



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال دوم، شماره‌ی ۶، پاییز ۱۳۹۲

صفحات ۲۹-۱۱

برآورد میزان تمایل به پرداخت گردشگران برای خدمات گردشگری مزرعه‌ای در استان‌های حاشیه‌ی دریای خزر^۱

مریم محمودی*

محمد چیدری**

خلیل کلانتری***

عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری****

محمد خداوردی‌زاده*****

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۰۸/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۳/۲۱

چکیده

هدف پژوهش حاضر برآورد میزان تمایل به پرداخت گردشگران استان‌های حاشیه‌ی دریای خزر در ازای استفاده از خدمات گردشگری مزرعه‌ای با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط (CVM) است. برای بررسی عوامل مؤثر بر میزان تمایل به پرداخت افراد، نمونه‌ی لوجیت به روش حداکثر درست‌نمایی برآورد شد. داده‌های موردنیاز از طریق پرسش‌نامه و هم‌چنین مصاحبه با ۵۰۴ گردشگر بازدیدکننده از استان‌های حاشیه‌ی دریای خزر در تابستان ۱۳۹۱ جمع‌آوری شد. نتایج این مطالعه نشان داد که حدود ۷۰ درصد پاسخگویان حاضر به پرداخت مبلغی از درآمد خود در ازای استفاده از امکانات و خدمات اقامتی که در مزارع گردشگری ارائه می‌شود، بوده‌اند؛ علاوه بر متغیرهای وضعیت تأهل، تعداد سال‌های تحصیل، جذابیت خدمات گردشگری مزرعه‌ای، درآمد گردشگران و قیمت پیشنهادی به لحاظ آماری اثر معنی‌داری بر مقدار انتظاری تمایل به پرداخت گردشگران نشان می‌دهند. متوسط تمایل به پرداخت گردشگران، ۱۲۹۲۰ ریال است و با در نظر گرفتن این میزان، متوسط ارزش تفریحی خدمات و امکانات

^۱ این مقاله مستخرج از رساله‌ی دکتری می‌باشد.

* دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس

** نویسنده مسئول، استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس (mchizari@modares.ac.ir)

*** استاد گروه مدیریت و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران

**** دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس

***** دانشجوی دکتری اقتصاد کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس

اقامتی مزارع گردشگری در فصل تابستان، بالغ بر ۱۱۶ میلیارد ریال برآورد می‌شود. باتوجه به نتایج حاصل از این مطالعه و تمایل گردشگران نسبت به پرداخت پول برای استفاده از این خدمات، امکان افزایش درآمد حاصل از فعالیت کشاورزی با استفاده از توسعه‌ی صنعت گردشگری مزرعه‌ای وجود دارد. **واژگان کلیدی:** گردشگری مزرعه‌ای/کشاورزی، ارزشگذاری مشروط، تمایل به پرداخت، نمونه‌ی لوجیت.

مقدمه

اقتصاد نامتمرکز جهان امروز در جهت بازدهی مناسب، ترکیب‌های مختلفی را شکل می‌دهد که تقسیم‌بندی‌های اقتصاد نوین را در زمینه‌ی صنعت، کشاورزی و خدمات در هم می‌ریزد. یکی از این ترکیب‌ها در زمینه‌ی تلفیق بخش کشاورزی و صنعت گردشگری است که منجر به پیدایش صنعت گردشگری روستایی شده است. در جهت این جریان، گردشگری روستایی یک روند دوسویه‌ی اقتصادی را در نواحی روستایی رقم می‌زند که علاوه بر درآمد مازادی که برای روستاییان در چارچوب اقتصاد کشاورزی حاصل می‌کند، باعث ایجاد اشتغال برای ساکنان محلی نیز شده است؛ (سقای، ۱۳۸۵) از سوی دیگر، مواجهه‌ی کشورها با چالش‌هایی چون مهاجرت‌های روستایی، افزایش بهره‌وری و اثر بخشی نیروی انسانی، اشتغال‌زایی، حفظ محیط‌زیست و در مجموع تحقق توسعه‌ی پایدار، ضرورت برنامه‌ریزی فرابخشی و چندبعدی را در فرایند توسعه دو چندان کرده است. در این میان، کشورهایی که به متنوع‌سازی اقتصاد خود پرداخته‌اند و در پی رهایی از اقتصاد تک‌پایه‌ای هستند، در جستجوی شناخت یا خلق راه و روش‌های جدیدند؛ یکی از این روش‌ها، توسعه‌ی صنعت گردشگری روستایی (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱) و یکی از حوزه‌های جدید این نوع گردشگری، گردشگری کشاورزی یا مزرعه‌ای^۱ است که می‌تواند فرصت‌ها و امکاناتی را به ویژه برای اشتغال و درآمد کشاورزان و روستاییان فراهم کند و در احیا و نوسازی نواحی روستایی مؤثر باشد (طالب و همکاران، ۱۳۸۹؛ سقای، ۱۳۸۵؛ باربیری، ۲۰۱۰).

این نوع گردشگری در حال حاضر از حوزه‌های نسبتاً جدید در توسعه‌ی روستایی است که امروزه در سطح دنیا هم از نظر عرضه، به‌وسیله‌ی کشاورزان و دامداران و هم از نظر تقاضا، به‌وسیله‌ی گردشگران و مصرف‌کنندگان محصولات و خدمات کشاورزی-صنعتی رو به رشد ارزیابی شده است و پیش‌بینی می‌شود که به زودی به یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های گردشگری

^۱ Agroturism

^۲ Barbieri

در برخی مناطق تبدیل شود (فیلیپ^۱ و همکاران، ۲۰۱۰). قابل ذکر است که اهمیت گردشگری در فرایند توسعه‌ی روستایی در بسیاری از کشورها از جمله چین، تایلند، مالزی، فیلیپین، استرالیا، ایتالیا، کانادا و آمریکا تأیید شده است و نتیجه‌ی مطالعات انجام شده در آمریکا حاکی از این است که درآمد حاصل از گردشگری مزرعه‌ای حدود ۸۰۰ میلیون دلار در سال است. (بری^۲ و هلرستین^۳، ۲۰۰۴).

گردشگری کشاورزی یا مزرعه‌ای

یکی از مطلوبیت‌ها و بروندهای غیرکالایی که کشاورزی ارائه می‌دهد، تأمین منظر و چشم‌انداز و ارائه‌ی خدمات و محیطی جهت گذران اوقات تفریحی درون مزرعه است که به آن گردشگری کشاورزی، گردشگری مزرعه‌ای یا اگروتوریسم نیز گفته می‌شود. گردشگری کشاورزی در حقیقت یکی از انواع گردشگری روستایی است که با توجه به محیط شکل‌گیری آن متفاوت است و در ارتباط مستقیم با کشاورزی در نواحی روستایی است (سقای، ۱۳۸۵) و به عمل بازدید از یک مزرعه یا هر فعالیت کشاورزی، باغبانی یا کسب‌وکار زراعی به‌منظور لذت بردن، آموزش یا درگیری فعال در فعالیت‌ها یا اعمال مزرعه اشاره می‌کند (زناجر^۴ و همکاران، ۲۰۰۹). در تعریفی دیگر، گردشگری مزرعه‌ای به مجموعه‌ی فعالیت‌های وابسته به کشاورزی اطلاق می‌شود که عمدتاً به‌وسیله‌ی بهره‌برداران با هدف جذب گردشگران به روستا و مزرعه سازماندهی می‌شود. در حقیقت گردشگری کشاورزی با طبیعت‌گردی رابطه‌ی نزدیکی دارد و در بسیاری از نقاط دنیا بازدیدهای آموزشی از مزارع، فعالیت‌های تفریحی، اقامت گردشگران در مزارع، کلبه‌های مزرعه‌ای یا چادر زدن در مزارع، خرید مستقیم محصولات روستایی یا صنایع دستی، مشارکت در فعالیت‌های زراعی از جمله شرکت در برداشت محصول یا چیدن میوه و حتی تجربه‌ی غذا دادن به دام را نیز شامل می‌شود و در بین خانوارهای کشاورز به‌عنوان مکمل و جایگزین فعالیت‌های اقتصادی رواج پیدا می‌کند.

به اعتقاد باربیری (۲۰۰۹) گردشگری مزرعه‌ای، هم‌افزایی‌های چندگانه با سایر کارکردهای زراعی را افزایش می‌دهد؛ از جمله اینکه در حفظ ارزش‌های اجتماعی-فرهنگی خانوارهای زراعی مؤثر است؛ به افزایش و تقویت فروش سایر محصولات خاص زراعی یا محصولات و خدمات با ارزش افزوده کمک می‌کند؛ همچنین ابزاری جهت حفظ چشم‌اندازهای سنتی بوده و

¹ Phillip, et al.

² Barry

³ Hellerstein

⁴ Sznajder, et al.

نقش آن در ایجاد اشتغال برای سایر اعضای خانواده به‌ویژه زنان در مزارع از راه ارائه‌ی خدمات پذیرایی مورد تأکید قرار گرفته است.

رشد و گرایش جدید به سوی گردشگری مزرعه‌ای، هم تقاضا محور است و هم عرضه‌محور؛ در طرف عرضه، فشارهای اقتصادی، کشاورزان و دامداران را بر آن داشته است که قابلیت دوام راهبردهای جایگزین اقتصادی را در تلاش برای حفظ خانوار زراعی و جستجوی راه‌هایی جهت افزایش درآمد از طریق متنوع‌سازی فعالیت‌های تولیدی و غیرتولیدی با شرایط موجودی چون کاهش نیروی کار، قیمت پایین کالاهای کشاورزی، افزایش هزینه‌های تولید و کاهش برنامه‌های حمایتی دولت آزمون کنند (فلسچر^۱ و سور^۲، ۲۰۰۰). در طرف تقاضا نیز علاقه‌ی افراد به گردشگری و فعالیت‌های زراعی طی سال‌های اخیر افزایش یافته است؛ به‌عنوان مثال، در آمریکا ۶۲ میلیون نفر در سال ۲۰۰۰ یک یا چندبار در سال از مزارع بازدید کرده‌اند که تقریباً ۳۰ درصد جمعیت را شامل می‌شود (بری^۳ و هلرستین^۴، ۲۰۰۴) و یا در ایتالیا با وجود بحران‌های مالی شرکت‌های فعال در زمینه‌ی گردشگری روستایی رشدی ۵ درصدی را در سال ۲۰۱۰ نسبت به سال ۲۰۰۹ اعلام کرده‌اند (گوآرتیکلز^۵، ۲۰۱۳).

اگرچه موانع و مشکلاتی در مسیر توسعه‌ی گردشگری کشاورزی در ایران وجود دارد که از جمله‌ی آن‌ها می‌توان به فقدان مهارت‌های مدیریتی هم به‌وسیله‌ی کشاورزان و هم به‌وسیله‌ی دولت‌ها، مقامات مسئول و کارکنان نهادهای مربوطه، بازاریابی، کافی نبودن زیرساخت‌ها، فصول محدود گردشگری روستایی و اطلاعات محدود کشاورزان از خواسته‌های گردشگران اشاره کرد؛ اما ایران با توجه به دارا بودن تنوع آب و هوایی و طبیعت چهارفصل، جاذبه‌های طبیعی، آثار باستانی، معماری و صنایع دستی، فرهنگی و جغرافیایی، از قابلیت‌های فراوانی جهت توسعه‌ی صنعت گردشگری مزرعه‌ای برخوردار است؛ با این وجود سهم درآمد ناخالص ایران از توسعه‌ی صنعت گردشگری بسیار ناچیز است (تقوی و قلی‌پور سلیمانی، ۱۳۸۸).

از این‌رو قابلیت‌سنجی این‌گونه از گردشگری روستایی و خوانش اقتصادی آن ضروری است تا از یک‌سو برآورد توسعه در فضاها انجام گیرد و از سوی دیگر، سودمندی و یا عدم سودمندی آن برای ساکنان محلی بازشناخته شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

¹ Fleischer

² Tsur

³ Barry

⁴ Hellerstain

⁵ GoArticle

اشیم^۱ (۲۰۰۰) و گو^۲ و همکاران (۲۰۰۱) معتقدند که ارزشگذاری منابع طبیعی و خدمات غیرکالایی محیطزیست به دلایل متعددی از جمله شناخت و درک منابع زیست‌محیطی و اکولوژیکی و جلوگیری از تخریب و بهره‌برداری بی‌رویه‌ی منابع طبیعی به‌وسیله‌ی انسان‌ها، آگاهی برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران، ایجاد ارتباط بین سیاست‌های اقتصادی و درآمدهای طبیعی و همچنین سنجش نقش و اهمیت منابع زیست‌محیطی در حمایت از رفاه انسانی و توسعه‌ی پایدار مورد توجه است (راعی جدیدی و صبوحی صابونی، ۱۳۹۰).

مطالعات زیادی نیز به بررسی میزان منافع به دست آمده از بازدید مناطق تفریحی با استفاده از روش ارزشگذاری مشروط^۳ پرداخته‌اند؛ به‌عنوان مثال لی^۴ و هن^۵ (۲۰۰۲) ارزش تفریحی پنج پارک ملی در کره جنوبی را به طور متوسط ۱۰/۵۴ دلار در سال برای هر خانواده به دست آوردند. سالازار^۶ و مندز^۷ (۲۰۰۵) ارزش غیر بازاری پارک شهری را در والنسیای اسپانیا ۱۱۹۴۲ پزوتا در سال ۲۰۰۵ برآورد کردند. گرلوک^۸ (۲۰۰۶). ارزش خدمات گردشگری طبیعی را دربارسای ترکیه ۶۷/۴۴ دلار در سال برای هر خانوار تعیین کرد.

بررسی مطالعات انجام‌شده در ایران نیز حاکی از استفاده از روش ارزشگذاری مشروط برای برآورد ارزش حفاظتی و تفریحی روستاها، پارک‌ها و تفرجگاه‌ها است؛ به‌عنوان مثال اکبری و جمشیدی (۱۳۸۴) به بررسی تمایل به پرداخت^۹ گردشگران داخلی برای اقامت در کمپینگ‌هایی که در سطح شهر اصفهان احداث می‌شوند، پرداخت. نتایج مطالعه‌ی آن‌ها نشان داد که این گردشگران حاضر به پرداخت مبلغی حدود ۲۰۰۰۰ ریال به‌ازای هر شبانه‌روز اقامت در این کمپینگ‌ها بودند. امیرنژاد و همکاران (۲۰۰۶) میزان تمایل به پرداخت افراد را برای حفاظت جنگل‌های شمال ایران ماهانه ۲/۵۱ دلار تخمین زد. دانشور و همکاران (۱۳۸۶) متوسط تمایل به پرداخت افراد را برای ارزش وجودی منطقه‌ی ییلاقی زشک مشهد، ماهانه ۱۱۳۰۰ ریال برآورد کردند. خداوردی‌زاده و همکاران (۱۳۸۹) در برآورد ارزش تفریحی روستای اشتبین، میانگین تمایل به پرداخت گردشگران و ارزش تفریحی سالانه‌ی این روستا را در سال ۱۳۸۷، به‌ترتیب ۶۸۸۴ و ۸۲۶۰۸۰۰۰۰ ریال برآورد کردند. نتیجه‌ی مطالعه‌ی کاووسی کلاشمی و همکاران (۱۳۸۸) با استفاده از ارزشگذاری مشروط و به کارگیری روش دو مرحله‌ای

¹ Ashim

² Guo, et al.

³ Contingent Valuation Method

⁴ Lee

⁵ Han

⁶ Salazar

⁷ Mendez

⁸ Gurluk

⁹ Willingness to pay

هکمن حاکی از این است که میزان درآمد و تحصیلات در تمایل به پرداخت و نیز درآمد و اندازه‌ی خانوار در میزان تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان بوستان محتشم رشت، مؤثرند. نتایج مطالعه‌ی حیاتی و همکاران (۱۳۸۹) که با استفاده از روش ارزشگذاری مشروط به تعیین عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت و میزان تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان پارک‌های شهری تبریز شامل پارک ائل‌گلی و مشروطه و همچنین برآورد متوسط تمایل به پرداخت آن‌ها جهت استفاده از پارک‌های مذکور پرداختند، نشان داد که متغیرهای تأثیرگذار بر میزان تمایل به پرداخت شامل مدت زمان هر بازدید، درآمد ماهیانه، تحصیلات و سن بازدیدکنندگان است. میانگین تمایل به پرداخت هر بازدیدکننده ۲۲۳۱ ریال به ازای هر بازدید برآورد شد. فتاحی و فتح‌زاده (۱۳۹۰) در مطالعه‌ی متوسط تمایل به پرداخت افراد برای حفاظت از تالاب گمیشان در استان گلستان را با استفاده از روش ارزشگذاری مشروط ۷۲۸۵۰ ریال و ارزش حفاظتی آن را برای هر خانوار ۳۹۳۳۹۰ ریال در سال برآورد کردند.

از آنجا که صنعت گردشگری مزرعه‌ای، صنعت نوپایی است که به دنبال توسعه‌ی گردشگری روستایی کم‌وبیش در حال رونق گرفتن در روستاهای ایران به‌ویژه روستاهای واقع در استان‌های شمالی کشور است و از سوی دیگر مطالعه‌ی در زمینه‌ی تمایل به پرداخت گردشگران و بازدیدکنندگان این مزارع برای توسعه‌ی خدمات گردشگری کشاورزی صورت نگرفته است، هدف مطالعه‌ی حاضر، برآورد میزان تمایل به پرداخت گردشگران استان‌های حاشیه‌ی دریای خزر و تعیین عوامل مؤثر بر این میزان است.

روش تحقیق

در این مطالعه به منظور تعیین میزان تمایل به پرداخت گردشگران در ازای خدمات اقامتی-تفریحی مزارع گردشگری از روش ارزشگذاری مشروط استفاده شده است. در این روش، از افراد در مورد حداکثر مبلغی که حاضرند برای بازدید یا حفاظت از یک مکان یا یک کالای عمومی بپردازند، سؤال می‌شود.

در روش ارزشگذاری مشروط سعی می‌شود که تمایل به پرداخت افراد تحت سناریوهای بازار فرضی^۱ معین، تعیین شود (لی^۲، ۱۹۹۷). در این مطالعه، برای اندازه‌گیری تمایل به پرداخت پرداخت گردشگران از پرسش‌نامه انتخاب دوگانه‌ی دوبعدی^۳ استفاده شده است که به‌وسیله‌ی هنرمن^۴ و کارسون^۱ با اصلاح و تعدیل پرسش‌نامه‌ی انتخاب دوگانه^۲ مطرح شد. در این روش،

^۱ Hypothetical market

^۲ Lee

^۳ Double-bounded dichotomous choice

^۴ Hanemann

روش، ابتدا پاسخگویان در مواجهه با این سؤال که «آیا حاضر به پرداخت مبلغی در ازای دریافت خدمات گردشگری مزرعه‌ای هستند یا خیر» تحت یک موقعیت بازار فرضی، تنها پاسخ بله یا خیر می‌دهند؛ سپس بر اساس جواب فرد به این سؤال، پیشنهاد دیگری مورد پرسش قرار می‌گیرد؛ چنانچه فرد به قیمت پیشنهادی اول جواب مثبت داده باشد، قیمت پیشنهادی بالاتری از وی پرسیده می‌شود و اگر فرد به قیمت پیشنهادی اول جواب خیر داده باشد، از چگونگی تمایل به پرداخت وی درباره‌ی قیمت پیشنهادی پایین‌تر سؤال می‌شود.

پرسش‌نامه‌ی دوگانه در بررسی تمایل به پرداخت افراد، دارای یک متغیر وابسته با انتخاب دوگانه است که به یک نمونه کیفی انتخابی نیاز دارد (فریمن^۳، ۱۹۹۳). برای تصریح نمونه جهت اندازه‌گیری تمایل به پرداخت، فرض می‌شود که فرد مبلغ پیشنهادی (قیمت ورودی) برای ارزش تفریحی را بر اساس حداکثرکردن مطلوبیت خود تحت شرایط زیر می‌پذیرد و در غیر این صورت آن را رد می‌کند (اشیم، ۲۰۰۰؛ فریمن، ۱۹۹۳؛ هنامن، ۱۹۸۴).

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

در این رابطه، U مطلوبیت غیرمستقیمی است که فرد از بازدید منطقه‌ی مکان مورد نظر به دست می‌آورد. Y درآمد فرد، A مبلغ پیشنهادی و S دیگر ویژگی‌های اجتماعی-اقتصادی است که تحت تأثیر سلیقه‌ی فردی است. ε_1 و ε_0 متغیرهای تصادفی با میانگین صفر که مستقل و یکسان توزیع شده‌اند، هستند. تفاضل مطلوبیت (DU) می‌تواند به صورت زیر توصیف شود:

$$\Delta U = U(1, Y - A; S) - U(0, Y; s) + (\varepsilon_1 - \varepsilon_0) \quad (2)$$

معمولاً نمونه‌های رگرسیونی لجیت^۴ و پروبیت^۵ برای روش‌های انتخاب کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرند (فریمن، ۱۹۹۳). در این مطالعه، نمونه رگرسیونی لجیت به خاطر سادگی برای بررسی میزان تأثیر متغیرهای توضیحی مختلف بر میزان تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان برای تعیین ارزش تفریحی مزارع گردشگری استفاده شد. بر اساس الگوی لجیت، احتمال (P_i) اینکه فرد یکی از پیشنهادها را (A) بپذیرد، به صورت زیر بیان می‌شود:

¹ Carson
² Dichotomous choice
³ Freeman
⁴ Logit
⁵ Probit

$$P_i = F_{\eta}(\Delta U) = \frac{1}{1 + \exp(-\Delta U)} = \frac{1}{1 + \exp\{-(\alpha - \beta A + \gamma Y + \theta S)\}} \quad (3)$$

که $F_{\eta}(\Delta U)$ تابع توزیع تجمعی با یک اختلاف لوجستیک استاندارد است و بعضی از متغیرهای اجتماعی-اقتصادی در این تحقیق را شامل می‌شود. β ، θ و γ ضرایب قابل برآوردی هستند که انتظار می‌رود $\beta \leq 0$ ، $\gamma > 0$ و $\theta > 0$ باشند. پس از برآورد نمونه، مقدار انتظاری تمایل برای پرداخت به وسیله‌ی انتگرال‌گیری عدد در محدوده‌ی صفر تا بالاترین پیشنهاد از رابطه‌ی زیر محاسبه می‌شود (لی و هن، ۲۰۰۲؛ هنامن، ۱۹۸۴):

$$E(WTP) = \int_0^{Max A} F_{\eta}(\Delta U) dA = \int_0^{Max A} \left(\frac{1}{1 + \exp[-(\alpha^* - \beta A)]} \right) dA \quad (4)$$

$$\alpha^* = (\alpha + \gamma Y + \theta S)$$

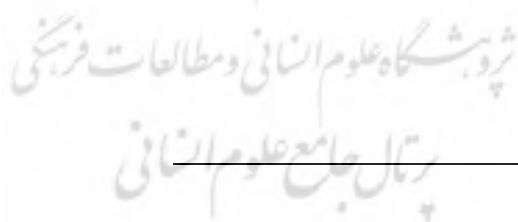
که $E(WTP)$ مقدار انتظاری تمایل به پرداخت، β ضریب مبلغ پیشنهاد، A مبلغ پیشنهاد حداکثری و α^* عرض از مبدأ تعدیل شده است که از جمع ضرایب پارامترهای ویژگی‌های اجتماعی-اقتصادی در میانگین آن‌ها و عرض از مبدأ اصلی (α) حاصل می‌شود. پارامترهای نمونه لوجیت به روش حداکثر درست‌نمایی با استفاده از نرم‌افزار SHAZAM و محاسبات ریاضی با نرم‌افزار Maple برآورد شدند.

داده‌های مورد نیاز در این مطالعه از طریق پرسش‌نامه با مراجعه‌ی حضوری به گردشگران استان‌های ساحلی دریای خزر در شهریورماه سال ۱۳۹۱ جمع‌آوری شد. پرسش‌نامه در دو بخش طراحی شد؛ در بخش اولیه، اطلاعات مربوط به ویژگی‌های فردی، اجتماعی و اقتصادی فرد پاسخگو و در بخش دوم سؤالات مربوط به تمایل به پرداخت افراد مطرح شد. در این بخش سه قیمت پیشنهادی به مقدار ۱۰۰۰۰، ۱۵۰۰۰ و ۲۰۰۰۰ ریال به‌زای هر ساعت اقامت در مزارع به‌صورت سؤالات وابسته و مرتبط به‌هم مطرح شد. در سؤال اول، قیمت پیشنهادی ۱۵۰۰۰ ریال به این صورت مورد پرسش قرار گرفت که فرض کنید در مزارع کشاورزی امکاناتی جهت گردش و استراحت شما در طول روز ارائه می‌دهند. آیا حاضرید جهت استفاده از این امکانات و به‌عنوان ورودی، ۱۵۰۰ تومان، به‌زای هر ساعت اقامت بپردازید؟ در صورت ارائه‌ی جواب مثبت، قیمت پیشنهادی بالاتر (۲۰۰۰۰ ریال) و در صورت جواب منفی، قیمت پیشنهادی کمتر (۱۰۰۰۰ ریال) مورد پرسش قرار گرفت. لازم به ذکر است که این مقادیر پیشنهادی بر اساس یک مطالعه‌ی اولیه در منطقه انتخاب شدند. به این صورت که ابتدا به‌منظور تعیین میانگین مبلغ پیشنهادی به‌وسیله‌ی گردشگران جهت استفاده از خدمات گردشگری زراعی، پرسش‌نامه‌ای با سؤالات باز و بدون پیشنهاد قیمتی به آن‌ها طراحی و از گردشگران در

مورد تمایل به پرداخت آن‌ها سؤال شد؛ سپس بر اساس اطلاعات اولیه‌ی به‌دست‌آمده، میانگین میزان تمایل به پرداخت پیشنهادی در پرسش‌نامه‌ی اصلی تعیین شد. به‌منظور برآورد حجم نمونه‌ی آماری، ابتدا آمار گردشگران اقامتی^۱ استان‌های مورد نظر در محدوده‌ی تحقیق از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اخذ شد. پس از انجام یک پیش‌آزمون و تکمیل ۳۰ عدد پرسش‌نامه در فرح‌آباد ساری، با استفاده از فرمول کوکران، تعداد نمونه‌ی مورد بررسی ۵۰۴ تعیین شد که از بین این تعداد پرسش‌نامه‌ی توزیع‌شده، تعداد ۴۱۵ پرسش‌نامه قابل تحلیل بودند.

$$n = \frac{5834763.(1.96)^2 (0.21)}{5834763.(0.04)^2 + 1.96^2 (0.21)} = 504 \quad (5)$$

به‌منظور انتخاب شهرستان‌های مورد مطالعه، ابتدا آمار گردشگران بازدیدکننده در فصل تابستان به تفکیک شهرها از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اخذ شد. بررسی این آمار بیانگر بالاتر بودن تعداد گردشگران در شهرستان‌های ساحلی نسبت به شهرستان‌های غیرساحلی دریای خزر بود؛ سپس از استان‌های گیلان و مازندران تعداد دو شهرستان ساحلی و از استان گلستان یک شهرستان ساحلی انتخاب شدند. معیار انتخاب این شهرستان‌ها نیز تراکم گردشگران در نظر گرفته شد؛ بدین ترتیب از استان گیلان، شهرستان‌های رشت و بندرانزلی و از استان مازندران شهرستان‌های ساری و چالوس و از استان گلستان، شهرستان بندرگز به‌دلیل بالاتر بودن تعداد گردشگران در این شهرستان‌ها نسبت به سایر شهرستان‌ها انتخاب شدند؛ سپس با استفاده از روش انتساب متناسب، حجم نمونه‌ی مورد مطالعه در هر استان مشخص شد و در نهایت در مکان‌های مختلفی چون ساحل دریا، پارک‌های نمونه‌ی گردشگری و اماکنی که دارای جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بود، به‌صورت تصادفی اقدام به نمونه‌گیری و توزیع پرسش‌نامه بین گردشگران شد. نتایج در جدول (۱) نشان داده شده است.



^۱گردشگران بازدیدکننده از استان‌های مورد نظر در تابستان ۱۳۹۱ که حداقل مدت اقامت آن‌ها در استان مورد نظر ۲۴ ساعت بوده است.

جدول ۱: حجم جامعه و نمونه انتخابی از جامعه آماری تحقیق

| استان | حجم جامعه ^۱ | حجم نمونه |
|----------|------------------------|-----------|
| گیلان | ۳۷۱۹۱۹۹ | ۳۱۹ |
| مازندران | ۱۵۱۱۴۴۹ | ۱۳۰ |
| گلستان | ۶۰۴۱۱۵ | ۵۲ |
| جمع | ۵۸۳۴۷۶۳ | ۵۰۴ |

^۱ منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۹۱

لازم به ذکر است که واحد تحلیل در این مطالعه خانوار بوده است و سعی شده است به منظور دستیابی به نتایج دقیق، اطلاعات از افراد سرپرست خانوار اخذ شود که از نظر درآمد، مستقل بوده و هنگام مواجهه با مبالغ پیشنهادی به آسانی بتوانند تصمیم‌گیری کرده و تمایل خود را اعلام نمایند.

یافته‌ها

ویژگی‌های فردی

میانگین سنی افراد مورد مطالعه، ۴۰/۶۳ سال، میانگین درآمد ماهانه‌ی پاسخگویان، ۹۰۶/۵۱ هزار تومان و متوسط بعد خانوار ۳ نفر و میانگین تعداد سال‌های تحصیل پاسخگویان، حدود ۱۵ سال بوده است. نتایج توصیفی تحلیل داده‌ها در جدول (۲) مشاهده می‌شود.

جدول ۲: ویژگی‌های فردی پاسخگویان

| متغیرها | میانگین | حداکثر | حداقل | انحراف معیار |
|----------------------------|---------|--------|-------|--------------|
| سن (سال) | ۴۰/۶۳ | ۶۱ | ۲۳ | ۷/۱۵ |
| تحصیلات (سال) | ۱۴/۹۵ | ۲۲ | ۱ | ۲/۹۹ |
| تعداد اعضای خانوار | ۳ | ۶ | ۱ | ۱/۵۶ |
| درآمد ماهیانه (هزار تومان) | ۹۰۶/۵۱ | ۱۸۰۰ | ۴۰۰ | ۲۴۲/۹۱ |

منبع: یافته‌های تحقیق

تمایل به پرداخت

نتایج حاصل از بررسی تمایل به پرداخت گردشگران در ازای استفاده از خدمات اقامتی مزارع گردشگری در جدول (۳) نشان داده شده است؛ همان‌گونه که مشاهده می‌شود، حدود ۷۰ درصد پاسخگویان نسبت به پرداخت مبلغی از درآمد خود در ازای استفاده از امکانات و خدمات اقامتی که در مزارع گردشگری ارائه می‌شود، پاسخ مثبت داده‌اند.

جدول ۳: تمایل به پرداخت گردشگران در ازای استفاده از خدمات اقامتی مزارع گردشگری

| درصد | نفر | تمایل به پرداخت در ازای؛ | استفاده از امکانات اقامتی مزارع گردشگری |
|------|-----|--------------------------|---|
| ۶۹/۲ | ۲۸۷ | بله | |
| ۳۰/۸ | ۱۲۸ | خیر | |

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج حاصل از میزان تمایل به پرداخت افراد نیز در جدول (۴) آورده شده است. داده‌ها حاکی از این است که حدود ۳۸ درصد (۱۶۸ نفر) از گردشگران مورد مطالعه، اولین پیشنهاد را پذیرفته‌اند و تمایل به پرداخت ۱۵۰۰۰ ریال به‌ازای هرساعت بازدید یا اقامت در مزارع گردشگری را داشته‌اند. در مقابل پیشنهاد پایین‌تر (۱۰۰۰۰ ریال به‌ازای هرساعت)، ۱۵ درصد (۶۶ نفر) موافق پرداخت این مبلغ بودند. آن دسته از پاسخگویانی که حاضر به پرداخت مبلغ پیشنهادی اولیه (۱۵۰۰۰ ریال) بودند، در مقابل پیشنهاد بالاتر که ۲۰۰۰۰ ریال بود قرار گرفتند. از بین این افراد ۵ درصد (۲۲ نفر) حاضر به پرداخت این مبلغ نیز بودند.

جدول ۴: وضعیت پاسخگویی به سه مبلغ پیشنهادی برای محاسبه ارزش تفریحی خدمات اقامتی

مزارع گردشگری

| مبلغ پیشنهادی (۱۵۰۰۰ تومان) | مبلغ پیشنهادی (۱۰۰۰۰ تومان) | مبلغ پیشنهادی (۲۰۰۰۰ تومان) | پذیرش مبلغ پیشنهادی |
|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|---------------------|
| ۱۶۸ | ۶۶ | ۲۲ | تعداد |
| ۳۸/۳ | ۱۵/۰ | ۵/۰ | درصد |

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول (۵) اطلاعات مربوط به پاسخگویانی را نشان می‌دهد که تمایلی نسبت به پرداخت قیمت‌های پیشنهادی ارائه‌شده در پرسش‌نامه را نداشتند و یا قیمت‌های پایین‌تری را تعیین کرده بودند؛ به‌علاوه در بین پاسخگویان افرادی بودند که حداکثر مبلغ پیشنهادی آن‌ها بیشتر از مبالغ ارائه شده در پرسش‌نامه بود که اطلاعات مربوط به آن‌ها نیز در این جدول ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، ۹/۸ درصد از افراد مورد مطالعه میزان مبلغ پرداختی پیشنهادی خود را ۵۰۰۰ ریال، و ۷/۷ درصد، مبلغ ۸۰۰۰ ریال را به‌ازای هرساعت اقامت در مزارع گردشگری بیان کرده بودند. از بین افرادی که بالاترین مبلغ پیشنهادی مطرح‌شده در پرسش‌نامه را پذیرفته بودند، ۸/۷ و ۰/۹ درصد به‌ترتیب حاضر به پرداخت مبالغ ۳۰۰۰۰ ریال و ۳۵۰۰۰ ریال به‌ازای هرساعت اقامت نیز بوده‌اند.

جدول ۵: توزیع فراوانی پاسخگویانی که تمایل به پرداخت مبالغ پایین‌تر و بالاتر از مبالغ پیشنهادی را داشته‌اند

| مبالغ پیشنهادی توسط پاسخگویان | تعداد | درصد |
|-------------------------------|-------|------|
| ۵۰۰ تومان | ۴۳ | ۹/۸ |
| ۸۰۰ تومان | ۳۴ | ۷/۷ |
| ۳۰۰۰ تومان | ۳۸ | ۸/۷ |
| ۳۵۰۰ تومان | ۴ | ۰/۹ |

منبع: یافته‌های تحقیق

تعیین‌کننده‌های تمایل به پرداخت در ازای استفاده از خدمات اقامتی مزارع گردشگری

نتایج حاصل از برآورد نمونه لوجیت در جدول (۶) آورده شده است. برای بررسی معنی‌داری کلی‌گرسیون از آماره‌ی نسبت راست‌نمایی^۱ استفاده شد. مقدار این آماره در درجه‌ی آزادی ۶ برابر با ۸۸/۶۳ است. این مقدار بالاتر از مقدار ارزش احتمال^۲ ارائه‌شده برای این آزمون است؛ لذا کل الگوی برآوردی از لحاظ آماری در سطح ۱ درصد معنی‌داری است. مقدار ضریب تعیین مک فادن برای الگوی لوجیت برآوردشده برابر با ۰/۲۱ است. این مقادیر با توجه به تعداد مشاهدات متغیر وابسته، ارقام مطلوبی هستند. درصد پیش‌بینی صحیح نمونه برآوردشده نیز بالغ بر ۶۵ درصد است و از آنجاکه مقدار قابل قبول درصد پیش‌بینی صحیح برای الگوهای لوجیت و پروبیت برابر با ۶۰ درصد است، مقدار درصد پیش‌بینی صحیح به‌دست‌آمده در این الگو رقم مطلوبی را نشان می‌دهد؛ بنابراین الگوی فوق قابل اطمینان برای تحلیل‌های بعدی است.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، ضرایب برآوردشده برای متغیرهای توضیحی، وضعیت تأهل، تعداد سال‌های تحصیل، متغیر مجازی جذابیت خدمات گردشگری مزرعه‌ای، درآمد گردشگران و قیمت پیشنهادی در سطح ۰/۰۵ درصد و ۰/۰۱ درصد به‌لحاظ آماری معنی‌دار هستند. متغیرهای وضعیت تأهل، تعداد سال‌های تحصیل، جذابیت خدمات گردشگری مزرعه‌ای و درآمد گردشگران، اثر مثبت و قیمت پیشنهادی، اثر منفی بر تمایل به پرداخت گردشگران مناطق شمالی کشور داشته‌اند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود متغیر سن به لحاظ آماری در این نمونه معنی‌دار نبوده است.

^۱ Likelihood Ratio(LR)

^۲ P-value

در نمونه‌ی لوجیت، ضرایب برآوردشده‌ی اولیه تنها علائم تأثیر متغیرهای توضیحی را روی احتمال پذیرش متغیر وابسته نشان می‌دهند و تفسیر مقداری ندارند؛ بلکه کشش‌ها و آثار نهایی هستند که مورد تفسیر قرار می‌گیرند. وزن مورد استفاده برای محاسبه‌ی این میانگین وزنی احتمال پیش‌بینی برای هر مشاهده است. این نوع کشش که کشش کلی وزنی نامیده می‌شود، در تفسیر نتایج مورد استفاده قرار گرفته است.

جدول ۶: نتایج حاصل از برآورد الگوی لوجیت برای ارزش تفریحی مزارع گردشگری

| متغیرها | مقدار ضرایب برآورد شده | ارزش آماره t | کشش در میانگین | کشش کل وزنی | اثر نهایی |
|---|---------------------------|--------------------|-------------------|----------------|------------|
| عرض از مبدأ | -۵/۶۳ | -۴/۶۴*** | -۳/۲۷ | -۲/۷۲ | - |
| سن | ۰/۰۱۶۶ | ۱/۳۷ ^{ns} | ۰/۳۹ | ۰/۳۲ | ۰/۰۰۴۰ |
| وضعیت تاهل | ۰/۹۰ | ۳/۸*** | - | ۰/۳۵ | ۰/۲۱ |
| تحصیلات | ۰/۰۹۹ | ۲/۹*** | ۰/۸۶ | ۰/۷۳ | ۰/۰۲۴ |
| جذابیت | ۳/۶ | ۳/۶*** | - | ۱/۷۶ | ۰/۴۹ |
| درآمد | ۰/۰۰۰۰۰۰۷۶ | ۱/۹** | ۰/۴۰ | ۰/۳۴ | ۰/۰۰۰۰۰۰۱۸ |
| قیمت پیشنهادی | -۰/۰۰۱۱ | -۴/۷۸*** | -۰/۹۹ | -۰/۸۴ | -۰/۰۰۰۰۲۷ |
| درصد صحت پیش‌بینی: ۶۵٪ آماره درست‌نمایی: ۸۸/۶۳ R^2 مک‌فادن ^۲ = ۰/۲۱ | | | | | |
| ***، ** و ^{ns} به ترتیب معنی‌دار در سطح ۰/۰۵ درصد، ۰/۰۱ درصد و غیر معنادار | | | | | |

منبع: یافته‌های تحقیق

کشش کل وزنی، مربوط به متغیر مجازی جذابیت خدمات گردشگری مزرعه‌ای در استان‌های حاشیه‌ی دریای خزر ۱/۷۶ بوده است. تفسیر مستقیم کشش وزنی به لحاظ ماهیت مجازی بودن مد نظر قرار نمی‌گیرد و اثر نهایی آن است که مورد تفسیر قرار گرفته است. اثر نهایی متغیر مجازی عبارت است از تغییر در احتمال موفقیت (Y= ۱) در نتیجه‌ی تغییر X_k از

¹ Percent of right prediction

² Mcfadden R²

صفر به یک؛ درحالی‌که سایر متغیرها در یک مقدار (x^*) ثابت در نظر گرفته می‌شوند. در ارتباط با تفسیر متغیر توضیحی موهومی یعنی جذابیت خدمات گردشگری مزرعه‌ای از دید گردشگران می‌توان گفت تغییر مقدار این متغیر از صفر (جذاب نبودن خدمات گردشگری مزرعه‌ای) به یک (جذاب بودن خدمات گردشگری مزرعه‌ای) سبب افزایش ۰/۴۹ درصد احتمال تمایل به پرداخت گردشگران خواهد شد.

کشش کل وزنی مربوط به متغیر تعداد سال‌های تحصیل برابر با ۰/۷۳ است و بیانگر این است که با ثابت بودن سایر عوامل، افزایش یک درصدی در میزان تحصیلات، احتمال تمایل به پرداخت را ۰/۷۳ درصد افزایش می‌دهد. یکی از دلایل این میزان افزایش را تأثیر تحصیلات بر افزایش میزان دانش و آگاهی فرد از اهمیت حفظ محیط زیست و حفظ منابع طبیعی و باارزش بودن چنین منابعی است. مقادیر کشش کل وزنی مورد بررسی برای دو متغیر مستقل میزان درآمد بازدیدکنندگان و قیمت پیشنهادی به ترتیب برابر با ۰/۳۴ و ۰/۸۴- است. برای تفسیر چنین کششی می‌توان چنین بیان کرد که با افزایش یک درصدی درآمد، احتمال پذیرش تمایل به پرداخت ۰/۳۴ افزایش یافته و از سوی دیگر افزایش یک درصدی قیمت پیشنهادی باعث کاهش ۰/۸۴ درصدی احتمال پذیرش تمایل به پرداخت می‌شود.

در آمد ماهانه‌ی خانوار در این مطالعه، از جمله متغیرهایی بوده است که دارای تأثیرگذاری مثبت بر میزان تمایل به پرداخت برای استفاده از خدمات گردشگری-تفریحی مزارع گردشگری است. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که اثر نهایی مربوط به دو متغیر مستقل تعداد سال‌های تحصیل و درآمد به ترتیب برابر با ۰/۰۲۴ و ۰/۰۰۰۰۰۰۱۸ بوده است؛ به بیان دیگر با افزایش یک واحد در متغیرهای مذکور، احتمال پذیرش تمایل به پرداخت به وسیله‌ی گردشگران به ترتیب ۰/۰۲۴ و ۰/۰۰۰۰۰۰۱۸ درصد افزایش می‌یابد. اثر نهایی متغیر قیمت پیشنهادی برابر با ۰/۰۰۰۰۲۷- به دست آمده است؛ یعنی افزایش یک واحدی متغیر قیمت پیشنهادی منجر به کاهش احتمال پذیرش تمایل به پرداخت گردشگران به میزان ۰/۰۰۰۰۲۷ خواهد شد.

ارزش تفریحی حاصل از خدمات اقامتی مزارع گردشگری (ارزشگذاری مشروط)

متوسط تمایل به پرداخت برای ارزش تفریحی اقامتگاه‌های مزرعه‌ای در مزارع گردشگری روستاهای واقع در استان‌های حاشیه‌ی دریای خزر، ۱۲۹۲۰ ریال در هر ساعت به‌ازای هر بازدیدکننده به دست آمده است. میزان ارزش تفریحی حاصل از ارائه‌ی خدمات اقامتی گردشگری در مزارع گردشگری روستاهای حاشیه‌ی دریای خزر را می‌توان در سال به‌صورت زیر به دست آورد:

= ارزش تفریحی سالانه‌ی حاصل از خدمات اقامتی در مزارع گردشگری
(متوسط میزان تمایل به پرداخت × تعداد بازدیدکنندگان منطقه در سال)

آمار گردشگران اقامتی فصل تابستان طی ۴ سال اخیر (۱۳۹۱-۱۳۸۸) اخذ شده از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری نشان می‌دهد که متوسط تعداد گردشگران اقامتی استان‌های حاشیه‌ی دریای خزر (سه استان گیلان، مازندران و گلستان) در فصل تابستان، حدود ۹ میلیون نفر برآورد شده است؛ از این رو ارزش تفریحی حاصل از ارائه‌ی خدمات اقامتی در مزارع گردشگری این سه استان در فصل تابستان، به‌طور متوسط برابر با ۱۱۶۲۸۰۰۰۰۰۰۰ ریال بوده است.

بحث و پیشنهادها

نتایج این مطالعه حاکی از آن است که تمایل به پرداخت جهت توسعه‌ی خدمات گردشگری مزرعه‌ای در بین بازدیدکنندگان و گردشگران مناطق شمالی کشور وجود دارد. باوجود چنین حمایت و تمایلی از سوی گردشگران، رونق چنین صنعتی، لزوم توجه بیشتر سیاست‌گذاران و مسئولان توسعه‌ی روستایی و گردشگری به توسعه‌ی خدمات گردشگری پایدار مزرعه‌ای را می‌طلبد تا برنامه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های لازم جهت راه‌اندازی این فعالیت در مناطق روستایی استان‌های حاشیه‌ی دریای خزر را فراهم کنند.

از آنجاکه تعداد سال‌های تحصیل در این پژوهش از جمله عوامل مؤثر بر افزایش تمایل به پرداخت گردشگران است، تأکید بر افزایش میزان دانش و آگاهی افراد از طریق رسانه‌ها می‌تواند یکی از سیاست‌ها و برنامه‌هایی در نظر گرفته شود که سهمی در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری پایدار مزرعه‌ای ایفا خواهد کرد.

متغیر میزان درآمد خانوار نیز تأثیر مثبت و مستقیم بر پذیرش تمایل به پرداخت جهت استفاده از خدمات گردشگری مزرعه‌ای داشته است. از آنجا که با افزایش درآمد سرانه، نقدینگی جهت فعالیت‌های تفریحی و گردشگری نیز افزایش می‌یابد، طبیعی است که میزان تمایل به پرداخت گردشگران نیز افزایش یابد. نتایج مطالعات حیاتی و همکاران (۱۳۸۹) و کاووسی کلاشمی و همکاران (۱۳۸۸) نیز تأثیر معنی‌دار و مثبت متغیر درآمد بر میزان تمایل به پرداخت گردشگران را تأیید می‌کند؛ از این رو با تقویت و حمایت درآمدی گردشگران، احتمال پذیرش تمایل به پرداخت نیز افزایش خواهد یافت و بنابراین اتخاذ سیاست‌های تأثیرگذار بر نظام توزیع بهینه‌ی درآمدی و افزایش سطح رفاه خانوارها در سطح کلان، بر میزان تمایل به پرداخت آن‌ها تأثیر بسزایی خواهد داشت.

در مجموع، متوسط ارزش تفریحی سالانه‌ی حاصل از خدمات اقامتی در مزارع گردشگری، بیش از ۱۱۶ میلیارد ریال برآورد شده است؛ بنابراین برای سیاست‌گذاران بخش کشاورزی،

منابع طبیعی و گردشگری این توجیه را فراهم می‌نماید که با بذل توجه به مشارکت و همکاری کلیه‌ی عاملان و کنشگران تأثیرگذار بر صنعت گردشگری روستایی و کشاورزی زمینه‌ی لازم جهت فراهم آوردن امکانات و تسهیلات توسعه‌ی گردشگری پایدار مزرعه‌ای را در روستاهای واقع در استان‌های حاشیه‌ی دریای خزر فراهم نمایند. به نظر می‌رسد با توجه به عدم شناخت کافی از مفهوم و کارکردهای گردشگری مزرعه‌ای یا کشاورزی، اولین و مهم‌ترین اقدام در این زمینه، ایجاد آگاهی و ترغیب افراد نسبت به گردشگری پایدار مزرعه‌ای با به‌کارگیری شیوه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب، هم در بین جامعه‌ی مصرف‌کننده یا گردشگران و هم در جامعه‌ی روستایی و کشاورزی با تأکید بر قابلیت صنعت گردشگری مزرعه‌ای جهت تبدیل شدن به موقعیت شغلی مکمل خواهد بود؛ همچنین با توجه به اینکه فراهم بودن زیرساخت‌های مناسب شامل راه‌ها، آب، برق، تلفن، سیستم حمل‌ونقل، سیستم فاضلاب مناسب و اهمیت روزافزون اینترنت از جمله عوامل مهم در توسعه‌ی صنعت گردشگری در یک منطقه به شمار می‌روند، توسعه‌ی این زیرساخت‌ها و نیز هدایت سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی در ایجاد این زیرساخت‌ها در چارچوب برنامه‌ریزی محلی و منطقه‌ای می‌تواند از جمله عوامل مؤثر در توسعه‌ی موفقیت‌آمیز گردشگری کشاورزی باشد. وام‌هایی با نرخ سود کم و همچنین کمک‌های مالی دولت‌ها نیز می‌تواند تغییراتی بسیار وسیع در سودبخشی سرمایه‌گذاری کشاورزان در گردشگری مزرعه‌ای و فراهم آوردن زیرساخت‌ها، امکانات و منابع لازم جهت توسعه‌ی فعالیت‌های این نوع از صنعت گردشگری ایجاد کند.

منابع

- ۱) اکبری، نعمت‌اله و جمشیدی، نوید (۱۳۸۴). بررسی تمایل به پرداخت گردشگران داخلی برای اقامت در کمپینگ، *مجله‌ی دانشکده‌ی علوم اداری و اقتصادی*، سال ۱۶. شماره‌های ۳ و ۴: ۱۳۰-۱۰۷.
- ۲) تقوی، مهدی و قلی‌پور سلیمانی، علی (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر رشد صنعت گردشگری، *پژوهشنامه‌ی اقتصادی*، سال ۹، شماره‌ی ۳: ۱۷۲-۱۵۷.
- ۳) حیاتی، باب‌اله؛ احسانی، مهدی؛ قهرمان‌زاده، محمدسی؛ راحلی، حسین و تقی‌زاده، مجید (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان پارک‌های ائل‌گلی و مشروطه‌ی شهر تبریز: کاربرد روش دو مرحله‌ای هکمن، *مجله اقتصاد و توسعه‌ی کشاورزی*، جلد ۲۴، شماره‌ی ۱: ۹۸-۹۱.

۴) خداوردی‌زاده، محمد؛ راحلی، حسین؛ کاووسی کلاشمی، محمد؛ رضازاده، علی و خرمی، شهرزاد (۱۳۸۹). کاربرد روش حکمن دومرحله‌ای در برآورد ارزش تفریحی روستای اشتبین، فصلنامه‌ی روستا و توسعه، سال ۱۳، شماره‌ی ۱: ۱۳۰-۱۱۱.

۵) دانشور، محمود؛ سادات همراز، سمانه و جلیلی، میلاد (۱۳۸۶). برآورد ارزش وجودی مناطق بیلاقی روستایی (مطالعه‌ی موردی: منطقه‌ی روستایی زشک)، فصلنامه‌ی روستا و توسعه، سال ۱۰، شماره‌ی ۳: ۱۵۴-۱۳۵.

۶) راعی جدیدی، مه‌ری و صیوحی صابونی، محمود (۱۳۹۰). برآورد میزان تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان روستای تفریحی کردشت واقع در استان آذربایجان شرقی، علوم محیطی، سال ۸، شماره‌ی ۳: ۴۷-۵۶.

۷) رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و قادری، اسماعیل (۱۳۸۱). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی: نقد و تحلیل چارچوب نظریه‌ای، فصلنامه‌ی مدرس علوم انسانی، دوره‌ی ۶، شماره‌ی ۲: ۴۰-۲۳.

۸) سقایی، مهدی (۱۳۸۵). گردشگری کشاورزی، قابل دسترس در: <http://touristy.blogfa.com/cat-12.aspx>. بازبایی شده در تاریخ ۲۶ اردیبهشت ۱۳۹۲.

۹) طالب، مهدی؛ میرزایی، حسن و بخشی‌زاده، حسن (۱۳۸۹). برنامه‌ریزی تعاملی گردشگری روستایی با رهیافت ارزیابی مشارکتی روستایی (مطالعه موردی: روستای وکیل‌آباد سردابه)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره‌ی ۷۱: ۳۴-۱۹.

۱۰) فتاحی، احمد و فتح‌زاده، علی (۱۳۹۰). ارزشگذاری حفاظتی حوزه‌های آبخیز با استفاده از روش ارزشگذاری مشروط (مطالعه‌ی موردی: تالاب گمیشان)، مجله‌ی علوم و مهندسی آبخیزداری ایران، سال ۵، شماره‌ی ۱۷: ۴۷-۵۲.

۱۱) کاووسی کلاشمی، محمد؛ شهبازی، حبیب و ملکیان، آرش (۱۳۸۸). برآورد ارزش تفریحی تفرجگاه‌ها با استفاده از روش دو مرحله‌ای حکمن (مطالعه‌ی موردی: بوستان محتشم رشت)، مجله‌ی تحقیقات اقتصاد کشاورزی، سال ۱، شماره‌ی ۱: ۱۴۹-۱۳۷.

12) Amirnejad, H., Khalilian, S. and Assareh, M.H. (2006). Estimating the Existence Value of North Forests of Iran by Using a Contingent Valuation Method, *Ecological Economics*, 58(4), 665-675.

- 13) Ashim, G.B. (2000). Green national accounting: Why and How? **Environment and Development Economics**, 5, 25-48.
- 14) Barbieri, C. (2010). An Importance-Performance Analysis of the Motivations behind Agritourism and Other Farm Enterprise Developments in Canada, **Journal of Rural and Community Development**, 5, (1/2), 1-20.
- 15) Barry, J.J. and Hellerstain, D. (2004). Chapter 9: Farm Recreation, In: **Outdoor Recreation for 2^{1st} Century America**, H.K. Cordell, Principal Author, Venture Publishing, Inc. State College, 149-167.
- 16) Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques**, New York: Wiley and Sons.
- 17) Fleischer, A. and Tsur, Y. (2000). Measuring the Recreational Value of Agricultural Landscape, **European Review of Agricultural Economics**, 27(2000), 385-398.
- 18) Freeman A.M. (1993). **The Measurement of Environmental and Resource Values: Theory and Methods**, Resources for the Future, Washington DC.
- 19) Go Artickle. (2013). **Agritourism in Italy: Companies Increasing and Ever More**, Available at: www.goarticles.com. Retrieved at (19.3.2013).
- 20) Guo, Z., Xiao, X., Gan, Y. and Zheng, Y. (2001). Ecosystem Functions, Services and Their Values a Case Study in Xingshan Country of China, **Ecological Economics**, 38, 141-154.
- 21) Gurluk S. (2006). The Estimation of Ecosystem Services Value in theR of Misi Rural Development Project: Results from a Contingent Valuation Survey, **Journal of Forest Policy and Economics**, 9, 209-218.
- 22) Haneman, W.M. (1984). Welfare Evaluation in Contingent Valuation Experiments with Discrete Responses, **American Journal of Agricultural Economics**, 71 (3), 332-341.
- 23) Lee, C. (1997). Valuation of Nature-based Tourism Resources Using Dichotomous Choice Contingent Valuation Method, **Tourism Management**, 18(8), 587-591.
- 24) Lee, C. and Han, S. (2002). Estimating the Use and Preservation Values of National Parks Tourism Resources Using a Contingent Valuation Method, **Tourism Management**, 23, 531-540.

- 25) Nohorli, D. (1995). **Socio -Economic Valuating of Park El-Goli in Tabriz**, MSc, Thesis in Environmental Science, Natural Resources Faculty, Tehran University.
- 26) Phillip, S., Hunter, C. and Blackstock, K. (2010). A Typology for Defining Agritourism, **Tourism Management**, 31 (2010), 754–758.
- 27) Salazar, S. and Mendez, L. (2005). Estimating the Non-market Benefits of an Urban Park: Does Proximity Matter?, **Land Use Policy**, 24(1), 296-305.
- 28) Sznajder, M., Przeborska, L. and Scrimgeour, F. (2009). **Agritourism**, UK. MPG Books Group.

