرفته شده‌ای از مقدارهای وابسته را با توجه به متغیرهای توضیحی پیش‌بینی کند. مقدار تمایل به پرداخت انتظاری براساس مقادیر میانگین و میانه متغیرهای توضیحی الگوی نهایی ارزش‌گذاری به ترتیب برابر با ۵/۴۶ و ۵/۵۸ درصد است.

نتیجه‌گیری

اکثر بازدیدکنندگان از مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن (۶۴/۷۷ درصد) حاضرند مبلغی را به عنوان حق ورودیه با هدف بهبود خدمات رفاهی و تأمین هزینه‌های جاری مناطق مورد بازدید پرداخت کنند. مطالعات سایر محققان نیز نشان می‌دهد که اکثر گردشگران حاضرند مبلغی را به عنوان حق ورودیه جهت بهره‌گیری از مناطق گردشگری و تفریحی و حفاظت از مناطق گردشگری پرداخت کنند. به عنوان نمونه ۹۴/۴۵ درصد از بازدیدکنندگان مجتمع پارک جنگلی پردیسان گلستان در مطالعه‌ی بدیع برزین و همکاران (۲۰۱۴) ۸۰/۱۰ درصد از گردشگران روستای ماسوله در تحقیق کیامی و همکاران (۲۰۱۶)، ۷۴/۵ درصد از گردشگران دریاچه‌ی مهارلوی شیراز در تحقیق منافی ملایوسفی و حیاتی (۱۳۸۹)، ۸۷ درصد از گردشگران پارک جنگلی شهر مشهد در تحقیق خاکسار آستانه و همکاران (۱۳۹۰) و ۷۸/۵ درصد از گردشگران تاریخی در بازدید از آرامگاه بوعلی سینا در مطالعه‌ی بلالی و ابراهیمی (۱۳۹۵)، محققان همچنین به این نکته اشاره کردند که گردشگران بر اهمیت حق ورودیه در حفاظت از آرامگاه بوعلی سینا به عنوان یک بنای تاریخی تأکید فراوان داشته‌اند.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که گردشگران بیشترین واکنش را نسبت به متغیر توضیحی قیمت پیشنهادی و سپس متغیر نگرش در جایگاه دوم و متغیر سن در جایگاه سوم داشته‌اند. بر این اساس قیمت پیشنهادی و متغیر گریز و

استراحت به عنوان یکی از عوامل انگیزشی رانشی رابطه‌ی معکوس با احتمال پذیرش حق ورودیه دارند. محققان مختلفی نیز قیمت پیشنهادی را در احتمال پذیرش قیمت پیشنهادی به عنوان حق ورودیه مؤثر می‌دانند. مطالعات افرادی همچون امیرنژاد و همکاران (۲۰۱۳)، بدیع برزین و همکاران (۲۰۱۴)، کیامی و همکاران (۲۰۱۶)، نابین بارالا و همکاران (۲۰۰۸)، منافی ملایوسفی و حیاتی (۱۳۸۹)، سحابی و همکاران (۱۳۹۱)، اسفنجاری کناری و همکاران (۱۳۹۴)، رنود و معیری (۱۳۹۵)، بلالی و ابراهیمی (۱۳۹۵) و مهدوی و همکاران (۱۳۹۶) نیز با این یافته‌ی تحقیق مطابقت دارد و با افزایش قیمت پیشنهادی میزان تمایل افراد برای پرداخت هزینه‌ی حق ورودی کاهش پیدا می‌کند. این مطلب کاملاً منطقی است که هر چه هزینه‌ی ورودی بیشتر شود گردشگران تمایل کمتری دارند که هزینه‌ی بیشتر پرداخت کنند.

با افزایش یک درصدی متغیر نگرش، سن و وجود امنیت و ایمنی، احتمال پذیرش قیمت پیشنهادی نیز ۰/۵، ۰/۸۴ و ۰/۳۹ افزایش می‌یابد. در مورد نگرش و ایمنی و امنیت این یافته کاملاً منطقی به نظر می‌رسد. نگرش بهتر به این معناست که گردشگران مناطق تاریخی روستای قلعه رودخان را تا حدودی مناسب و مفید، جذاب و لذت‌بخش برای خود و خانواده، هیجان انگیز از نظر تاریخی و جدید می‌دانند لذا، بهبود نگرش گردشگران موجب تمایل بیشترشان جهت پرداخت هزینه‌ی حق ورودی بیشتر می‌شود. رینیسدوتیر و همکاران (۲۰۰۸) و کیامی و همکاران (۲۰۱۶) نیز معتقدند نگرش مطلوب نسبت به محیط‌زیست در تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان مؤثر هستند. سحابی و همکاران (۱۳۹۱) نیز ارتباط بین نگرش گردشگران و تمایل به پرداخت آن‌ها را در منطقه‌ی تفریحی جاجرود مثبت ارزیابی کرده‌اند. برخی محققان نیز به طور ضمنی و غیر مستقیم به نگرش گردشگران اشاره داشته‌اند و عواملی که می‌توانند روی نگرش فرد مؤثر باشند را ذکر کرده‌اند و آن را عامل مؤثر بر تمایل به پرداخت می‌دانند. خاکسار آستانه و همکاران (۱۳۹۰) اهمیت حفاظت از منابع طبیعی و اسفنجاری کناری و همکاران (۱۳۹۴) علاقه به محیط‌زیست و نابین بارالا و همکاران (۲۰۰۸)، بلالی و ابراهیمی (۱۳۹۵)، یگانه و همکاران (۱۳۹۷) و مصطفی‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) میزان رضایت‌مندی گردشگران از مناطق گردشگری را به عنوان عوامل مؤثر در تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان مطرح ساخته‌اند. همان‌طور که مشخص است علاقه‌ی افراد نسبت به یک پدیده، رضایت‌مندی آن‌ها یا اهمیتی که به هر موضوع نشان می‌دهند در شکل‌گیری نگرش افراد بسیار مؤثر است و به نوعی نشان‌دهنده‌ی دیدگاه و نگرش افراد خواهد بود. افزایش امنیت و ایمنی نیز در هر شرایطی انگیزه‌ی بالایی را به گردشگران می‌دهد و در نتیجه آن‌ها حاضرند برای ارتقای امنیت و ایمنی بیشتر در منطقه‌ی گردشگری هزینه‌ی بیشتری را نیز بپردازند.

یافته‌های اکثر محققان نشان می‌دهد که با افزایش سن، احتمال تمایل به پرداخت گردشگران جهت برخورداری از مناطق تفریحی و گردشگری کاهش پیدا می‌کند و به عبارت دیگر افراد مسن‌تر تمایل کمتری به پرداخت هزینه‌ی بیشتر جهت بازدید از منطقه‌ی گردشگری دارند. به عنوان نمونه سحابی و همکاران (۱۳۹۱) و رنود و معیری (۱۳۹۵) بر رابطه‌ی معکوس سن و تمایل به پرداخت قیمت پیشنهادی تأکید کرده‌اند. خیلی از مطالعات نیز بدون در نظر گرفتن جهت تأثیر، متغیر سن را بر تمایل به پرداخت مؤثر می‌دانند (مانند تحقیقات رینیسدوتیر و همکاران (۲۰۰۸)، شهبازی و قهیه‌ای (۱۳۹۳) و بلالی و ابراهیمی (۱۳۹۵)).

نتایج تحقیق فعلی نشان داد که سن با تمایل به پرداخت گردشگران جهت بازدید از مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن رابطه‌ی مسقیمی دارد. مطالعه‌ی مهدوی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی ارزش تفریحی ذخیرگاه جنگلی ارغوان استان ایلام نیز با این نتیجه مطابقت دارند. به نظر می‌رسد که افراد مسن‌تر به اعتقاد محققانی همچون گریگلون و همکاران (۲۰۱۴) معمولاً در دوره‌ای از زندگی قرار گرفته‌اند که زمان فراغت بیشتر، پس‌انداز کافی و بعضاً درآمد بیشتر و فراغت خاطر بیشتری جهت انجام مسافرت و گردشگری دارند و این شرایط نیز می‌تواند روی تمایل بیشتر آن‌ها به پرداخت هزینه‌ی بیشتر جهت بهره گرفتن از مکان گردشگری تاریخی و روستایی قلعه رودخان اثرگذار باشد. همچنین ویژگی‌های منطقه‌ی گردشگری می‌تواند در تفاوت یافته‌ی تحقیق حاضر با نظر سایر محققان تا حدودی مؤثر باشد. مناطق گردشگری قلعه رودخان شهرستان فومن از دو ویژگی اصلی برخوردارند که یکی از آن‌ها تاریخی بودن

است. از نظر تاریخی بودن منطقه‌ی گردشگری مورد بررسی، برای تمام افراد در سنین مختلف بسیار جذاب خواهد بود. ویژگی دوم مناطق گردشگری مورد بررسی، روستایی بودن منطقه است. افراد مسن‌تر که خاطرات زیادی را از دوران کودکی و جوانی خود از زندگی در روستا دارند با شرایط زندگی روستایی اخت گرفته و تمایل بیشتری به بودن در مناطق گردشگری دارند که در فضا و محیط روستایی قرار گرفته باشد و به نوعی تداعی کننده‌ی خاطرات گذشته‌ی آن‌ها و بازسازی آن فضا باشد.

هرچند بر اساس نتایج تحقیق گردشگران زیادی تمایل به پرداخت حق ورودیه برای بازدید از مناطق روستایی قلعه رودخان شهرستان فومن دارند و از سویی دیگر حق ورودیه پشتوانه‌ی صد درصدی جهت مشارکت مردمی به حساب نمی‌آید اما ارزش اقتصادی منطقه را مشخص ساخته و مردم را نسبت به عملکرد ضعیف مدیریت و یا رفتارهای نامناسب دیگران (رفتارهایی مانند آلوده کردن محل گردشگری، صدمه زدن به بناهای تاریخی، آلودگی‌های صوتی، ایجاد درگیری و دعوا بین مردم و...) حساس می‌کند. تخمین ارزش اقتصادی منطقه می‌تواند برای برنامه‌ریزان محلی و استانی بسیار مؤثر و کاربردی باشد و با شناسایی و بهبود برخی شرایط می‌توان به توسعه‌ی صنعت گردشگری در منطقه کمک نمود و زمینه‌های ایجاد اشتغال و کارآفرینی را فراهم کرد و از عوارضی همچون مهاجرت از مناطق روستایی، بزهکاری و بیکاری جوانان روستایی جلوگیری کرد. در ادامه برخی پیشنهادها جهت گسترش و توسعه‌ی صنعت گردشگری در مناطق روستایی قلعه رودخان مطرح می‌گردد:

- بر اساس نتایج مطالعه، نگرش ارتباط مثبت و معنی‌داری با تمایل گردشگران به پرداخت دارد. ارتقای نگرش می‌تواند در تمایل گردشگران به پرداخت مؤثر باشد و ارزش اقتصادی مناطق روستایی قلعه رودخان را بیش از پیش افزایش دهد. بنابراین فعالیت‌هایی گوناگون مانند معرفی بیشتر منطقه‌ی گردشگری از طریق رسانه‌های مختلف اعم از رادیو، تلویزیون، رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی، بروشور و مقالات و کتب مختلف، تهیه‌ی تصاویر و فیلم‌های مستند و ارائه‌ی اطلاعات بیشتر از مناطق روستایی قلعه رودخان در جشنواره‌های مختلف استانی، کشوری و بین‌المللی می‌تواند آگاهی و نگرش گردشگران داخلی و خارجی را نسبت به منطقه‌ی گردشگری قلعه رودخان افزایش دهد.
- بر اساس نتایج مطالعه، وجود امنیت و ایمنی در منطقه‌ی گردشگری می‌تواند در تمایل گردشگران به پرداخت قیمت‌های پیشنهادی مؤثر باشد لذا، می‌توان با بهره‌گیری از نیروهای جوان و بسیجی بومی مناطق روستایی قلعه رودخان ضمن ایجاد اشتغال برای جوانان روستایی، امنیت لازم برای گردشگران را نیز تأمین کرد.
- هرچند که در تحقیق حاضر سن گردشگران با تمایل آن‌ها به پرداخت رابطه‌ی مثبتی را دارد و این موضوع را می‌توان به فضای روستایی، تاریخی و خاطره‌انگیز منطقه‌ی گردشگری یا اوقات فراغت، پس‌انداز بیشتر افراد میانسال و مسن‌تر نسبت داد اما نباید نسل جوان را از یاد برد. باید با بهبود امکانات خدماتی-بهداشتی و گسترش امکانات تفریحی مانند تله‌کابین شرایط حضور گردشگران جوان را نیز فراهم کرد. مسئله‌ای که در این بین وجود دارد تبلیغ مناسب و ارائه‌ی اطلاعات دقیق‌تر و بیشتر از طریق رسانه‌های جدید مانند شبکه‌های مجازی و اینترنت برای نسلی است که بیشتر از افراد مسن ممکن است تا از این‌گونه رسانه‌های جدید استفاده کنند. انجام هماهنگی‌های لازم با مدارس، دانشگاه‌ها، پادگان‌ها و ادارات مختلف جهت بازدید افراد جوان شاغل در آن‌ها نیز می‌تواند این افراد را با جاذبه‌های گردشگری منطقه آشناتر سازد.

سپاسگزاری

این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی با عنوان "بررسی اثرات توسعه‌ی گردشگری تاریخی در مناطق روستایی شهر ماسوله و گشت قلعه رودخان استان گیلان" می‌باشد. بدین وسیله از حمایت‌های صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور و همچنین دانشگاه گیلان تقدیر و تشکر می‌گردد. در ضمن از تمامی کارشناسان، کنشگران، اساتید، گردشگران و روستاییان زحمتکش استان گیلان به جهت یاری در انجام پژوهش تقدیر و تشکر به عمل می‌آید.

منابع

- اسفنجاری کناری، رضا؛ محمودی، سید احد و شعبانزاده، مهدی. (۱۳۹۴). برآورد ارزش تفرجگاهی باغ ارم شیراز با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط. نشریه محیط‌زیست طبیعی، منابع طبیعی ایران، ۶۸، ۳۰-۲۳.
- بساک، سعید و دین‌پرست، ساجده. (۱۳۹۹). بررسی نقش گردشگری روستایی در توسعه اقتصادی روستاهای هدف گردشگران (مطالعه موردی: روستاهای دهستان مدرس، شهرستان شوشتر). فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، ۳ (۱)، ۲۸۶-۲۶۹.
- بلالی، حمید و ابراهیمی، یوسف. (۱۳۹۵). برآورد ارزش غیراستفاده‌ای مجموعه‌ی تاریخی- فرهنگی آرامگاه بوعلی سینا با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط. فصلنامه گردشگری و توسعه، ۵، ۴۵-۳۵.
- پورخسروانی، محسن؛ محرابی، علی و عبدالهی، علی اصغر. (۱۳۹۷). ژئومورفوتوریسم. انتشارات آکادمیک، تهران، چاپ اول.
- توسلی، غلام عباس. (۱۳۸۹). نظریه‌های جامعه شناسی. انتشارات سمت، تهران، ویرایش دوم.
- توکلی، مرتضی؛ میرزاپور، سلیمان و شمس پویا، محمد کاظم. (۱۳۹۴). ارزیابی مولفه های سرمایه اجتماعی در مناطق روستایی شهرستان خرم آباد. نشریه جغرافیا و توسعه، ۱۳، ۲۸-۱۷.
- خاکسار آستانه، حمیده؛ دانشور، محمد؛ کلانه عربی، وحید و اکبری، سید محمدرضا. (۱۳۹۰). برآورد ارزش تفریحی پارک‌های جنگلی شهر مشهد با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط (CVM). فصلنامه تحقیقات اقتصاد کشاورزی، ۳، ۷۸-۶۱.
- رنجبریان، بهرام؛ امامی، علیرضا و غفاری، محمد. (۱۳۹۳). رفتار مصرف کننده در گردشگری، انتشارات مهکامه، تهران.
- رنود، قاسم و معیری، محمد هادی. (۱۳۹۵). برآورد ارزش تفرجی پارک جنگلی نهارخوران گرگان با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط، مجله جنگل ایران. انجمن جنگل‌بانی ایران، ۸ (۲)، ۲۲۳-۲۰۹.
- سحابی، بهرام؛ حاجیان، محمد هادی و جواهری، بختیار. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان و برآورد ارزش تفریحی منطقه جاجرود. فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی، ۶ (۱)، ۱۲۶-۱۱۱.
- شهبازی، طاهره و قهیه‌ای، بهناز. (۱۳۹۳). ارزیابی مشکلات، موانع، نیازهای صنعت گردشگری از دیدگاه اقتصادی در استان کرمانشاه (با تأکید بر پارک جنگلی طاقستان). فصلنامه فضای گردشگری، ۳ (۱۱)، ۸۸-۶۹.
- طولابی‌نژاد، مهرشاد؛ پودینه، محمدرضا و طولابی‌نژاد، میثم. (۱۳۹۹). گردشگری روستایی (مدیریت و بازاریابی). انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
- قادری، اسماعیل؛ عزتی، عزت الله و حسین پور، شکوفه. (۱۳۹۰). بررسی توسعه گردشگری روستایی در بخش آسارا شهرستان کرج. فصلنامه جغرافیایی سرزمین، ۸ (۳۱)، ۳۰-۱۷.
- کروبی، مهدی. (۱۳۸۸). بررسی نقش ارتباطات انسانی در توسعه صنعت جهانگردی. مجله علوم مدیریت ایران، ۴ (۱۳)، ۱۳۰-۱۰۲.
- مصطفی‌زاده، سانا؛ حبیبی، فتاح و محمدی، احمد. (۱۳۹۸). برآورد تمایل به پرداخت گردشگران و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی: دریاچه زریبار مریوان). فصلنامه مطالعات شهری، ۹ (۳۳)، ۲۶-۱۵.
- محمدی، آزاده. (۱۳۹۸). ارزش‌گذاری گردشگری تاریخی در روستای قلعه رودخان شهرستان فومن در استان گیلان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشگاه گیلان.
- منافی ملایوسفی، مرضیه و حیاتی، باب الله. (۱۳۸۹). برآورد ارزش تفرجی دریاچه‌ی مهارلوی شیراز با استفاده از روش ارزش-گذاری مشروط، نشریه‌ی محیط‌زیست طبیعی. مجله منابع طبیعی ایران، ۶۳ (۳)، ۳۰۲-۲۹۱.
- مهدوی، علی؛ امیدی، زینب؛ اسد فلسفی‌زاده، ندا و سایه‌میری، علی. (۱۳۹۶). ارزش‌گذاری تفرجی ذخیره‌گاه جنگلی ارغوان استان ایلام با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط. فصلنامه پژوهش و توسعه‌ی جنگل، ۳ (۲)، ۱۱۸-۱۰۷.
- یعقوب‌زاده، رحیم. (۱۳۹۳). گونه‌شناسی گردشگری، ارائه‌ی چارچوبی برای تقسیم‌بندی انواع گردشگری. انتشارات جامعه‌شناسان، تهران.
- یگانه، حسن؛ شریعتی، محمدرضا و سپهری، عادل. (۱۳۹۷). برآورد ارزش اقتصادی گردشگری مراتع حوزه آبخیز ابر شاهرود. فصلنامه تحقیقات مرتع و بیابان ایران، ۲۵ (۳)، ۶۴۳-۶۲۷.
- Amirnejad, H; Ahmadi kaliji, S., & Aminravan, M. (2013). The application of the contingent valuation method to estimate the recreational value of Sari Forest Park. *International Journal of Agriculture and Crop Sciences*, 5(10), 1080-1083.

- Badihbarzin, H; Sargazi, A. R; Jahantigh, H., & Ghavidel, M. (2014). Assessment of recreational value of Golestan Pardisan Forest Park Complex using a contingent valuation method (A case study in Golestan province, Gorgan). *Journal of Novel Applied Science*, 3 (12), 1359-1366.
- Balali, H., & Ebrahimi, Y. (2016). Estimating the unused value of the historical-cultural complex of Bu Ali Sina tomb using conditional valuation method. *Quarterly Journal of Tourism and Development*, 5, 35-45. (in Persian)
- Basak, S., & Dinparast, S. (2020). Investigating the Role of Rural Tourism in Economic Development of Tourist Target Villages (Case Study: Modares Villages, Shushtar township). *Quarterly Journal of Geography and Human Relations*, 3 (1), 269-286. (in Persian)
- Chaikaew, P; Hodges, A. W., & Grunwald, S. (2017). Estimating the value of ecosystem services in mixed-use watershed: a choice experiment approach. *Ecosystem Services*, 23, 228- 237.
- Chen, W.; Hong, H; Liu, Y; Zhang, L; Hou, X., & Aymond, R. M. (2004). Recreation demand and economic value: an application of travel cost method for Xiamen island. *China Economic Review*, 15, 398-406.
- Esfanjari Kenari, R; Mahmoodi, S. A., & Shabanzadeh, M. (2015). Estimating the recreational value of Shiraz Eram Garden using conditional valuation method, *Journal of Natural Environment. Natural Resources of Iran*, 68, 23-30. (in Persian)
- Ghaderi, E; Ezati, A., & Hossein Pour, Sh. (2011). Investigating the development of rural tourism in Asara section of Karaj township. *Quarterly Geographical Journal of Territory*, 8 (31), 17-30. (in Persian)
- Giorgio, A; Jose, B; Hernando, S. M; Andres, V., & Lucia, L. (2018). Coastal tourism importance and beach user preferences: the Big Fives criteria and related management aspects. *Journal of Tourism Hospital*, 7, 347.
- Griglon, A. B.; Borgers, A. W. J; Kemparrman, A. D. A., & Timeermans, H. J. P. (2014). Vacation length choice: a dynamic mixed multinomial logit model. *Tourism Management*, 41, 158- 167.
- Hung, K., & Petrick, J. F. (2011). Why do You Cruise? Exploring the Motivations for Taking Cruise Holidays and the Construction of a Cruising Motivation Scale. *Tourism Management*, 32, 386-393.
- Karrobi, M. (2009). Investigating the role of human relations in the development of tourism industry. *Iranian Journal of Management Sciences*, 4 (13), 102-130. (in Persian)
- Khaksar Astaneh, H; Daneshvar; M; Kalaneh Arabi, V., & Akbari, S. M. R. (2011). Estimation of recreational value of forest parks in Mashhad using conditional valuation method (CVM). *Journal of Agricultural Economics Research*, 3, 61-78. (in Persian)
- Kiami, F; Allahyari, M. S., & Kavooosi-Kalashami, M. (2016). An investigation on the recreational value of Masouleh village, Iran. *Tourism Planning & Development*, 13 (1), 111-119.
- Mahdavi, A; Omidi, Z; Asad Falsafizadeh, N., & Sayeh Miri, A. (2017). Recreational valuation of Arghavan forest reserve in Ilam province using conditional valuation method. *Quarterly Journal of Forest Research and Development*, 3 (2), 107-118. (in Persian)
- Manafi Molayosefi, M., & Hayati, B. A. (2010). Estimation of recreational value of Maharlavi Lake in Shiraz using conditional valuation method, *Journal of Natural Environment. Iranian Journal of Natural Resources*, 63 (3), 291-302. (in Persian)
- Mitchell, R. C., & Carson, R. T. (1989). Using surveys to value public goods: the contingent valuation method. *Resources for the future*. Washington D. C. p. 462.
- Mohammadi, A. (2019). Evaluation of historical tourism in Ghaleh Rudkhan village of Fooman township in Guilan province, Master Thesis in Rural Development, University of Guilan. (in Persian)
- Mostafazadeh, S; Habibi, F., & Mohammadi, A. (2020). Estimating the willingness of tourists to pay and the factors affecting it (Case study: Zaribar Lake, Marivan). *Quarterly Journal of Urban Studies*, 9 (33), 15-26. (in Persian)
- Nabin Barala, M.; Stem, J., & Ranju, B. (2008). Contingent valuation of ecotourism in Annapurna conservation area, Nepal: implications for sustainable park finance and local development. *Ecological Economics*, 66 (2 & 3), 218-227.
- Pourkhosravani, M; Mehrabi, A., & Abdollahi, A. A. (2018). Geomorphotourism. first edition, *Academic Publication*. (in Persian)
- Ranjbariyan, B; Emami, A. R., & Ghafari, M. (2014). Consumer behavior in tourism. *Mahkameh Publications*. (in Persian)
- Renood, Gh., & Moayari, M. H. (2016). Estimation of recreational value of Gorgan Dining Forest Park using conditional valuation method. *Iranian Journal of Forestry, Iranian Forestry Association*, 8 (2), 209-223. (in Persian)

- Reynisdottir, M.; Song, H., & Agrusa, J. (2008). Willingness to pay entrance fees to natural attractions: an Icelandic case study. *Tourism Management*, 29 (6), 1076-1083.
- Saarinen, J. (2007). Contradictions of rural tourism initiatives in rural development contexts: case finish rural tourism strategy. *Current Issues in Tourism*, 10 (1), 96-105.
- Sahabi, B; Hajjyan, M. H., & Javaheri, B. (2012). Factors affecting the willingness of paying visitors and estimating the recreational value of Jajroud Region. *Quarterly Journal of Economic Modeling*, 6 (1), 111-126. (in Persian)
- Sangpikul, A. (2008). Travel motivations of Japanese senior travelers to Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 10 (1), 81-94.
- Shahbazi, T., & Ghahyeei, B. (2014). Assessing the problems, obstacles, and needs of the tourism industry from an economic perspective in Kermanshah province (with emphasis on Taghbestan Forest Park). *Quarterly Journal of Tourism Space*, 3 (11), 69-88. (in Persian)
- Smaranda, C; Dragos, P; Marius, B., & Fleseriu, C. (2014). Innovation- a useful tool in the rural tourism in Romania. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 148, 507- 515.
- Suni, J., & Komppula, R. (2012). Sf- Filmvillage as a Movie Tourism Destination- a Case Study of Movie Tourist Push Motivations. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29 (5), 460-471.
- Tavakoli, M; Mirzapour, S., & Shans Pouya, M. K. (2015). Evaluation of social capital components in rural areas of Khorramabad city. *Journal of Geography and Development*, 13, 17-28. (in Persian)
- Tavasoli, Gh. A. (2010). Sociological Theories, Second Edition. *Samt Publications*. (in Persian)
- Toulabinejad, M; Pudineh, M. R., & Toulabinejad, M. (2020). Rural tourism (management and marketing). *Jahad Daneshgahi Publisher*. (in Persian)
- Van Leeuwen, E. (2015). Urban- rural synergies: an explorative study at the NUTS3 level. *Applied Spatial Analysis and Policy*, 8 (3), 273-289.
- Walpole, M. J., & Goodwin, H. (2000). Local economic impacts of dragon tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 27 (3), 559-576.
- Yaghob Zadeh, R. (2014). Tourism typology, providing a framework for classifying types of tourism. *Sociologists Publications*. (in Persian)
- Yeganeh, H; Shariati, M. R., & Sepehri, A. (2018). Estimating the economic value of rangeland tourism in Abar Shahroud watershed. *Iranian Rangeland and Desert Research Quarterly*, 25 (3), 627-643. (in Persian)