

تمایل گردشگران به پرداخت هزینه خدمات در مقصدهای گردشگری روستایی

حمدالله سجاسی قیداری^۱، استادیار، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات، دانشگاه فردوسی مشهد
حمیده محمودی، دانشجوی دکتری، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات، دانشگاه فردوسی مشهد
عاطفه جمعه‌ای، دانشجوی کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده ادبیات، دانشگاه فردوسی مشهد

تأیید: ۹۸/۹/۷

ارجاع جهت اصلاحات: ۹۸/۶/۴

دریافت: ۹۸/۳/۲۵

چکیده

توسعه ناشی از گردشگری زمانی امکان‌پذیر است که آورده‌های اقتصادی از سوی گردشگران برای جامعه محلی فراهم شده و آن‌ها مایل به پرداخت حق‌الزحمه خدمات گردشگری در روستاها باشند. هدف از این پژوهش تحلیل و بررسی میزان تمایل گردشگران به پرداخت دستمزد خدمات گردشگری در روستاهای بخش شانندیز، شهرستان بینالود است. بر این اساس روش تحقیق توصیفی-تحلیلی است و میزان تمایل به پرداخت با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط و مدل لاجیت محاسبه شده است. همچنین برای شناخت فضایی تفاوت تمایل گردشگران به پرداخت هزینه‌ها، از مدل وایکور^۲ استفاده شده است. تعداد روستاهای نمونه برابر با ۱۱ روستای گردشگری، در مقطع زمانی سال ۱۳۹۷ انجام شده و نمونه‌ها با توجه به فرمول کوکران^۳ و با خطای ۰/۱ معادل ۹۶ گردشگر تعیین گردید. نتایج نشان می‌دهد هر گردشگر به طور متوسط تمایل دارد مبلغی معادل ۷۷۶۵۴۰ ریال در روستا هزینه نماید. همچنین با توجه به مجموع میزان تمایل گردشگران به پرداخت هزینه‌ها در یک شبانه‌روز، بیشترین تمایل به پرداخت در زمینه استفاده از امکانات تجاری، پذیرایی و تفریحی، و در مرتبه بعد بیشترین تمایل به پرداخت در بخش امکانات اقامتی است. همچنین بر اساس مدل وایکور، گردشگران تمایل دارند در روستای ویرانی هزینه‌های بیشتری پرداخت نمایند که دلیل آن وجود امکانات و خدمات بیشتر این روستا در زمینه پذیرایی و رستوران است.

واژگان کلیدی: توسعه گردشگری، تمایل به پرداخت، مقصدهای گردشگری روستایی، روش ارزش-

گذاری مشروط

مقدمه

امروزه گردشگری به یکی از منابع بسیار مهم در کسب درآمد کشورها تبدیل شده است (مظفر و همکاران، ۱۳۷۸: ۴۴). زیرا گسترش گردشگری به عنوان یک راهبرد نو در توسعه می‌تواند نقش مهمی در تنوع-بخشی اقتصاد جوامع محلی ایفا نماید (رمزی و اسچاملفل^۱، ۲۰۰۶: ۶). به طوری که گردشگری نقش عمده‌ای در توانمندسازی جامعه میزبان و تقویت تغییرات اجتماعی-اقتصادی کشورها ایفا می‌کند (دویر و همکاران^۲، ۲۰۰۹: ۶۳-۷۴ و آتلیویس^۳، ۲۰۰۷: ۳۰۹) و تاثیرات مثبتی بر اقتصاد، جامعه، فرهنگ و محیط‌زیست، از جمله در تولید ناخالص داخلی دارد. بطوریکه در سال ۲۰۱۷ این صنعت ۳۱۳ میلیون شغل یا ۹/۹ درصد کل اشتغال جهان را ایجاد کرده است و تولید ناخالص داخلی جهان را به ۱۰/۴ درصد افزایش داده است. پیش‌بینی شده است سهم صنعت گردشگری در تولید ناخالص داخلی جهانی افزایش خواهد یافت و تا سال ۲۰۲۷ به ۳۸۰ میلیون شغل برسد (شورای سفر و جهانگردی جهانی، ۲۰۱۸^۴). این به معنای ۱۱ درصد از مشاغل در جهان است (سخنور^۵، ۲۰۱۸: ۹۷). از این رو کشورهای مختلف در تلاش-اند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل، فرصت رضایت‌مندی و بهره‌مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (روزنتراب و همکاران^۶، ۲۰۰۹: ۷۵۹-۷۷۰). با توجه به اهمیت گردشگری، این صنعت از یک سو می‌تواند ابزاری برای توسعه مناطقی با جاذبه‌های خاص گردشگری باشد؛ چراکه این مقوله می‌تواند به عنوان یک منبع مالی جدید، وضعیت اقتصادی مردم محلی را بهبود بخشد و منبعی برای زدودن فقر باشد (بریدن هان و ویکنس^۷، ۲۰۰۴؛ فوساتی و پانلا^۸، ۲۰۰۰؛ گیوتزی و نیجکمپ^۹، ۲۰۰۶؛ لی و چنگ^{۱۰}، ۲۰۰۸) و از سوی دیگر، عامل مهمی در جهت رفع مشکلات کشاورزی، افزایش اشتغالی و افزایش درآمد برای مردم مناطق محروم خصوصاً روستاها باشد (سبله^{۱۱}،

1. Ramsey and Schaumleffel

2. Dwyer et al

3. Atelievic

4. World Travel & Tourism Council

5. Sokhanvar

6. Rosentraub et al

7. Breidenhann & Wickens

8. Fossati & Panella

9. Giaoutzi & Nijkamp

10. Lee & Chang

11. Sebele

۲۰۱۰: ۲۲۵). لذا مناطق روستایی برخوردار از جاذبه‌های فراوان، می‌توانند از این پتانسیل عظیم در راستای بهبود وضع اقتصادی خود بهره برده (حاجی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۱)، و گردشگران زیادی را جذب کنند. زیرا بسیاری از مناطق روستایی و محلی، از گردشگری به عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی استفاده می‌کنند (وَنگ و همکاران، ۲۰۱۸: ۱). در عین حال نیز گرایش شدید مردم به تفریح و گردشگری طی سالیان اخیر، نشان دهنده ارزش بالای منابع گردشگری روستایی است که می‌توانند زمینه جذب منابع مالی را از طریق گردشگران به مناطق روستایی فراهم آورند. اما باید توجه داشت که ارزش-گذاری این منابع با مشکلاتی همراه است؛ چون بازاری برای قیمت‌گذاری آنها وجود ندارد؛ لذا ارزش ذاتی آنها مشخص نگردیده است (راسخی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۴) و در اغلب موارد گردشگران نیز بدون پرداخت هزینه، کمال استفاده را از جاذبه‌های گردشگری روستایی می‌برند و این به یک الگوی رفتاری در صنعت گردشگری نواحی روستایی بدل شده است. هرچند که این منابع دارای ارزش بوده و برآورد ارزش و تمایل گردشگران به پرداخت هزینه و تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر آن و خواست‌های مردم از دیدگاه اقتصادی و اجتماعی، می‌تواند به پیش‌بینی نیازها و کاستی‌های مناطق گردشگرپذیر روستایی و رفع کمبودها بسیار کمک کند. تمایل مردم به پرداخت هزینه برای بازدید و استفاده تفریحی از مناطق گردشگری، نشان‌دهنده ارزشی است که برای این مناطق قائل‌اند (موسوی و رجبی، ۱۳۹۱: ۳۴). بر این اساس برای افزایش میزان گردشگری در روستاها و از طرفی افزایش درآمد حاصل از گردشگری برای روستاییان، باید به مسأله تمایل گردشگران به پرداخت هزینه توجه ویژه‌ای داشت. از آنجا که شهرستان بینالود یکی از قطب‌های گردشگری شرق کشور بوده و سالانه گردشگران زیادی را به دلیل داشتن جاذبه‌های متنوع طبیعی، تاریخی و انسانی به خود جذب می‌کند، هدف از انجام این مطالعه بررسی تمایل گردشگران به پرداخت هزینه خدمات، در روستاهای مقصد گردشگری بخش شان‌دیز، شهرستان بینالود است. این مطالعه در صدد پاسخ‌گویی به این پرسش کلیدی است که تمایل گردشگران به پرداخت هزینه برای بازدید و استفاده از اماکن و تفریحگاه‌های روستایی چه میزان است و چه تفاوت‌هایی بین روستاها، از لحاظ تمایل گردشگران به پرداخت هزینه، وجود دارد.

پیشینه تحقیق

تا کنون مطالعات متعددی به صورت کلان یا بخشی در زمینه تمایل به پرداخت هزینه گردشگری انجام شده است؛ به عنوان نمونه: مولائی و همکاران در سال ۱۳۸۸ در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که حدود ۶۸ درصد افراد مبلغ پیشنهادی را می‌پذیرند و بر اساس الگوی برآورد شده، میانگین تمایل افراد به پرداخت هزینه ۸۴۳۷ ریال به ازای هر بازدید برآورد گردید. احمدیان و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهش خود نشان دادند که متوسط تمایل به پرداخت گردشگرانی که با غواصی از این زیستگاه بازدید کرده‌اند ۴۵۴۶۰۰ ریال بوده و متوسط تمایل آنان به پرداخت هزینه، ۱۶۸۴۰ ریال برای هر بازدید است. نتایج پژوهش سبحانی و همکاران (۱۳۹۱) نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد افراد مورد بررسی تمایل خود را جهت پرداخت مبلغی برای بازدید از منطقه جاجرود اعلام داشته‌اند. راسخی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود نشان دادند که درآمد، سابقه پرداخت و تحصیلات، بر تمایل به پرداخت گردشگران ساحلی اثر معناداری دارد. با استفاده از نتایج برآورد، میزان تمایل به پرداخت هزینه و با به کارگیری مدل لاجیت، عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت هزینه برای گردشگری ساحلی برآورد و بررسی شد. بر اساس محاسبات انجام شده، میانگین تمایل به پرداخت گردشگران به منظور استفاده تفریحی از ساحل، در سال ۱۳۸۹، ۳۱۸۸ ریال برای هر گردشگر برای هر بازدید و ارزش تفریحی سالانه ساحل در این سال، با فرض ده میلیون گردشگر، حدود ۳/۲ میلیارد تومان است. موسوی (۱۳۹۴) در پژوهشی نشان داد که ۷۵ درصد بازدیدکنندگان، حاضر به پرداخت مبلغی جهت استفاده از آبشار مذکور می‌باشند. همچنین متغیرهای سن، اندازه خانوار، میزان تحصیلات، تمایلات زیست‌محیطی، درآمد و قیمت پیشنهادی، اثر معنی‌داری بر احتمال تمایل به پرداخت هزینه توسط افراد دارند؛ ولی متغیرهای جنسیت و فاصله از لحاظ آماری معنی‌دار نبوده ولی علائم مورد انتظار را دارا بوده‌اند. میانگین تمایل به پرداخت هزینه توسط افراد ۶۷۵۸٫۸ ریال و ارزش اکوتوریستی آبشار و محوطه تفریحی سالانه حدود ۵۴۰۷۰۴۰۰۰ ریال برآورد گردید. سام دلیری (۱۳۹۶) در پژوهش خود نشان داد که ارزش تفریحی دریاچه «ولشت» ۹۶۲ میلیون ریال می‌باشد که نشان‌دهنده اهمیت قابل توجه بازدیدکنندگان به اماکن تفریحی و طبیعی است. بلالی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی نشان دادند که متغیرهای مدت زمان صرف شده برای تفریح، مسافت و هزینه‌های سفر بر تولید

تفریح مؤثر هستند و هزینه نهایی تفریح، با فرض وجود شرایط رقابتی، معادل ۲۸۷۶۷۰۲ ریال در روز برای منطقه تفریحی مورد مطالعه تعیین شد همچنین بر اساس یافته پژوهش‌های تقاضای تفریح، رابطه منفی با قیمت سایه‌ای تفریح و رابطه مثبت با درآمد دارد. از سوی دیگر تمایل به پرداخت هزینه توسط هر بازدیدکننده، ارتباط مثبت و معنی‌داری با کیفیت محیط بازدید، سطح تحصیلات، سن و وضعیت تأهل فرد دارد. بنابراین می‌توان با افزایش کیفیت محیط و ایجاد تسهیلات رفاهی بیشتر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، ارزش زیست‌محیطی و تفریحی در دهکده توریستی «گنج‌نامه» را ارتقاء داد. روزنبرگر و همکاران^۱ (۲۰۱۲) در پژوهش خود نشان دادند که پاسخ دهندگان با نگرش‌های حمایتی، تمایل بیشتری به پرداخت هزینه‌های تفریحی نسبت به سایرین داشتند. همچنین قدرت نگرش‌ها نیز بر تمایل به پرداخت هزینه‌های تفریحات در مورد انتظار، بر پاسخ‌دهندگان تأثیر می‌گذارد. نتایج پژوهش بیردیر و همکاران^۲ (۲۰۱۳) نشان داد که ارزش گذاشتن بر روی بهبود ساحل می‌تواند قابل توجه باشد و این مفادیر می‌تواند برای مدیریت گردشگری ساحلی مورد استفاده قرار گیرد. گارلاک^۳ (۲۰۱۶) در پژوهش خود میزان تمایل به پرداخت برای ۲۰ سال با استفاده از نرخ تنزیل ۱۰ درصد و ۵ درصد، بیان کردند. اگرچه این تحلیل از تضمین پایداری خدمات اکوسیستمی در سکونتگاه‌های روستایی حمایت می‌کند، سیستم‌های مدیریت چند کارگزاری برخی از مسائل را در سکونتگاه‌های روستایی براساس بهره‌وری منابع طبیعی در ترکیه ایجاد کرده‌اند. گارسیا و همکاران^۴ (۲۰۱۷) در پژوهشی نشان دادند که قیمت داخلی، هزینه را برای مصرف کنندگان تعیین می‌کند. گنجاندن این دو متغیر در استراتژی‌های قیمت‌گذاری پویا می‌تواند منجر به سود بیشتر مدیران میزبان شود. له و همکاران^۵ (۲۰۱۸) به ارزیابی ارزش اقتصادی روش هزینه سفر برای مکانهای گردشگری پرداختند و دز پژوهش خود عنوان کردند که تمایل مصرف کنندگان برای هزینه بازدید از این منطقه تفریحی می‌تواند ارزش اقتصادی و اهمیت یک مکان گردشگری را نشان دهد همچنین این پژوهش در مورد مسائل و محدودیت‌های استفاده از ارزیابی ارزش اقتصادی یک گردشگر

1. Rosenberger, et al

2. Birdir, et al

3. Gurluk

4. Garcia et al

5. Leh et al

بحث می کند. مادیو و همکاران^۱ (۲۰۱۹) به بررسی ارزش اقتصادی پارک ژئوفارست کارست پرداختند نتایج نشان داد که سود با استفاده از تعدیل هزینه سفر، براساس رضایت حاصل شده تخمین زده می شود. بررسی پیشینه تحقیق مشخص می کند که محققان از جهات گوناگونی به موضوع تمایل به پرداخت در حوزه گردشگری پرداخته اما در ارتباط با تمایل به پرداخت گردشگران در محیط های روستایی مطالعه ای انجام نشده و جدید می باشد.

مبانی نظری

تقاضا و تمایل برای گردشگری با انگیزه های مختلف به منظور تفریح، زیارت و تجارت در تمام جهان با سرعت باورنکردنی در حال افزایش است (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷: ۶۱). گردشگری به عنوان یکی از بزرگ ترین و متنوع ترین صنایع دنیا مطرح می باشد و رشد سریع آن تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی فراوانی را به دنبال داشته است (تقوی و پورسلیمانی، ۱۳۸۸: ۱۵۹). هدف از رشد گردشگری، افزایش مزایای اقتصادی مردم روستایی و افزایش مشارکت آن ها در مدیریت گردشگری است (اکچ^۲، ۲۰۱۲: ۳۷). در این راستا توسعه گردشگری در نواحی روستایی که از پتانسیل های طبیعی، زیباشناختی و موقعیتی برخوردارند به طور قطع می تواند تقویت کننده اقتصاد روستاها و عامل توسعه اجتماعی-فرهنگی و زیست محیطی باشد. در سال های اخیر، بسیاری از برنامه ریزان اقتصادی-اجتماعی در تمام کشورهای جهان اعم از توسعه یافته و توسعه نیافته، گردشگری را روشی مطمئن با چشم اندازی بسیار روشن برای توسعه روستاها، به ویژه مناطق محروم معرفی کرده اند (حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۲). گردشگری روستایی بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال و درآمد بوده و می توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی-اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد کرد. مسلماً گردشگری نقش اساسی در میزان توسعه و حفظ ذخایر نواحی روستایی ایفا می کند (توره و همکاران^۳، ۲۰۱۴: ۱۵۲). از طرفی، مطالعات اخیر نشان می دهد که میزبان ها به طور فعال در توسعه گردشگری روستایی مشارکت دارند (موفاکیر و ریسینگر^۴،

1. Matthew et al
2. Okech
3. Torre te al
4. Mufakkir and Reisinger

۲۰۱۳: ۵۲). از آنجایی که گردشگری روستایی به یک جاذبه جهانی تبدیل شده است (هال^۱، ۲۰۱۱: ۵) لذا گردشگری بعنوان ابزاری تاثیرگذار برای حل چالش‌های روستایی به ویژه در حوزه اقتصاد روستایی است (موریک^۲، ۲۰۱۳: ۸۴). زیرا درآمدهای حاصل از گردشگری می‌تواند سبب افزایش امید به زندگی، کاهش سطح فقر، ایجاد فرصت‌های شغلی و ... در محیط‌های روستایی شود.

اما امروزه افزایش هزینه‌ها از یک طرف و افزایش تعداد بازدیدکنندگان از طرف دیگر، هزینه ارائه خدمات، مراقبت، نگهداری و تعمیر را افزایش داده است و ارائه خدمات مناسب به بازدیدکنندگان در محل و در مسیر از جمله راه، پارکینگ، خدمات بهداشتی ایمنی و راهنما نیاز به سرمایه‌گذاری دارد. لذا بایستی هزینه‌های این خدمات از محل بازدیدکنندگان تأمین شود (مولائی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۷۵). زیرا جاذبه‌های گردشگری به عنوان ارزش‌های مادی و معنوی در مقصدهای گردشگری مانند روستاها می‌باشد که جزء منافع مستقیم تفرجگاه‌ها بوده و گردشگران آن را با ارائه مبالغ تمایل به پرداخت ابراز می‌توانند اخذ کنند (عبدالهی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳۹). با توجه به اینکه هدف عمده از توسعه گردشگری روستایی سودرسانی اقتصادی به مردم محلی است، لذا فراهم کردن بسترهای مناسب درآمدزایی از گردشگری برای جوامع محلی از طریق ارزشگذاری جاذبه‌های روستایی بسیار مهم می‌باشد. برآورد تمایل به پرداخت گردشگران و تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر آن و خواست‌های مردم از دیدگاه اقتصادی و اجتماعی می‌تواند به پیش‌بینی نیازها و کاستی‌های مناطق گردش پذیر روستایی و رفع کمبودهای محلی و زیرساخت‌های گردشگری کمک کند. تمایل به پرداخت مردم برای بازدید و استفاده تفریحی از مناطق گردشگری، نشان دهنده ارزشی است که برای این مناطق قائل‌اند (موسوی و رجبی، ۱۳۹۱: ۳۴). همچنین تمایل به پرداخت مشتریان روشی رایج برای آگاهی از تابع تقاضا و به‌طور کلی، اجرای کارآمد سیاست‌های قیمت‌گذاری محسوب می‌شود و می‌تواند برای قیمت‌گذاری مورد استفاده قرار گیرد.

در علم اقتصاد تمایل به پرداخت به بالاترین قیمتی گفته می‌شود که یک فرد حاضر است برای یک خدمت یا کالا پرداخت کند. از پرکاربردترین ارزشی که در منابع طبیعی مطرح است، ارزش تفریحی است که

انسان‌ها برای افزایش رفاه خود حاضرند مبالغ پولی هزینه کنند تا بتوانند از مشاهده و استفاده از کارکردهای طبیعت بهره‌مند شوند (مدنی، ۱۳۹۳: ۷۲). اما در مناطق روستایی غلبه ماهیت زیست‌محیطی گردشگری و زیباشناسی طبیعی به ارزش‌گذاری از طریق بازار را ناممکن می‌سازد و به همین خاطر روش‌های غیر بازاری در این زمینه کاربرد دارند (موسوی و رجبی، ۱۳۹۱: ۳۴). روش‌های ارزش‌گذاری اقتصادی عمدتاً برای رفع مشکل تخریب منابع طبیعی و ارزش‌گذاری اقتصادی این منابع به منظور حفظ و بهبود وضعیت آن‌ها و همچنین ورود هزینه‌های تخریب به فعالیت‌های اقتصادی به وجود آمده‌اند. زیرا منابع طبیعی نقش بسیار مهمی در حیات انسان‌ها دارند، ولی از آنجا که برای این منابع بازار مشخص و حقیقی وجود ندارد، این منابع به عنوان کالای عمومی تلقی می‌شوند و این مساله موجب افزایش سرعت در تخریب آن‌ها می‌شود (مدنی، ۱۳۹۳: ۷۲). ارزش‌گذاری اقتصادی منابع طبیعی و زیست‌محیطی شامل دو دسته ارزش استفاده‌ای و ارزش غیر استفاده‌ای می‌باشد. ارزش استفاده‌ای با استفاده از یک کالا همراه بوده، حال آن‌که ارزش غیر استفاده‌ای بدون وجود کالا موجب افزایش مطلوبیت افراد می‌شود. ارزش غیر-استفاده‌ای یا حفاظتی شامل ارزش وجودی، ارزش میراث و ارزش انتخاب است. ارزش وجودی به ارزش ذاتی منبع اطلاق شده و افراد حتی اگر هرگز منبع مذکور را ندیده یا استفاده نکنند، باید موجودیت این ارزش را قائل باشند (مولائی و کاوسی کلاشمی، ۱۳۹۰: ۳۲۲). در عین حال تقویت زیرساختها و خدمات-رسانی‌ها و مسائل مربوط به حوزه گردشگری در روستاها می‌تواند در تمایل به پرداخت (پرداخت هزینه پارکینگ، اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها، مراکز خرید و...) تاثیرگذار باشد. لذا درک عوامل تعیین‌کننده تمایل مصرف‌کنندگان به پرداخت یک چالش مهم است. از طرف دیگر در روستاهایی که به زیرساختها و خدمات رسانی‌ها و جاذبه‌های انسانی و طبیعی توجه نمی‌شود باعث می‌گردد که گردشگران کمتر به آن سفر کرده و در صورت سفر نیز به دلیل کمبود امکانات، تمایل به پرداخت‌شان کاهش یابد و هزینه‌ای را برای تهیه ارقام و بازدیدها پرداخت نکنند.

روش ارزش‌گذاری مشروط، بوسیله ترجیحات اظهار شده افراد و تبدیل آن به واحدهای پولی، تمایل به پرداخت مصرف‌کننده را در مورد کالاها و خدمات تعیین می‌کند. روش ارزش‌گذاری مشروط یکی از روش‌های ترجیحات می‌باشد که در آن از پاسخ‌دهندگان پرسیده می‌شود چقدر مایل به پرداخت برای

منافعی که دریافت داشته‌اند یا چقدر مایل به دریافت برای از دست دادن منافعشان هستند (تان و ناورد)^۱، ۲۰۰۸: ۸۱). بنابراین هنگامی که استفاده‌کنندگان از منابع، مایل باشند تا در مقابل استفاده از آن‌ها بهایی را پرداخت کنند، منابع دارای ارزش اقتصادی هستند. این امر حاکی از آن است که وقتی منابع کمیابند، دارای ارزش اقتصادی هستند. براین اساس، ارزش اقتصادی عبارت است از حداکثر مقداری که یک فرد تمایل دارد از بقیه کالاها و خدمات صرف نظر کند تا مقداری از کالا، خدمات و یا موقعیت خاصی را به دست آورد. واحدهای ارزش که براساس قابلیت جانشینی کالاها تعریف می‌شوند را می‌توان به دو صورت میل-به‌پرداخت افراد (WTP) برای یک متغیر سودمند و یا میل به پذیرش جبران خسارت (WTA) برای تغییر معکوس بیان کرد. در حالی که بازاری برای کالاها وجود نداشته باشد، نمی‌توان با استفاده از تکنیک‌های بازار آن‌ها را ارزش گذاری نمود. بنابراین روش ارزش گذاری مشروط عموماً به عنوان یکی از ابزارهای استاندارد و انعطاف پذیر برای اندازه‌گیری ارزش‌های غیرمصرفی^۲ و ارزش‌های مصرفی غیربازاری^۳ منابع زیست‌محیطی به کار می‌رود. لازم است ترجیحات مصرف‌کنندگان در موقعیت فرضی و از طریق ایجاد بازارهای مصنوعی مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار گیرد که این رهیافت را روش ارزش‌گذاری مشروط می‌نامند. این روش ابتدا توسط و انتراپ در سال ۱۹۴۷ پیشنهاد شد، ولی دیویس برای اولین در سال ۱۹۶۳ به طور تجربی از این روش استفاده کرد. برای تعیین مدل، جهت اندازه‌گیری تمایل به پرداخت، فرض می‌شود که فرد قیمت پیشنهادی را براساس پیشینه کردن مطلوبیت خود تحت شرایط رابطه (۱) می‌پذیرد یا رد می‌کند (هانمن^۴، ۱۹۸۴: ۳۳۷).

$$U(1, Y - A; S) + \varepsilon_1 \geq U(0, Y; S) + \varepsilon_0$$

U مطلوبیت غیر مستقیمی است که فرد به دست می‌آورد. Y ، درآمد فرد، A قیمت پیشنهادی و S دیگر ویژگی‌های اجتماعی اقتصادی است که تحت تاثیر سلیقه فردی قرار دارد. تفاوت مطلوبیت (ΔU) می‌تواند به صورت رابطه (۲) تعریف می‌شود.

1. Tuan and Navrud
2. Non-use values
3. Nonmarket use values
4. Hanemann

$$\Delta U = U(1, Y - A; S) - U(0, Y; S) + (\varepsilon_1 - \varepsilon_0)$$

معمولاً مدل‌های لاجیت و پروبیت برای روش‌های انتخاب کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرند. احتمال (P) اینکه فرد یکی از قیمت‌ها (A) را بپذیرد، در مدل لاجیت به صورت رابطه (۳) می‌باشد.

$$P_i = F(\Delta U) = \frac{1}{1 + \exp(-\Delta U)} = \frac{1}{1 + \exp[-(\alpha - \beta A + \gamma + \theta)]}$$

که $F(\Delta U)$ تابع توزیع تجمعی با یک اختلاف لوجستیک استاندارد است و متغیرهای اجتماعی اقتصادی را شامل می‌شود. β, γ, θ ضرایب برآورد شده‌ای هستند که انتظار می‌رود $\beta \leq 0$ و $\gamma \geq 0$ و $\theta \geq 0$ پس از برآورد پارامترهای مدل لاجیت، مقدار انتظاری تمایل به پرداخت به وسیله انگرال گیری عددی در محدوده صفر تا بالاترین قیمت (A) به صورت رابطه (۴) محاسبه می‌شود.

$$E(WTP) = \int_0^{MaxA} F_{\eta}(\Delta U) dA = \int_0^{MaxA} \left(\frac{1}{1 + \exp[-(\alpha^* + \beta A)]} \right) dA$$

که $E(WTP)$ مقدار انتظاری قیمت و α^* عرض از مبدا تعدیل شده می‌باشد که با جمله اجتماعی -- اقتصادی به جمله عرض از مبدا اصلی (a) اضافه شده است که $\alpha^* = (\alpha + \gamma + \theta)$ ، مدل‌های لاجیت ممکن است به شکل‌های تابع لگاریتم یا خطی برآورد شوند.

روش‌شناسی و منطقه مورد مطالعه

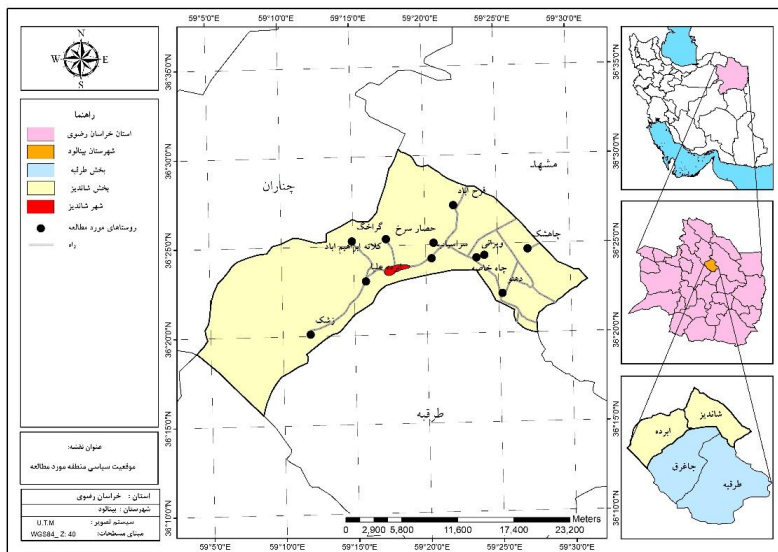
پژوهش حاضر، با هدف کلی تحلیل تمایل به پرداخت گردشگران روستایی می‌باشد. به طور خاص روش - شناسی مطالعه از جنبه هدف کاربردی بوده و روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است. زیرا در پی شناخت تمایل به پرداخت گردشگران در روستاهای مورد مطالعه می‌باشد که نتایج حاصله از آن می‌تواند برنامه - ریزان و مدیران روستایی را در زمینه اجرای برنامه‌های توسعه رهنمون کند. در این پژوهش به منظور گردآوری اطلاعات از روش‌های اسنادی و تکمیل پرسشنامه محقق ساخته به صورت میدانی براساس ۲۴ شاخص استخراج شده در قالب ۴ بعد از چارچوب نظری، استفاده شد (جدول ۱).

جدول ۱. شاخص‌های تمایل به پرداخت

کد	نوع	شاخص	کد	نوع	شاخص
V1	میزان اندازه و جذابیت روستا	چشم انداز و زیبایی روستا	v13	امکانات بهداشتی و زیرساختی	میزان امکانات حمل و نقل روستا(اتوبوس، تاکسی)
V2		معماری و بافت منحصربه‌فرد روستا	v14		میزان تجهیزات تعمیرگاهی
V3		جاذبه های طبیعی	v15		ایمنی جاده‌ها و راه‌ها
V4		جاذبه های تاریخی(خانه های تاریخی و...)	v16		پارکینگ باکیفیت و کافی
V5		جاذبه های انسانی(موزه های مردم شناسی و...)	v17		آبخوری
V6		انواع مراسم محلی (موسیقی محلی، رقص محلی...)	v18		سرویس بهداشتی
V7	امکانات پذیرایی و پذیرایی	راهنمای محلی و لیدر تور	v19		حمام عمومی
V8		بازار سوغات محلی	v20		منزل اهالی
V9		سوپر، میوه فروشی و..	v21		اجاره اتاق
V10		ساندویچی و اغذیه فروشی	v22		اجاره چادر
V11		رستوران	v23		سوئیت
V12		وجود مراکز تفریحی باکیفیت و کافی	v24		جای نشستن در طبیعت

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۷

لذا با توجه به متغیرهای تحقیق و نیز روش‌های تجزیه و تحلیل، پرسشنامه مربوطه به صورت سوال‌ها در قالب طیف لیکرت در مقیاس سنجش رتبه‌ای تهیه شد و در اختیار نمونه‌ها قرار گرفت. جهت عملیاتی سازی مطالعه، روستاهای بخش شاندیز شهرستان بینالود به عنوان منطقه مورد مطالعه انتخاب گردید. زیرا این منطقه یکی از منطقه‌های با پتانسیل بالای گردشگری و قطب گردشگری در استان خراسان رضوی می‌باشد که هر ساله تعداد زیادی گردشگر از داخلی و خارجی را جذب می‌کرده و روستاهای آن به دلیل مطلوبیت اقلیمی به عنوان بیلاقات مشهد و تجمع خانه های دوم و مکان های تفریحی به شمار می‌آید (شکل ۱).



شکل ۱. موقعیت روستاهای نمونه در استان خراسان رضوی و ایران، منبع: بر اساس نقشه پایه استاندارد خراسان رضوی، ۱۳۹۷

با توجه به فرمول $n = \frac{1}{d}$ از تعداد ۲۴ روستای دهستان شاندیز ۱۱ روستا که دارای بیشترین تعداد گردشگر را براساس نظر کارشناسان میراث فرهنگی و گردشگری و دهیاران روستایی شهرستان بینالود بودند، به عنوان روستاهای نمونه انتخاب گردید. طبق آمار که از دهیاران روستایی گرفته شده است، تعداد گردشگران روستای منتخب برابر با ۱۰۵۲۰۰ نفر می باشد. با توجه به حجم گردشگران روستاهای نمونه (۱۰۵۲۰۰ نفر)، حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران و با خطای ۰/۱ درصد معادل ۹۶ نفر تعیین گردید که با استفاده از روش تسهیم به نسبت تعداد گردشگران نمونه در هر روستا تعیین گردید (جدول ۲).

$$N_0 = \frac{1}{d^2} = \frac{1}{0,2^2}$$

$$n = \frac{n_0}{1 + n_0/N}$$

که می توان از ۰,۲ تا ۰,۲ گرفت که در این فرمول ۰,۲ گرفته شده است. سپس از فرمول زیر تعداد روستاهای نمونه به دست آمد.

تعداد روستاهای دهستان شاندیز ۲۴ روستا می باشد. $24 = N$

جدول ۲. تعداد جمعیت روستاهای دهستان شاندریز

نام روستا	جمعیت	خانوار	تعداد گردشگر	تعداد نمونه	نوع گردشگری
ویرانی	۱۳۵۳	۴۶۹۸	۵۰۰۰۰	۲۳	تاریخی، خرید و موزه سنتی، غذا، تفریحی (موج های آبی)
چاهشک	۱۰۰۴	۳۳۱۷	۵۰۰۰	۷	خانه دوم
ابرده علیا	۱۰۰۴	۳۱۷۷	۲۰۰۰۰	۸	خانه دوم، غذا
زشک	۵۸۲	۱۸۳۶	۵۰۰۰	۸	خانه دوم، اکوتوریسم، طبیعت گردی، غذا
حصارسرخ	۵۰۱	۱۶۲۷	۲۵۰۰	۷	خانه دوم، طبیعت گردی
سرآسیاب	۴۳۷	۱۴۳۹	۳۰۰۰	۷	خانه دوم، طبیعت گردی
دهنو	۳۲۱	۱۰۲۳	۲۲۰۰	۷	خانه دوم، طبیعت گردی
چاه خاصه	۲۶۶	۸۷۵	۲۵۰۰	۷	خانه دوم، طبیعت گردی
گراخک	۲۵۸	۷۴۲	۱۰۰۰۰	۸	خانه دوم، طبیعت گردی
فرح آباد	۱۲۲	۴۱۷	۳۰۰۰	۷	خانه دوم، طبیعت گردی
کلاته ابراهیم	۱۰۰	۳۵۸	۲۰۰۰	۷	خانه دوم، طبیعت گردی

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۷

جهت روایی سوالات پرسشنامه از نظرات متخصصان و اساتید دانشگاهی استفاده شده و اصلاحات لازم به عمل آمده است و برای پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شده که میزان آن برای کل شاخص ها ۰/۸۰ است که نشان از پایا و قابل اعتماد بودن شاخص های تحقیق دارد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و برای رتبه بندی روستاها از لحاظ میزان تمایل به پرداخت، از مدل وایکور(چان و وانگ^۱)، ۲۰۰۹: ۲۳۵) (وزن دهی مورد استفاده روش آنتروپی می باشد) (حاجی نژاد، ۱۳۹۴: ۱۷۷-۱۸۵) و برای نمایش رتبه بدست آمده از مدل وایکور از GIS استفاده شده است. برای مشخص کردن میزان تمایل به پرداخت از روش ارزش گذاری مشروط با استفاده از مدل لاجیت در نرم افزار SPSS استفاده شده است.

یافته ها

از بین پاسخگویان در روستاهای مورد بررسی ۵۲ درصد از افراد متأهل و ۴۸ درصد مجرد و ۵۹ درصد مرد و ۴۱ درصد نیز زن هستند. اغلب گردشگران دارای تحصیلات دیپلم بوده اند. و عمده پاسخگویان (۶۷ درصد) در گروه سنی ۲۰-۴۰ سال قرار دارند، و میانگین تعداد اعضای خانواده ۱۷/۵ نفر می باشد. اکثریت افراد پاسخگو دارای شغل آزاد هستند. ۹۴ درصد از گردشگران ساکن شهر و ۴۱ درصد نیز از شهر مشهد

و ۱۵ درصد از خارج از استان خراسان رضوی به روستاهای نمونه برای گردش آمده بودند. همچنین میانگین سنی ۳۵ سال، میانگین سالهای تحصیل ۱۲ سال، بعد خانوار ۵/۱۵ و درآمد خالص هر فرد در ماه یک میلیون و دویست و سی و سه هزار تومان می‌باشد.

همچنین در جدول ۳ نتایج بررسی متغیر قیمت تمایل به پرداخت هر فرد در قبال هر بار بازدید از منطقه نمونه آمده است. بر اساس نتایج این جدول در متغیر چشم انداز و جاذبه‌های روستا ۷۳/۹۶ درصد پیشنهاد اولیه، ۱۶/۶۷ درصد پیشنهاد پایین‌تر و ۱۸/۷۵ درصد نیز پیشنهاد بالاتر را پذیرفتند. در متغیر امکانات تجاری و پذیرایی و تفریحی ۷۹/۱۷ درصد پیشنهاد اولیه، ۱۳/۵۴ درصد پیشنهاد پایین‌تر و ۳۳/۳۳ درصد نیز پیشنهاد بالاتر را پذیرفتند. در متغیر امکانات بهداشتی و زیرساختی ۵۲/۰۸ درصد پیشنهاد اولیه، ۴۰/۶۳ درصد پیشنهاد پایین‌تر و ۱۹/۷۹ درصد نیز پیشنهاد بالاتر را پذیرفتند. در متغیر میزان امکانات اقامتی ۶۶/۶۷ درصد پیشنهاد اولیه، ۲۰/۸۳ درصد پیشنهاد پایین‌تر و ۴۱/۶۷ درصد نیز پیشنهاد بالاتر را پذیرفتند.

جدول ۳. درصد میزان تمایل به پرداخت قیمت پیشنهادی توسط پاسخ دهندگان

متغیر	پیشنهاد(تومان)	پذیرش	عدم پذیرش	مجموع
چشم انداز و جاذبه‌های روستا	پیشنهاد اولیه(۷۰۰۰)	۷۳/۹۶	۲۶/۰۴	۱۰۰/۰۰
	پیشنهاد پایین‌تر(۵۰۰۰)	۱۶/۶۷	۹/۳۸	۲۶/۰۴
	پیشنهاد بالاتر(۱۰۰۰۰)	۱۸/۷۵	۵۵/۲۱	۷۳/۹۶
امکانات تجاری و پذیرایی و تفریحی	پیشنهاد اولیه(۵۰۰۰۰)	۷۹/۱۷	۲۰/۸۳	۱۰۰/۰۰
	پیشنهاد پایین‌تر(۳۰۰۰۰)	۱۴/۵۴	۷/۲۹	۲۰/۸۳
	پیشنهاد بالاتر(۱۰۰۰۰۰)	۳۳/۳۳	۴۵/۸۳	۷۹/۱۷
امکانات بهداشتی و زیرساختی	پیشنهاد اولیه(۷۰۰۰)	۵۲/۰۸	۴۷/۹۲	۱۰۰/۰۰
	پیشنهاد پایین‌تر(۵۰۰۰)	۴۰/۶۳	۷/۲۹	۴۷/۹۲
	پیشنهاد بالاتر(۱۰۰۰۰)	۱۹/۷۹	۳۲/۲۹	۵۲/۰۸
میزان امکانات اقامتی	پیشنهاد اولیه(۴۰۰۰۰)	۶۶/۶۷	۳۳/۳۳	۱۰۰/۰۰
	پیشنهاد پایین‌تر(۲۰۰۰۰)	۲۰/۶۳	۱۲/۵۰	۳۳/۳۳
	پیشنهاد بالاتر(۷۰۰۰۰)	۴۱/۶۷	۲۵/۰۰	۶۶/۶۷

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

پس از بررسی ویژگی‌های نمونه آماری و تمایلات آن‌ها به پرداخت جهت بازدید از روستا در این قسمت به برآورد مدل و بررسی عوامل موثر بر تمایل به پرداخت آنان پرداخته شده است که از مدل لاجیت

استفاده شده است. لذا تمایل به پرداخت گردشگران روستاهای مورد مطالعه در ۴ بخش جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است.

• تمایل به پرداخت گردشگران به چشم انداز و جاذبه‌های روستایی

با توجه به آنچه که در جدول ۴ قابل مشاهده است، ضرایب سه متغیر تحصیلات، بعد خانوار و سن در سطح ۵ درصد معنادار شده است. ضریب سن و تحصیلات مثبت می‌باشد به این معنی که افرادی که سن بیشتر از ۳۵ سال دارند و کسانی که تحصیلات بالاتر دارند، احتمال پاسخ مثبت آنها به تمایل به پرداخت اعلام شده بیشتر خواهد بود. همچنین بعد خانوار دارای ضریب منفی می‌باشد بدین معنی که احتمال اینکه افرادی که دارای خانواده‌ای با جمعیت کمتری هستند احتمال بله گفتن برای تمایل به پرداخت افزایش می‌یابد. درصد پیش‌بینی صحیح در این مدل ۶۸/۶ درصد و نسبت درست نمایی نیز ۲۴/۴۲ می‌باشد. بالاترین مبلغ پیشنهادی در این بخش ۱۰ هزار تومان می‌باشد. اما یافته‌ها نشان داد که مقدار تمایل به پرداخت برای این بخش ۲۱۹۵ تومان می‌باشد. بدین معنی که هر گردشگر در متوسط اقامتش در روستا حاضر به هزینه کردن ۲۱۹۵ تومان در بخش استفاده از امکانات تجاری و پذیرایی و تفریحی می‌باشد.

$$E(WTP) = \int_0^{MaxA} F_{\eta}(\Delta U) dA = \int_0^{MaxA} \left(\frac{1}{1 + \exp[-(\alpha^* + \beta A)]} \right) dA = 2195$$

جدول ۴. نتایج برآورد مدل لاجیت در چشم‌انداز و جاذبه‌های روستا

متغیرها	مقدار ضرایب برآورد شده	ارزش آماره والد	درجه آزادی	سطح معناداری	Exp(B)
سن	۰/۲۵	۹/۱۸	۱	۰/۰۰	۱/۲۸
تحصیلات	۱/۴۴	۸/۲۹	۱	۰/۰۰	۰/۲۴
بعد خانوار	-۷/۵۷	۱۱/۷۴	۱	۰/۰۰	۷۱۶/۵۶
درآمد	-۰/۰۰۱	۰/۶۷	۱	۰/۴۱	۰/۹۹۹
عرض از مبدأ	-۲۱/۳۸	۱۰/۲۲	۱	۰/۰۰	۰/۰۰۱

2 Log Likelihood=۲۴/۴۲ Nagelkerke R Square=۰/۹۰۳ Hosmer & Lemshow Test (Chi-square)= ۱/۳۱
percent of right prediction= ۶۷/۶ Cox & Snell R Square= ۰/۶۷۶

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

• تمایل گردشگران به پرداخت هزینه امکانات تجاری، پذیرایی و تفریحی روستاها

همچنین یافته‌ها نشان داد که ضرایب چهار متغیر تحصیلات، بعد خانوار، سن و درآمد در سطح ۵ درصد معنادار شده است. ضریب سن، بعد خانوار و تحصیلات منفی می‌باشد به این معنی که احتمال اینکه افراد با تعداد اعضای خانواده کمتر، افراد با تحصیلات کمتر و جوانان تمایل به پرداخت بیشتری داشته باشند، بیشتر است. همچنین درآمد دارای ضریب مثبت می‌باشد بدین معنی که احتمال اینکه افراد با درآمد بالاتر تمایل به پرداخت بیشتری داشته باشند بیشتر است. درصد پیش‌بینی صحیح در این مدل ۸۵/۴ درصد و نسبت درست‌نمایی نیز ۷۰/۵۶ می‌باشد. بالاترین مبلغ پیشنهادی در این بخش ۱۰۰ هزار تومان می‌باشد. اما یافته‌ها نشان داد که مقدار تمایل به پرداخت برای این بخش ۳۹۵۰۰ تومان می‌باشد. بدین معنی که هر گردشگر در متوسط اقامتش در روستا حاضر به هزینه کردن ۳۹۵۰۰ تومان در بخش استفاده از امکانات تجاری و پذیرایی و تفریحی می‌باشد (جدول ۵).

$$E(WTP) = \int_0^{MaxA} F_{\eta}(\Delta U) dA = \int_0^{MaxA} \left(\frac{1}{1 + \exp[-(\alpha^* + \beta A)]} \right) dA = 39500$$

جدول ۵. نتایج برآورد مدل لاجیت در استفاده از امکانات تجاری و پذیرایی و تفریحی

متغیرها	مقدار ضرایب برآورد شده	ارزش آماره والد	درجه آزادی	سطح معناداری	Exp(B)
سن	-۰/۱۳	۱۲/۵۰	۱	۰/۰۰	۰/۸۸
تحصیلات	-۰/۴۵	۱۴/۱۷	۱	۰/۰۰	۰/۶۴
بعد خانوار	-۰/۹۷	۱۴/۲۸	۱	۰/۰۰	۲/۶۴
درآمد	۰/۰۰۱	۳/۸۷	۱	۰/۴۹	۱/۰۰
عرض از مبدأ	۵/۱۳	۶/۹۶	۱	۰/۰۱	۱۶۹/۶۳

2 Log Likelihood=۷۰/۵۶

Nagelkerke R Square=۰/۵۹۳

Hosmer & Lemshow Test (Chi-square)= ۳/۴۶

percent of right prediction= ۸۵/۴

Cox & Snell R Square= ۰/۴۳

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

• تمایل به پرداخت گردشگران به امکانات بهداشتی و زیرساختی روستاها

با توجه به یافته‌های بدست آمده در جدول ۶، ضرایب چهار متغیر تحصیلات، بعد خانوار، سن و درآمد در سطح ۵ درصد معنادار برآورد شده است. ضریب تحصیلات، سن و درآمد مثبت می‌باشند به این معنی که احتمال اینکه افراد با تحصیلات بیشتر، افراد با سن بیشتر و افراد با درآمد بالاتر تمایل به پرداخت

بیشتری در زمینه استفاده از امکانات بهداشتی و زیرساختی داشته باشند بیشتر است. همچنین بعد خانوار دارای ضریب منفی می‌باشد بدین معنی که احتمال اینکه افراد با خانواده‌های با جمعیت کمتر تمایل به پرداخت بیشتری داشته باشند بیشتر است. درصد پیش بینی صحیح در این مدل ۷۶ درصد و نسبت درست نمایی نیز ۹۲/۹۶ می‌باشد. بالاترین مبلغ پیشنهادی در این بخش ۱۰ هزار تومان می‌باشد. اما یافته‌ها نشان داد که مقدار تمایل به پرداخت برای این بخش ۲۶۵۴ تومان به دست آمد. بدین معنی که هر گردشگر در متوسط اقامتش در روستا حاضر به هزینه‌کردن ۲۶۵۴ تومان در بخش استفاده از امکانات بهداشتی و زیرساختی می‌باشد.

$$E(WTP) = \int_0^{MaxA} F_{\eta}(\Delta U) dA = \int_0^{MaxA} \left(\frac{1}{1 + \exp[-(\alpha^* + \beta A)]} \right) dA = ۲۶۵۴$$

جدول ۶. نتایج برآورد مدل لاجیت در استفاده از امکانات بهداشتی و زیرساختی

متغیرها	مقدار ضرایب برآورد شده	ارزش آماره والد	درجه آزادی	سطح معناداری	Exp(B)
سن	۰/۱۱	۱۴/۳۹	۱	۰/۰۰	۱/۱۲
تحصیلات	۰/۳۶	۹/۶۳	۱	۰/۰۰	۱/۳۶
بعد خانوار	-۱/۴۵	۹/۵۴	۱	۰/۰۰	۰/۶۴
درآمد	۰/۰۰۱	۵/۶۲	۱	۰/۰۲	۰/۹۹
عرض از مبدأ	-۳/۸۶	۵/۲۲	۱	۰/۰۲	۰/۰۲

2 Log Likelihood=۹۲/۹۶ Nagelkerke R Square=۰/۴۵۴ Hosmer & Lemshow Test (Chi-square)=۱۰/۱۴
percent of right prediction=۷۶ Cox & Snell R Square=۰/۳۴

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

• تمایل به پرداخت گردشگران به امکانات اقامتی روستاها

همچنین یافته‌ها نشان داد که ضرایب سه متغیر بعد خانوار، سن و درآمد در سطح ۵ درصد معنادار برآورد شده است. ضریب بعد خانوار، سن و درآمد مثبت می‌باشند به این معنی که احتمال اینکه افراد با تعداد اعضای خانوار بیشتر، افراد با سن بیشتر و افراد با درآمد بالاتر تمایل به پرداخت بیشتری در زمینه استفاده از امکانات اقامتی داشته باشند بیشتر است. درصد پیش‌بینی صحیح در این مدل ۸۴/۴ درصد و نسبت درست نمایی نیز ۷۵/۲ می‌باشد. بالاترین مبلغ پیشنهادی در این بخش ۷۰ هزار تومان برای هر نفر در یک

شب می‌باشد. مقدار تمایل به پرداخت برای این بخش ۳۳۳۰۵ تومان به دست‌آمد. بدین معنی که هر گردشگر در متوسط به شبانه روز اقامتش در روستا حاضر به هزینه کردن ۳۳۳۰۵ تومان در بخش استفاده از امکانات اقامتی می‌باشد.

$$E(WTP) = \int_0^{MaxA} F_{\eta}(\Delta U) dA = \int_0^{MaxA} \left(\frac{1}{1 + \exp[-(\alpha^* + \beta A)]} \right) dA = ۳۳۳۰۵$$

جدول ۷. نتایج برآورد مدل لاجیت عوارض در جهت استفاده از میزان امکانات اقامتی

متغیرها	مقدار ضرایب برآورد شده	ارزش آماره والد	درجه آزادی	سطح معناداری	Exp(B)
سن	۰/۱۳	۱۵/۳۱	۱	۰/۰۰	۱/۱۴
تحصیلات	-۰/۱۵	۲/۳۴	۱	۰/۱۳	۰/۸۶
بعد خانوار	۰/۳۳	۵/۳۰	۱	۰/۰۲	۱/۳۹
درآمد	۰/۰۰	۶/۵۶	۱	۰/۰۱	۰/۹۹
عرض از مبدأ	-۳/۸۹	۳/۹۵	۱	۰/۰۴۸	۰/۰۲

2 Log Likelihood=۷۵/۲ Nagelkerke R Square=۰/۵۰۶ Hosmer & Lemshow Test (Chi-square)= ۴/۷۹
percent of right prediction= ۸۴/۴ Cox & Snell R Square= ۰/۳۵۷

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

در مجموع با توجه به آنچه که در جدول ۸ قابل مشاهده است هر گردشگر به طور متوسط حدود ۷۷۶۵۴ تومان تمایل به هزینه کردن در روستاهای مورد مطالعه را دارد. همچنین با توجه به مجموع میزان تمایل به پرداخت‌های گردشگران در یک شبانه روز بیشترین تمایل به پرداخت در زمینه استفاده از امکانات تجاری، پذیرایی و تفریحی است و در مرتبه بعد بیشترین تمایل به پرداخت در بخش امکانات اقامتی می‌باشد. با توجه به میانگین تعداد گردشگران روستاهای مورد مطالعه که ۱۰۵۲۰۰ نفر در سال می‌باشند.

جدول ۸. مقدار تمایل به پرداخت جامعه گردشگر در سال

بخش‌های تمایل به پرداخت	مقدار هزینه هر گردشگر در سال (تومان)
چشم انداز و جاذبه های روستا	۲۱۹۵
امکانات تجاری و پذیرایی و تفریحی	۳۹۵۰۰
امکانات بهداشتی و زیرساختی	۲۶۵۴
امکانات اقامتی	۳۳۳۰۵
مجموع	۷۷۶۵۴

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

میانگین درآمد گردشگری روستاهای مورد مطالعه حدود ۸۱۶۹۲۰۰۸۰۰ تومان برآورد شده است. با توجه به تعداد گردشگران هر روستا، بیشترین درآمد متعلق به روستای ویرانی می‌باشد (جدول ۹).

جدول ۹. مقدار تمایل به پرداخت جامعه گردشگر به تفکیک روستا در سال

نام روستا	تعداد گردشگر	میزان تمایل به پرداخت (تومان)
ویرانی	۵۰۰۰۰	۳۸۸۲۷۰۰۰۰۰
چاهشک	۵۰۰۰	۳۸۸۲۷۰۰۰۰۰
ابرده علیا	۲۰۰۰۰	۱۵۵۳۰۸۰۰۰۰۰
زشک	۵۰۰۰	۳۸۸۲۷۰۰۰۰۰
حصار سرخ	۲۵۰۰	۱۹۴۱۳۵۰۰۰۰۰
سرآسیاب	۳۰۰۰	۲۳۲۹۶۲۰۰۰۰۰
دهنو	۲۲۰۰	۱۷۰۸۳۸۸۰۰۰۰۰
چاه خاصه	۲۵۰۰	۱۹۴۱۳۵۰۰۰۰۰
گراخک	۱۰۰۰۰	۷۷۶۵۴۰۰۰۰۰۰۰
فرح آباد	۳۰۰۰	۲۳۲۹۶۲۰۰۰۰۰
کلاته ابراهیم	۲۰۰۰	۱۵۵۳۰۸۰۰۰۰۰
مجموع	۱۰۵۲۰۰	۸۱۶۹۲۰۰۸۰۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

رتبه‌بندی روستاهای مورد مطالعه بر اساس میزان تمایل گردشگران به پرداخت هزینه

در ادامه برای مشخص ساختن رتبه هر کدام از روستاها بر اساس میزان تمایل به پرداخت گردشگران از مدل وایکور استفاده گردید. ابتدا ماتریس داده‌های خام در قالب m گزینه (۱۱ نقطه روستایی) و n خصوصیت (۲۴ شاخص) تشکیل گردید. سپس اقدام به نرمال‌سازی ماتریس گردید. در مرحله بعد اقدام به تعیین وزن برای هر کدام از شاخص‌ها با استفاده از روش وزن دهی آنتروپی شانون گردید (جدول ۱۰).

جدول ۱۰. وزن شاخص‌های تحقیق

V8	V7	V6	V5	V4	V3	V2	V1	کد شاخص
۰/۰۶۹۹	۰/۰۶۴۵	۰/۰۵۰۱	۰/۰۳۶۹	۰/۰۳۹۷	۰/۰۲۵۱	۰/۰۳۷۴	۰/۰۳۷۹	وزن
V16	V15	V14	V13	V12	V11	V10	V9	کد شاخص
۰/۰۶۳۱	۰/۰۳۷۰	۰/۰۳۵۰	۰/۰۲۱۲	۰/۰۲۸۵	۰/۰۲۸۱	۰/۰۱۸۲	۰/۱۰۰۴	وزن
V24	V23	V22	V21	V20	V19	V18	V17	کد شاخص
۰/۰۳۳۹	۰/۰۴۹۸	۰/۰۶۴۶	۰/۰۳۷۹	۰/۰۲۳۴	۰/۰۳۸۵	۰/۰۱۸۴	۰/۰۶۰۷	وزن

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

بنابراین، در شرایط کنونی به نظر می‌رسد بیش‌ترین تأثیرگذاری در تمایل به پرداخت گردشگران، شاخص امکانات خدمات پذیرایی کسب نموده‌است. در مرحله بعد، فاصله هر گزینه از راه‌حل ایده‌آل مثبت محاسبه گردید. در نهایت مقدار Q_i از طریق رابطه زیر محاسبه شد:

$$Q_i = v \left[\frac{S_i - S^*}{S^- - S^*} \right] + (1 - v) \left[\frac{R_i - R^*}{R^- - R^*} \right]$$

بر اساس محاسبات انجام‌شده، روستاهای ویرانی و چاه خاصه با عنایت به شاخص‌های میزان تمایل به پرداخت در مناطق روستایی منطقه مورد مطالعه در بالاترین رتبه قرار می‌گیرند چرا که روستای ویرانی دارای گردشگری خرید (میل، چوب و ...) است. بنابراین می‌توان بیان نمود که افرادی که به این روستا مراجعه می‌کنند دارای شرایط مالی مناسب جهت پرداخت پول برای استفاده از امکانات گردشگری و تفریحی منطقه هستند و دارای جاذبه‌های متنوع تری نسبت به سایر روستاها هستند زیرا هم دارای گردشگری تاریخی، هم گردشگری خرید، و دارای گردشگری طبیعت گرا می‌باشد. همچنین روستاهای حصار سرخ و سرآسیاب در پایین‌ترین رتبه قرار می‌گیرند که این دو روستا تنها دارای خانه دوم هستند که این نشان‌دهنده تفاوت‌های فضایی روستاها به لحاظ میزان تمایل به پرداخت می‌باشد (جدول ۱۱).

جدول ۱۱. رتبه بندی میزان تمایل به پرداخت گردشگران بر اساس میزان فاصله نسبت به راه حل ایده آل

رتبه	Q	Rj	Sj	روستا
۷	۰/۶۴۸	۰/۱۰۰	۰/۳۸۸	ابراهیم آباد
۵	۰/۳۹۲	۰/۰۷۴	۰/۳۶۴	ابرده
۲	۰/۱۷۰	۰/۰۴۳	۰/۴۱۱	چاه خاصه
۹	۰/۷۹۵	۰/۰۸۶	۰/۶۷۶	چاهشک
۱۱	۰/۸۸۷	۰/۰۹۴	۰/۶۹۵	حصار سرخ
۴	۰/۳۸۷	۰/۰۶۱	۰/۴۷۷	دهنو
۸	۰/۶۵۰	۰/۰۸۶	۰/۵۲۵	زشک
۱۰	۰/۸۷۱	۰/۰۸۶	۰/۷۵۵	سرآسیاب
۳	۰/۳۱۹	۰/۰۶۲	۰/۳۹۴	فرح آباد
۶	۰/۵۵۹	۰/۰۷۴	۰/۵۳۷	گرانک
۱	۰/۱۴۵	۰/۰۶۰	۰/۲۳۴	ویرانی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

نتیجه گیری و پیشنهادات

تقاضا و تمایل برای گردشگری با انگیزه‌های مختلف به منظور تفریح، زیارت و تجارت در تمام جهان با سرعت باورنکردنی در حال افزایش است. لذا عمده برنامه‌ریزان، مدیران و سیاستگذاران گردشگری تأکید بر تأثیرات اقتصادی توسعه گردشگری بر اجتماعات محلی می‌باشد. بنابراین مسئله پرداخت مالی گردشگران و ایجاد بستری برای سرریزهای مالی به جامعه محلی به ویژه روستاییان یکی از راهکارهای کلیدی می‌باشد. در ادبیات علمی، تأکید در ایجاد سرریزهای مالی گردشگری از طریق ارائه خدمات به گردشگران روستایی است. لذا این نشان دهنده این نکته کلیدی است که الگوی رفتاری گردشگران، بیشتر تمایل به مقصدهایی با جاذبه های متنوع بوده و همچنین تمایل به پرداخت برای جاذبه های روستایی تفریحی و خرید دارند. بر این اساس در این مطالعه تمرکز اساسی بر روی مسئله تمایل به پرداخت گردشگران در محیط‌های روستایی به هنگام بازدید از روستاها و استفاده از امکانات آنها می‌باشند. برای این منظور ۱۱ روستای مقصد گردشگری در دهستان شاندیز شهرستان بینالود به عنوان نمونه انتخاب گردید. یافته‌های میدانی نشان داد که عمدتاً گردشگران از مسائلی چون نبود امکانات خدمات رسانی، نبود جاذبه‌های تفریحی مناسب، عدم رعایت بهداشت، عدم سرویس بهداشتی تمیز، اقامتگاه‌های اندک، نبود

پارکینگ در اکثر روستاها، بی کیفیت بودن غذاهای رستوران ها، پایین بودن کیفیت راه ها و جاده ها، نبود آبخوری های بهداشتی در سطح روستا، عدم سوغاتی های محلی در روستاها، نبود مکان های جذاب در روستاها اعتراض داشته اند. بنابراین بزرگ ترین مشکلی که گردشگران با آن مواجه هستند، ضعف خدماتی و زیرساختی بوده است. بطوریکه تعدادی از گردشگران دلیل عدم مراجعه دوباره به این روستاها را این مسئله عنوان می کردند. لذا ضعف امکانات تفریحی و عدم تنوع آن روستاها تمایل به پرداخت شان را برای دیدن این روستاها کاهش داده است. براساس یافته های تحقیق که از روش ارزش گذاری مشروط مشخص گردید که، هر گردشگر به طور متوسط حدود ۷۷۶۵۴ تومان تمایل به هزینه کردن در روستاها را دارد. همچنین با توجه به مجموع میزان تمایل به پرداخت های گردشگران در یک شبانه روز بیشترین تمایل به پرداخت در زمینه استفاده از امکانات تجاری، پذیرایی و تفریحی است و در مرتبه بعد بیشترین تمایل به پرداخت در بخش امکانات اقامتی می باشد. با توجه به تعداد گردشگران روستاهای مورد مطالعه که ۱۰۵۲۰۰ نفر در سال می باشند. درآمد گردشگری روستاهای نمونه حدود ۸۱۶۹۲۰۰۸۰۰ تومان در سال می باشد. در ادامه با توجه به میزان نرخ تروم در انتهای سال ۹۷ که ۲۶/۹ درصد می باشد رقم به دست آمده به رقم ۳۰۳۳۸۷۷۶۲ تومان (سیصد و سه میلیون و ششصد و هشتاد و هفت هزار تومان) تعدیل می گردد. همچنین مدل وایکور نیز نشان دهنده تفاوت های فضایی بین روستاها به لحاظ تمایل به پرداخت گردشگران بوده است و بر اساس محاسبات انجام شده روستای ویرانی در رتبه اول گردشگران برای پرداخت می باشد. لذا بر اساس یافته های بدست آمده می توان گفت که گردشگران روستایی عمدتاً جزو گردشگران آزاد و با تمایل به پرداخت کم می باشند و عمدتاً تمایل به پرداخت به ویژه برای جاذبه های طبیعی روستاها را نداشته و عمدتاً آن را جزو منابع عمومی به شمار می آورند. بنابراین هنوز گردشگری ارزان قیمت در روستاهای منطقه حاکم می باشد. از طرفی دیگر یافته ها گویای این نکته می باشد که گردشگری خرید در مناطق روستایی بیشتر مورد توجه گردشگران قرار می گیرد. به همین دلیل بر اساس مدل لاجیت و محاسبه روش ارزش گذاری مشروط برای تمایل به پرداخت حوزه های تجاری، پذیرایی و تفریحی برای گردشگران دارای اهمیت بالایی بوده و لذا روستاهایی مانند ویرانی بر اساس نتایج مدل وایکور در رتبه برتر قرار گرفته اند زیرا این روستا عمدتاً به دلیل وجود مراکز تجاری، رستوران ها، تالارها

و مراکز تفریحی بیشتر مورد توجه گردشگران می‌باشد بر این اساس می‌توان پیشنهاداتی را کرد: تقویت بیشتر جاذبه‌ها و افزایش مکانهای تفریحی و جذابتر شدن آنها در محیط‌های روستایی؛ ایجاد زیرساخت‌های بهداشتی مناسب برای گردشگران همراه با بهبود کیفیت آنها چون آبخوری‌های مناسب و بهداشتی روستایی؛ رسیدگی به افزایش رستوران‌های سنتی، اقامتگاه‌های ارزان قیمت مانند اقامتگاه‌های بومگردی؛ تقویت مراکز خرید روستایی برای جذب گردشگران خرید به محیط‌های روستایی؛ برنامه‌ریزی دقیق توسط مدیران محلی برای دریافت هزینه‌های خدماتی از گردشگران مانند تعریف ورودی برای روستا، هزینه‌های پارکینگ و...؛ تنوع بخشی به جاذبه‌های روستایی برای افزایش انگیزه گردشگران با سلاقی مختلف.

منابع

- احمدیان، مجید؛ مدنی، شیمیا؛ خلیلی عراقی، منصور و رهبر، فرهاد. (۱۳۸۹). «برآورد ارزش اقتصادی آبسنگ‌های مرجانی جزیره کیش با توجه به استفاده تفریحی آنها و بهره‌گیری از روش تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان». نشریه علمی- پژوهشی *اقیانوس شناسی*، ۱(۴)، ۳۷-۴۸.
- تقوی، مهدی و پور سلیمانی، علی قلی. (۱۳۸۸). «عوامل مؤثر بر رشد صنعت گردشگری ایران». *پژوهشنامه اقتصادی*، ۹(۳)، ۱۵۷-۱۷۲.
- حاجی‌نژاد، علی؛ پایدار، ابوزر؛ باقری، فاطمه و عبدی، ناصر. (۱۳۹۳). «تدوین برنامه راهبردی توسعه گردشگری روستایی ایران». *فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان*، ۸(۲)، ۱۱۱-۱۳۵.
- راسخی، سعید؛ کریمی، سعید و حامدی رستمی، منیره. (۱۳۹۱). «اندازه‌گیری و عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت گردشگران ساحلی با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط سواحل دریای خزر». *مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری*، ۲(۱)، ۳۲-۱۳.
- سام دلیری، احمد؛ مرتضوی، سید ابوالقاسم و امیرنژاد، حمید. (۱۳۹۶). «برآورد ارزش تفریحی دریاچه ولشت در ناحیه روستایی کلاردشت شهرستان چالوس». *فصلنامه اقتصاد فضا*. ویژه‌نامه گردشگری روستایی، ۶، ۱۳۲-۱۵۲.
- سحابی، بهرام؛ حاجیان، محمد هادی و جواهری، بختیار. (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان و برآورد ارزش تفریحی منطقه جاجرو». *مجله مدل‌سازی اقتصادی*، ۶(۱)، ۱۱۱-۱۲۶.

- عبداللهی، بابک؛ راحلی، حسین و ساجدی نیا، علی. (۱۳۹۰). «برآورد تمایل به پرداخت و عوامل موثر بر آن در میان بازدیدکنندگان منطقه‌ی تفریحی سردابه استان اردبیل». *مجله تحقیقات اقتصاد کشاورزی*، ۳(۲)، ۵۹-۳۷.
- مدنی، شیما. (۱۳۹۳). «مقایسه دو روش تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان و هزینه سفر منطقه‌ای برای برآورد مازاد مصرف‌کننده در ارزش تفریحی». *فصلنامه سیاست‌گذاری پیشرفت اقتصادی دانشگاه الزهراء (س)*، ۳(۲)، ۹۳-۷۲.
- مظفر، حسین؛ اصفهانی، مینا و پاداش، علی. (۱۳۸۷). «بررسی راه‌های توسعه‌ی مشارکت مردم در صنعت جهانگردی». *مجله مدیریت فرهنگی*، ۲(۳)، ۴۳-۵۳.
- مهدوی، مسعود؛ قدیری معصوم، مجتبی و قهرمانی، نسرين. (۱۳۸۷). «اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظر سنجی از روستاییان دره کن و سولقان». *فصلنامه روستا و توسعه*، ۲(۱۱)، ۳۹-۶۰.
- موسوی، سید نعمت الله. (۱۳۹۴). «برآورد ارزش گذاری اقتصادی-تفرجگاهی آبشار و محوطه تفریحی خفر و تعیین عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت با استفاده از روش ارزشگذاری مشروط» (CVM). *مجله برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۵(۱۸)، ۱۷۰-۱۵۷.
- موسوی، سیدنساء و رجبی، مصطفی. (۱۳۹۱). «کاربرد الگوی پروبیت رتبه‌ای در تحلیل عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت گردشگران روستای ابیانه». *مجله پژوهش‌های روستایی*، ۴(۳)، ۵۸-۳۱.
- مولائی، مرتضی؛ قهرمان‌زاده، محمد و مهدی زاده، یونس. (۱۳۸۸). «برآورد ارزش تفریحی کاخ سردار ماکو و تعیین عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان». *فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی*، ۲(۳)، ۱۹۳-۱۷۳.
- مولائی، مرتضی و کاوسی کلاشمی، محمد. (۱۳۹۰). «برآورد ارزش حفاظتی گل سوسن چلچراغ با استفاده از روش ارزش-گذاری مشروط با انتخاب دوگانه یک-بعدی». *نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی*، ۲۵(۳)، ۳۲۲-۳۲۹.
- Atelievic, J. (2007). Small. Tourism Firms and Management Practices in New Zealand. The center stage Macro Region. *Tourism Management*, 28(1), 307-316.
- Birdir S, Unal O, Birdir K, and Williams A. (2013). Willingness to pay as an economic instrument for coastal tourism management. Cases from Mersin. Turkey. *Tourism Management*, 36(34), 279-283.
- Breidenhann, J. & Wickens, E.. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71- 79.
- Dwyer L., Edwards D., Mistilis N., Roman C., and Scott N., (2009). Destination and enterprise management for a tourism future". *Tourism Management*, 30(2), 63-74.
- Fossati, A., & Panella, G., (2000). *Tourism and sustainable development. A theoretical framework*. In A. Fossati, & G. Panella (Eds.). *Tourism and sustainable economic development* (pp. 3 - 36). Boston. Kluwer Academic Publishers.
- Garcia, M.N., Munoz-Gallego, P.A. & Gonzalez-Benito, O. (2017). Tourists' willingness to pay for an accommodation. The effect of eWOM and internal reference price. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 67-77.

- Giaoutzi, M., & Nijkamp, P., (2006). *Emerging trends in tourism development in an open world*. Publisher: Ashgate.
- Gurluk, S. (2006). The estimation of ecosystem services' value in the region of Misi Rural Development Project. Results from a contingent valuation survey. *Forest Policy and Economics*, 9, 209–218.
- Hall, M. (2011). Health and medical tourism. A kill or cure for global public health? *Tourism Review of AIAEST*, 66(1–2), 4–15.
- Hanemann, W. M. (1984). Welfare evaluations in contingent valuation experiments with discrete responses. *American Journal of Agricultural Economics*, 71(3), 332-341.
- Lee, C.C., & Chang, C.P. (2008). Tourism development and economic growth. a closer look at panels. *Journal of Tourism Management*, 29(1), 180 – 192.
- Leh, F. C., Mokhtar, F. Z., Rameli, N., & Ismail, K. (2018). Measuring Recreational Value Using Travel Cost Method (TCM): A Number of Issues and Limitations. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(10), 1381–1396.
- Matthew, N. K., Shuib, A., Ramachandran, S., Mohammad-Afandi, S. H. (2019). Economic valuation using Travel Cost Method (TCM) in Kilim Karst Geoforest Park, Langkawi, Malaysia. *Journal of Tropical Forest Science*, 31(1), 78-89.
- Moric, I. (2013). The Role and Challenges of Rural Tourism Development in Transition Countries. Montenegro Experiences. *Turizam*, 17(2), 84-95.
- Moufakkir, O., & Reisinger, Y. (2013). The host gaze in global tourism. Exploring social interactions of backpackers. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 50–67.
- Okech, R., Haghiri, M., George. B. (2012). Rural tourism as a sustainable development alternative. An analysis with special reference to Luanda-Kenya. *Revista de Cultura e Turismo*, 6(3), 36-54.
- Ramsey, M. and Schaumleffel, N.A., (2006). Agritourism and Rural Economic Development. *Indiana Business Review*, 81(3), 6-9.
- Rosenberger, R.S., NeedhamAnita, M.D., Morzillo, A.T., Moehrke, C. (2012). Attitudes, willingness to pay, and stated values for recreation use fees at an urban proximate forest. *Journal of Forest Economics*, 18(4), 271-281.
- Rosentraub M. S., and Joo M. (2009). Tourism and economic development. Which investments produce gains for regions? *Tourism Management*, 30(2), 759–770.
- Sebele, Lesego S. (2010). Communitybased tourism ventures. Benefits and challenges. Khama Rhino Sanctuary Trust. Central District. Botswana. *Journal of Tourism Management*, 31(1), 136–146.
- Sokhanvar, A., Ciftcioglu, S., Javid, E. (2018). Another look at tourism-economic development nexus. *Tourism Management Perspectives*, 26, 97-106.
- Torre, L., Luis. H. (2014). Rural Tourism in the South of Spain. An Opportunity for Rural Development. *Modern Economy*, 5(2), 152-160.

- Tuan, T.H., and Navrud, S. (2008). Capturing the benefits of preserving cultural heritage. *Journal of cultural heritage*, 9(3), 326-337.
- Wang, L., Yotsumoto, Y. (2018). Conflict in tourism development in rural China. *Tourism Management*, 70(9), 188-200.
- World Travel & Tourism Council, global economic impact& issues. (2018).