

برآورد میزان تمایل به پرداخت شهروندان برای خدمات گردشگری کشاورزی مطالعه موردی: شهر قزوین

حجت ورمزیاری- استادیار توسعه کشاورزی، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران
علی اسدی* - استاد ترویج و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران
خلیل کلانتری- استاد برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشگاه تهران
محمد رضا رضوانی- استاد و عضو قطب برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران

دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۶/۲۰ پذیرش نهایی: ۱۳۹۲/۶/۲

چکیده

گردشگری کشاورزی رویکرد کارآفرینانه‌ای است که اگر به‌طور صحیح مدیریت شود می‌تواند پیامدهای مثبت فراوانی در کشاورزی داشته باشد. طبق برآوردها تا آفاق ۱۴۱۰، حدود ۷۷/۵ درصد جمعیت ایران شهرنشین خواهد بود، که می‌تواند فرصت مناسبی برای توسعه گردشگری کشاورزی و ایجاد درآمد مکمل برای کشاورزان و کاهش تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی باشد. با وجود بسترهای بالقوه فراوان کشور برای توسعه گردشگری کشاورزی، مطالعه‌ای درخصوص برآورد تقاضای بالقوه برای خدمات گردشگری کشاورزی در جامعه و عوامل اثرگذار بر آن انجام نشده است. مقاله حاضر به‌منظور بررسی تمایل به پرداخت هزینه برای خدمات گردشگری کشاورزی در شهر قزوین انجام شد. جامعه آماری شامل شهروندان بالای ۱۸ سال قزوین بود که در سال گذشته دست‌کم یک بار به فضاهای کشاورزی-روستایی مراجعه کرده بودند. حجم نمونه ۱۵۳ نفر برآورد شد و در مجموع تعداد ۱۸۰ پرسشنامه خودساخته از طریق مصاحبه رودررو تکمیل گردید. در این مطالعه برای برآورد تمایل به پرداخت، از روش ارزش‌گذاری مشروط و روش انتخاب دوگانه دوبعدی استفاده شد. به‌منظور بررسی عوامل مؤثر بر احتمال پذیرش مبالغ پیشنهادی در ازای بهره‌مندی از خدمات گردشگری کشاورزی، مدل لاجیت به‌روش حداکثر درست‌نمایی برآورد گردید. متوسط تمایل به پرداخت هر شهروند به‌ازای هر بازدید و بهره‌مندی از برخی خدمات گردشگری کشاورزی، مبلغ ۵۳۴۰۰ ریال برآورد شد. با توجه به معناداری این مبلغ و از آنجاکه در حدود ۸۰ درصد شهروندان مطالعه‌شده یکی از مبالغ پیشنهادی برای خدمات گردشگری را پذیرفتند، می‌توان نتیجه گرفت که بازار بالقوه مناسبی برای توسعه بنگاه‌های گردشگری کشاورزی وجود دارد. نتایج نشان دادند که متغیرهای متوسط تعداد سفر به فضاهای روستایی-کشاورزی در سال، بعد خانوار و متغیرهای مجازی دارا بودن خودرو و مکان تولد اثر معناداری بر احتمال پذیرش مبالغ پیشنهادی به‌عنوان تمایل به پرداخت هزینه برای خدمات گردشگری کشاورزی از سوی شهروندان داشتند.

کلیدواژه‌ها: ارزش‌گذاری مشروط، بازار بالقوه، گردشگری کشاورزی، متنوع‌سازی مزرعه.

مقدمه

ویژگی چندکارکردی کشاورزی و سهم آن در تولید و نقش سرزمینی^۱، محیط‌زیستی و اجتماعی- فرهنگی این بخش، بازتعریف نقش کشاورزی را در چارچوب توسعه روستایی ضروری می‌سازد. امروزه دیگر نمی‌توان بخش کشاورزی را به‌سادگی براساس میزان تولید، درآمد و اشتغال‌زایی ارزش‌یابی کرد. بلکه کشاورزی افزون‌بر تولید محصول، باید بر مبنای مفاهیمی همچون حفاظت، فعالیت‌های تفریحی و فراغت، ارزش‌های غیرمصرفی^۲ و سایر دغدغه‌های موجود و درحال پیدایش افراد ارزش‌یابی شود (Huylensbroeck & Durand, 2003). امروزه یکی از مهم‌ترین شرط‌های تداوم فعالیت تولیدی و جلوگیری از تشدید تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی، طراحی راهبردهای بردسبرد کاربری زمین‌های کشاورزی برپایه فلسفه کشاورزی چندکارکردی است. یکی از راه‌حل‌های اساسی که در طراحی راهبردهای بردسبرد پیشنهاد می‌شود، گردشگری پایدار کشاورزی است.

طبق برآوردها تا افق ۱۴۱۰، در حدود ۷۷/۵ درصد جمعیت ایران شهرنشین خواهد بود (کلانتری و همکاران، ۱۳۹۲). این پدیده به‌همراه تغییراتی مانند آزادسازی تعرفه واردات و رشد سطح تحصیلات، چنانچه با عدم برنامه‌ریزی و بازاندیشی در رویکردهای توسعه کشاورزی مواجه شود، تغییر کاربری اراضی کشاورزی را تشدید و امنیت غذایی را تهدید می‌کند. اصول مدیریت راهبردی با توجه به تغییرات اساسی در شرایط و فضای اقدام، ایجاب می‌کند که مسئولان و دست‌اندرکاران، روش‌ها و رویکردهای نوینی را برای توسعه کشاورزی کشور درپیش گیرند.

به‌رغم تحولات سریع جمعیت‌شناختی و اجتماعی- اقتصادی در ایران، نظام‌های کشاورزی به‌دلیل فقدان نگرش سیستمی، چندکارکردی و جامع، اغلب ساختار سنتی خود را حفظ کرده

1. Territorial
2. Non use values

و نتوانسته‌اند همگام با تحولات جامعه و بر مبنای آینده‌نگری در نیازهای افراد جامعه، تغییر کنند. افزون‌براین، به دلیل حاکم‌بودن رژیم تولیدگرا، نظام‌های کشاورزی در موارد زیادی، پیامدهای منفی زیست‌محیطی به دنبال داشته‌اند. زمین‌های کشاورزی به‌ویژه آنهایی که به نواحی شهری نزدیک‌ترند، در برابر کاربری‌های رقیب از قبیل مسکونی و تجاری قدرت رقابت چندانی ندارند. گزارش‌های اداری نشان می‌دهند که سالانه ۲۰ هزار هکتار از زمین‌های خوب کشور تغییر کاربری می‌دهند. واقع‌شدن شهرها در مرکز دشت‌های کشاورزی و تبدیل کانون‌های روستایی به شهر، از دلایل اصلی این تغییر کاربری هستند (زاهدی، ۱۳۸۸، ۱۶۳). در پیش‌نگرفتن رهیافت‌های نوین توسعه کشاورزی و برقرارنشدن ارتباط مستقیم بین کشاورزان و شهروندان و کاهش طول کانال بازاریابی، سبب بی‌بهره‌ماندن از منافع هم‌افزایی بین این دو گروه شده است. این مسائل آینده زمین‌های کشاورزی و در نهایت امنیت غذایی را در معرض تهدید قرار داده است.

در کشور ما از توان بخش کشاورزی برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای کشاورزی، به‌ویژه بنگاه‌های گردشگری کشاورزی که منجر به کاهش طول کانال بازاریابی و تقویت پیوندهای پسین و پیشین می‌شوند، بهره‌برداری صحیح و پایداری صورت نپذیرفته است. هنوز اقدام و برنامه جدی در خصوص توسعه گردشگری کشاورزی صورت نگرفته و پژوهش مهمی در این زمینه انجام نشده است. به دلیل اهمیت سمت تقاضا در توسعه گردشگری، پژوهش حاضر برای نخستین بار به بررسی بازار بالقوه برای خدمات گردشگری کشاورزی از طریق برآورد تمایل شهروندان به پرداخت هزینه برای خدمات مذکور پرداخته است. یافته‌های این تحقیق می‌توانند برنامه‌ریزان توسعه کشاورزی و روستایی کشور را در خصوص قابلیت کنونی گردشگری کشاورزی در افزایش درآمد و سطح رفاه کشاورزان راهنمایی کنند و عوامل مؤثر بر احتمال پذیرش مبالغ پیشنهادی به‌عنوان تمایل به پرداخت هزینه برای خدمات گردشگری کشاورزی از سوی شهروندان را برای دست‌اندرکاران توسعه روشن سازند.

مطالعات نظری

در مطالعات کشاورزی، از جنگ جهانی دوم به بعد، دو نوع رژیم غذایی تولیدگرا و فراتولیدگرا^۱ شناسایی شدند. رژیم تولیدگرا مبتنی بر تولید دام و مواد غذایی صنعتی، پس از جنگ جهانی دوم آغاز شد و گفته می‌شود که تا اواخر دهه ۱۹۸۰ ادامه یافت. در این دوره به دلیل توجه غالب به حداکثرسازی تولید کشاورزی، مشکلات محیط‌زیستی فراوانی به وجود آمد و موافقت‌نامه‌های آزادسازی تجاری سبب شدند تا مزارع بزرگ حفظ شوند و مزارع خرد در آستانه انقراض قرار گیرند (Kudsen, 2007, 24). به تدریج رژیم فراتولیدگرا جایگزین رژیم قبلی شد. ویلسون^۲ (۲۰۰۴، ۴۶۱) فراتولیدگرایی را به این مفهوم می‌داند که کارکرد کشاورزی دیگر فقط تولید غذا و فیبر نیست و کشاورزی کارکردهای مختلفی با تأکید بر کیفیت غذا، محافظت محیط‌زیست و خروج از یارانه‌های دولتی حمایت‌کننده از تولید می‌یابد. در چنین فضایی، کشاورزی چندکارکردی پدیدار شد. تجدید ساختار جهانی شامل روش‌های بهبودیافته تولید و تجارت آزاد در کنار روندهای تغییریابنده مشتریان، به دگرگونی‌های اساسی در اقتصادهای روستایی به‌ویژه برای کشاورزان خرده‌پا انجامیده است. یکی از پیامدهای چنین گذارهایی، افزایش علاقه به بازارهای جاویژه^۳ جدید کشاورزی (Mascarenhas, 2001; Tonts & Selwood, 2003 نقل در Northcote & Alonso, 2010, 1) از جمله گردشگری کشاورزی بوده است.

گردشگری کشاورزی

یکی از مهم‌ترین اشکال متنوع‌سازی و ایجاد کارکردهای مختلف برای نظام‌های کشاورزی، گردشگری کشاورزی است. نورث کوته و آلونسو (۲۰۱۰، ۳) تأکید کرده‌اند که حوزه گردشگری

1. Productivism to Post-productivism
2. Wilson
3. Niche markets

کشاورزی از نظر بعد انگیزشی متنوع‌سازی مزرعه، بیشترین تأثیر را داشته است. این نوع از گردشگری، بنگاه اقتصادی جایگزینی است که عملیات کشاورزی را از طریق جایگزینی یا تکمیل عملیات کشاورزی سنتی با فعالیت‌های نوآورانه و پایدار، قادر به دریافت سودهای بالاتر می‌کند (Schaneman دسترسی در ۲۰۱۰). گردشگری کشاورزی شغلی است که کشاورزان یا دامداران روی فعالیت‌های کشاورزی، باغی یا کسب‌وکار کشاورزی، با هدف ایجاد تفریح برای بازدیدکنندگان و آموزش آنان انجام می‌دهند. فعالیت خدماتی جای فعالیت تولیدی را نمی‌گیرد، بلکه درآمد کشاورزان را تکمیل می‌کند و آنان را در همان سبک زندگی کشاورزی‌شان ارتقا می‌دهد. گردشگری کشاورزی، فرصتی را برای جلب حمایت عمومی از نواحی روستایی فراهم می‌کند. بیشتر ساکنان نواحی شهری هیچ دانش یا تجربه شخصی در مورد نواحی روستایی برای مشارکت در تصمیم‌گیری اصولی در خصوص خرید محصول یا رأی‌دادن به سیاست‌های مرتبط با کشاورزی ندارند. گردشگری کشاورزی به حل این مسئله کمک می‌کند. این نوع کسب‌وکارها می‌توانند گردشگران را به حامیان قوی خانوارهای زراعی و دامی و حیات‌وحش تبدیل کنند. البته تبدیل فرصت‌های گردشگری کشاورزی به کسب‌وکارهای درآمدزا آسان نیست و ممکن است مشکلاتی در زمینه‌های مسئولیت، ایمنی عمومی، بهداشت عمومی و رفاه حیوانات پدید آیند (George & Rilla, 2005, 4). گردشگری با مزیتی نسبی که در درآمدزایی و ایجاد اشتغال دارد، گزینه‌ای برای بهبود سبک‌های زندگی روستایی و ایجاد تغییرات مثبت در توزیع درآمد در مناطق محروم و دارای مزایای اقتصادی و اجتماعی به‌شمار می‌آید (Liu, 2006, 878). گردشگری کشاورزی با توجه به رشد جمعیت شهرنشین، می‌تواند فرصت‌های بدیلی را برای کشاورزان فراهم کند.

تجربه کشورهای در گردشگری کشاورزی

سابقه استفاده از گردشگری روستایی به‌عنوان ابزار دستیابی به توسعه اقتصادی و اجتماعی و تفریح بسیار طولانی است (Sharpley, 2002, 233). برای نمونه گفته می‌شود که یک‌چهارم مزارع اتریش نزدیک به ۱۰۰ سال است که گردشگر می‌پذیرند (Hummelbrunner &

Miglbauer, 1994 نقل در (Sharpley, 2002, 234). کشور آلمان نیز سابقه طولانی در زمینه تعطیلات مبتنی بر مزرعه^۱ دارد (Opperman, 1996 نقل در همان). همزمان تعدادی از کشورها در نیمه دوم قرن، دارای سیاست‌های ملی در زمینه حمایت و توسعه گردشگری مزرعه بوده‌اند. در فرانسه، کمک مالی دولت برای حمایت از توسعه بناهای زاید مزرعه و تبدیل آنها به امکانات خوابگاهی^۲ که به زبان فرانسوی gîtes ruraux نامیده می‌شوند، در سال ۱۹۵۴ آغاز گردید، درحالی‌که مزارع ایتالیا، آلمان و دانمارک سال‌ها پیش از حمایت ملی برای توسعه امکانات گردشگری بهره‌مند بودند (Fraster, 1983 & Nilson, 2002 نقل در Sharpley & Vass, 2006, 1040). برنامه گردشگری کشاورزی در قبرس به‌دست سازمان گردشگری این کشور (CTO) در سال ۱۹۹۱ آغاز شد و مهم‌ترین هدف آن، تسهیل بازآفرینی نواحی روستایی در قبرس بود (Sharpley, 2002, 237).

در امریکا نیز علاقه به گردشگری کشاورزی و طبیعت‌گردی در حال افزایش است. تحقیقات و تجربه‌های بازاریابی در امریکا نشان می‌دهند که امروزه شهروندان به‌دنبال محصولات محلی، تازه و ارگانیک هستند و بیش از گذشته می‌خواهند بدانند که چه کسی و چگونه غذای‌شان را تولید می‌کند. طبق همین تحقیقات، عموم افراد در جست‌وجوی تجربه‌های تعاملی هستند که به آنان کمک می‌کند به اصل و نسب خود برگردند (دفتر توسعه و حفاظت از منابع مریلند جنوبی^۳، ۲۰۰۴، ۱۲). با توجه به اهمیت و جایگاه ویژه‌ای که گردشگری کشاورزی در توسعه کشاورزی و روستایی یافته است، گئورگ و ریلا^۴ (۲۰۰۵) بر نیاز فراوان به اطلاعات درخصوص این صنایع تأکید کرده‌اند. همان‌طور که گفته شد، هدف پژوهش حاضر تخمین تمایل به پرداخت هزینه برای خدمات گردشگری کشاورزی در شهر قزوین (فارغ از محل عرضه خدمات گردشگری کشاورزی) و بررسی عوامل مؤثر بر احتمال پذیرش مبلغ پیشنهادی بوده است.

-
1. Farm-based holidays
 2. Accommodation facilities
 3. Southern Maryland Resources Conversation and Development (RC&D) Board
 4. George and Rilla

پیشینه تحقیق

همان‌طور که ذکر شد، هنوز مطالعه‌ای به‌منظور برآورد بازار بالقوه گردشگری کشاورزی از طریق اندازه‌گیری تمایل به پرداخت هزینه برای خدمات گردشگری کشاورزی انجام نشده است. در این بخش از مقاله نیز صرفاً پیشینه تحقیق درخصوص برآورد تمایل به پرداخت برای منابع طبیعت‌گردی، گردشگری روستایی و ارزش تفریحی منابع طبیعی، پارک‌ها و جنگل‌های حفاظت‌شده مطرح می‌شود.

نوا و ماد (۲۰۰۹، ۱۷۳) به‌منظور برآورد تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان برای حفاظت از منابع پارک ملی جدپانگرو از روش ارزش‌گذاری مشروط دوبعدی استفاده کردند. میانگین تمایل به پرداخت به‌ازای هر بازدید (به‌عنوان ورودیه) ۷۶۲۹/۷۷ روپیه معادل ۹۶۵۱/۱۳ ریال برآورد شد. انجام این تحقیق از ژوئن تا اگوست سال ۲۰۰۶ طول کشید. براساس نتایج رگرسیون لاجیت، متغیرهای درآمد، سن و محل سکونت اثر معناداری بر تمایل به پرداخت هزینه بازدیدکنندگان داشتند. رینیستودیر و همکاران (۲۰۰۸، ۱۰۷۶) پژوهشی را به‌منظور برآورد تمایل به پرداخت هزینه برای جاذبه‌های طبیعی در ایسلند درخصوص دو جاذبه عمده آبشار گولفس و پارک ملی اسکافتافل انجام دادند. براساس نتایج آنها، ۹۲ درصد از ۲۵۲ نفر پاسخگو مایل به پرداخت هزینه به‌عنوان ورودیه بودند. میانگین تمایل به پرداخت برای گولفس و اسکافتافل به‌ازای هر بازدید به قیمت سال ۲۰۰۴ به‌ترتیب ۴/۶۲۵ و ۷/۰۶ دلار بود.

ژو و وو (۲۰۱۲، ۱۷۳) در مطالعه‌ای با نام «بررسی تمایل شهروندان برای خرید محصولات گردشگری روستایی» در سه استان چین، به تبیین نگرش شهروندان درخصوص گردشگری روستایی و سپس برآورد تمایل ایشان به پرداخت هزینه برای محصولات این نوع گردشگری پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که تمایل به پرداخت از عواملی نظیر جنس، سطح تحصیلات، سطح درآمد، فراوانی مسافرت شخصی و شکل گردشگری تأثیر می‌پذیرد. همچنین برآورد تمایل به پرداخت هزینه نشان داد که شهروندان معمولاً مایل‌اند برای گردشگری غیرروستایی، ۳۵/۱ درصد بیش از گردشگری روستایی هزینه پرداخت کنند. به‌طور

کلی طبق یافته‌های این تحقیق، گردشگران مرد با سطح تحصیلات و درآمد بالا، گردشگرانی که از طریق آژانس گردشگری مسافرت می‌کردند و گردشگران با قابلیت دستیابی بالا به گردشگری روستایی، با احتمال بیشتری محصولات گردشگری روستایی را خریداری می‌کردند. درمقابل، گردشگرانی که تعداد دفعات مسافرت‌شان بالا بود و هزینه سالانه زیادی در گردشگری خرج می‌کردند، با احتمال بیشتری محصولات گردشگری شهری را ترجیح می‌دادند (Zhu & Wu, 2012, 177).

مولایی و کاووسی کلاشمی (۱۳۹۰، ۳۲۲) در پژوهشی که در سال ۱۳۹۰ انجام دادند، ارزش حفاظتی گل سوسن چلچراغ را با استفاده از الگوی ارزش‌گذاری مشروط و انتخاب یک‌بعدی برآورد کردند. طبق نتایج آنها، حداکثر تمایل به پرداخت هر فرد به‌منظور حفاظت از سوسن چلچراغ، ۶۵۴۰/۳۳ ریال بود. فتاحی و همکاران (۱۳۹۰، ۱۵۳) به تعیین ارزش تفریحی آب‌های زیرزمینی دشت یزد-اردکان و اندازه‌گیری میزان تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط دوگانه تک‌بعدی در سال ۱۳۸۸ پرداختند. طبق نتایج آنها، قیمت ورودی برای استفاده از مناظر آبی، ۴۷۰۰ ریال برای هر فرد برآورد شد. راعی جدیدی و صبوحی صابونی (۱۳۹۰، ۴۷) ارزش تفریحی روستای کردشت را با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط برآورد کردند. یافته‌های ایشان نشان داد که ۸۳ درصد بازدیدکنندگان حاضر بودند برای بازدید از روستای مذکور وجهی پرداخت کنند. متغیرهای تحصیلات، جذابیت روستا، درآمد و قیمت پیشنهادی اثر معناداری بر مقدار انتظاری تمایل به پرداخت افراد داشت و متغیرهای سن، جنسیت و اندازه خانوار به‌لحاظ آماری معنادار نبودند. در مطالعه آنها متوسط تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان، ۲۸۰۰ ریال برآورد شد. راحلی و همکاران (۱۳۸۹، ۴۹) در پژوهشی به برآورد ارزش تفریحی روستای بند ارومیه با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط دوگانه دوجانبه پرداختند. طبق یافته‌ها، ۷۵ درصد از افراد مطالعه‌شده، حاضر بودند برای استفاده از روستای بند پول پرداخت کنند و میانگین تمایل به پرداخت افراد، ۶۲۵۰ ریال بود.

متغیرهای تحصیلات، درآمد، جنس، اندازه خانوار، میزان رضایت بازدیدکنندگان و قیمت پیشنهادی اثر معناداری بر تمایل به پرداخت داشتند.

دلیل انتخاب شهر قزوین در این پژوهش، وجود باغستانی وسیع و تاریخی است که حداقل ۷۵۰ سال پیش مانند کمربندی سبز در اطراف شهر ایجاد شد و محصولات باغی منحصربه‌فردی دارد. ناصر خسرو در سفرنامه‌اش در سال ۴۳۸ هجری قمری در توصیف باغ‌های سنتی قزوین چنین می‌نویسد: «...باغستان بسیار داشت، بی‌دیوار و خاک، و بی‌هیچ مانعی از دخول در باغات. و قزوین را شهری نیکو دیدم، باروی حصین و کنگره بر آن نهاده و بازارهای خوب، مگر آنکه آب در آن اندک بود...». این باغ‌ها با سابقه تاریخی حداقل ۷۵۰ سال و وسعت نسبتاً زیاد، میراث منحصربه‌فردی است که در شهرهای دیگر مشابه ندارد و بنابه اظهار برنت کیسر، استاد دانشگاه آدلاید استرالیا، در سطح دنیا بسیار کم‌نظیر است و الگوی مناسبی برای توسعه باغداری سنتی به‌شمار می‌رود (پیام جهاد کشاورزی، ۱۳۸۹).

روش‌شناسی

در پژوهش حاضر، به‌منظور به‌دست آوردن تمایل به پرداخت هزینه برای خدمات گردشگری کشاورزی و تعیین ارزش ذهنی این خدمات از دیدگاه شهروندان، از روش ارزش‌گذاری مشروط و روش انتخاب دوگانه دویعدی^۱ (DBDC) استفاده شد. اطلاعات لازم از طریق تکمیل پرسشنامه خودساخته از شهروندان قزوینی بالای ۱۸ سال که در سال گذشته دست‌کم یک بار به فضاهای کشاورزی - روستایی مراجعه کرده بودند، جمع‌آوری شد. متأسفانه به‌دلیل نبود اطلاعات درمورد تعداد و مشخصات شهروندان بالای ۱۸ سال سن که در سال گذشته دست‌کم یک بار به فضاهای روستایی-شهری رفته بودند، استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی به‌طور کامل امکان‌پذیر نبود. از این‌رو به‌رغم احتمال وجود خطا و اریب در اطلاعات به‌دست آمده،

1. Double-Bounded Dichotomous Choice

چاره‌ای جز مصاحبهٔ دردسترس در مواجهه با شهروندان نبود. البته به‌منظور نزدیکی بیشتر نمونهٔ دریافت‌شده با واقعیت جامعهٔ آماری، نمونه‌گیری به‌روش طبقه‌بندی صورت گرفت و از هر سه منطقهٔ شهر قزوین، هر دو جنسیت زن و مرد و هر سه گروه سنی در نمونه حضور داشتند. مصاحبه در مناطقی از شهر که اقشار مختلف شهروندان در آنجا رفت‌وآمد داشتند انجام شد. در این مطالعه، از روش مصاحبهٔ حضوری برای تکمیل پرسشنامه‌ها استفاده شد. برای این منظور ابتدا خدماتی که در یک واحد کشاورزی-گردشگری می‌تواند ارائه شود برای شهروند توضیح داده شد؛ مانند بازدید از مزرعهٔ گیاهان دارویی و اقامت در آلاچیق و در فضای معطر به عطر گیاهان دارویی آرامش‌بخش و شفابخش، نوشیدن دمنوش گیاهان دارویی تازه و خالص، اسب‌سواری، الاغ‌سواری، دوچرخه‌سواری، سوارشدن بر کالسکهٔ تزئین‌شده با گل طبیعی، نوازش دام‌های کوچک مانند بره و مشاهدهٔ شترمرغ. سپس نظر وی درخصوص تمایل به پرداخت هزینه برای بازدید از این واحد گردشگری کشاورزی و بهره‌مندی از خدمات مذکور پرسیده شد. این تحقیق در سال ۱۳۹۱-۱۳۹۰ انجام گرفت و داده‌های تحقیق در بازهٔ زمانی شهریور تا آذر ۱۳۹۱ جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شد.

تعیین حجم نمونه لازم در روش ارزش‌گذاری مشروط

در مطالعهٔ ارزش‌گذاری مشروط، به‌دلیل واریانس بالای تمایل به پرداخت پاسخ‌دهندگان، برای دستیابی به سطح مناسبی از دقت در آماره‌های نمونه از قبیل میانگین تمایل به پرداخت-جمع‌آوری تعداد داده‌های زیاد ضروری است؛ چون بر اساس رابطهٔ (۱)، خطای استاندارد میانگین با تعداد نمونه رابطهٔ عکس دارد (Mitchell & Carson, 1989):

$$SEM = \frac{\delta}{\sqrt{n}}$$

رابطهٔ (۱)

در رابطه (۱)، n حجم نمونه، $\hat{\delta}$ انحراف معیار تمایل به پرداخت و SEM خطای استاندارد میانگین تمایل به پرداخت است. پژوهشگران ارزش‌گذاری مشروط به دنبال این هستند که درصد انحراف تمایل به پرداخت برآورد شده را از تمایل به پرداخت واقعی حداقل کنند (نه اینکه مقدار مطلق تمایل به پرداخت برآورد شده را از تمایل به پرداخت واقعی حداقل کنند). در این شرایط لازم است برآورد اولیه‌ای از ضرایب تغییرات تمایل به پرداخت (WTP) صورت گیرد (Ibid):

$$V = \frac{\delta}{TWTP} \quad \text{رابطه (۲)}$$

در رابطه (۲)، V ضریب تغییرات و TWTP مقدار میانگین واقعی WTP است. هرچه مقدار ضریب تغییرات کمتر باشد، برآورد WTP به مقدار واقعی آن در جامعه نزدیک‌تر خواهد بود. در مطالعات ارزش‌گذاری مشروط، این رقم بین ۰/۷۵ تا ۶ تغییر می‌کند، ولی مقدار پذیرفتنی برای آن ۲ است (Ibid). با در دست داشتن ضریب تغییرات، با استفاده از رابطه (۳) می‌توان حجم نمونه را به دست آورد (Ibid):

$$n = \left[\frac{t \times \hat{\delta}}{d \times RWTP} \right]^2 = \left[\frac{t \times \hat{V}}{d} \right]^2 \quad \text{رابطه (۳)}$$

در رابطه (۳)، n حجم نمونه، t مقدار آماره t -student، RWTP مقدار میانگین WTP محاسبه شده و d درصد اختلاف RWTP و TWTP است. مقدار d را پژوهشگر تعیین می‌کند و نشان می‌دهد که چند درصد انحراف از مقدار واقعی WTP از نظر وی پذیرفتنی است. مقدار پذیرفتنی d در مطالعات ارزش‌گذاری مشروط، بین ۰/۰۵ و ۰/۳ است (Ibid). ممکن است بخشی از پرسشنامه‌هایی که تکمیل می‌شوند، برای استفاده مناسب نباشند، به همین دلیل بهتر

است تعداد پرسشنامه‌ها بیشتر از مقدار برآوردی با این روش باشد. فاصله اطمینان پذیرفتنی برای این برآورد را می‌توان از رابطه (۴) به‌دست آورد (Ibid):

$$RWTP \pm (t \times d \times RWTP) \quad \text{رابطه (۴)}$$

در مطالعه حاضر، به‌منظور تعیین حجم نمونه، ابتدا ۷۲ پرسشنامه برای پیش‌آزمون تکمیل شد. انحراف معیار و میانگین WTP به‌ترتیب برابر با ۷۵۱۳۶ و ۵۶۴۵۸ ریال بود. بنابراین ضریب تغییرات برابر با ۱/۳ بود و چنانچه میزان اختلاف پذیرفتنی بین RWTP و TWTP (یا همان d)، ۲۰ درصد باشد، در سطح معناداری ۵ درصد ($t=1/96$) تعداد نمونه لازم از شهروندان با استفاده از رابطه (۳) ۱۷۰ نفر به‌دست آمد. برای انجام این آزمون تصمیم گرفته شد که تعداد ۱۸۰ پرسشنامه تکمیل شود. در جدول ۱ تعداد نمونه به‌تفکیک گروه سنی، جنس و منطقه سکونت شهری مشخص شده است. منطقه ۱ جنوب شهر قزوین شامل راه‌آهن، منتظری، مولوی و سپه؛ منطقه ۲ از سبزه‌میدان تا کانال، و منطقه ۳ شامل شهرک مینودر، شمال نوروزیان و پونک است.

جدول ۱. تعداد نمونه به‌تفکیک گروه‌های مختلف

منطقه محل سکونت			جنس			گروه سنی				
جمع (۹ نفر بی‌پاسخ)	منطقه ۳	منطقه ۲	منطقه ۱	جمع	مرد	زن	جمع	سالخورده	میانسال	جوان
۱۸۰ (۱۰۰)	۶۰ (۳۵/۱)	۶۹ (۴۰/۴)	۴۲ (۲۴/۶)	۱۸۰ (۱۰۰)	۱۰۹ (۶۰/۶)	۷۱ (۳۹/۴)	۱۸۰ (۱۰۰)	۶۰ (۳۳/۳)	۷۴ (۴۱/۱)	۴۶ (۲۵/۶)

منبع: یافته‌های تحقیق

در این مطالعه همان‌طور که گفته شد، از روش DBDC برای برآورد WTP استفاده شد. مزیت اصلی این تکنیک آن است که می‌توان مقدار ارزش حداکثر تمایل به پرداخت را از

داده‌های به‌دست‌آمده با این روش تعیین کرد. این تکنیک، از لحاظ انگیزه تکنیکی سازگار به‌شمار می‌آید. تکنیک انتخاب دوگانه دویبعدی از نظر آماری بسیار کارآمدتر از تکنیک انتخاب دوگانه تک‌بعدی است (Kanninen, 1993 & Hanemann, 1992). در این روش اگر پاسخ به مبلغ پیشنهاد اول (که از نتایج پیش‌آزمون استخراج می‌شود) مثبت باشد، مبلغ پیشنهاد دوم که دوبرابر پیشنهاد اول است مطرح می‌شود و چنانچه پاسخ به مبلغ پیشنهاد اول منفی باشد، مبلغ پیشنهاد سوم ارائه می‌شود که نصف پیشنهاد اول است.

در پژوهش حاضر به‌منظور ارزش‌گذاری خدمات گردشگری کشاورزی، پیشنهاد اول تمایل به پرداخت طبق روش هانمن (۱۹۸۴) از میانه حداکثر تمایل به پرداخت افراد در پیش‌آزمون استخراج شد. میانه، حساسیت کمتری نسبت به داده‌های پرت از خود نشان می‌دهد. میانه ۷۲ عدد پرسشنامه تکمیل‌شده، مبلغ ۵۰۰۰۰ ریال بود که به‌عنوان مبنا و مبلغ پیشنهادی اولیه در پرسشنامه‌های نهایی قرار گرفت. در این پژوهش، به‌منظور تعیین عوامل مؤثر بر احتمال پذیرش مبالغ پیشنهادی به‌عنوان تمایل به پرداخت هزینه برای خدمات گردشگری کشاورزی از سوی شهروندان، از الگوی لاجیت و نرم‌افزار Shazam و برای بررسی آمارهای توصیفی از SPSS₂₀ استفاده شد.

در مدل لاجیت، متغیر وابسته، احتمال پذیرفتن یا نپذیرفتن مبالغ پیشنهادی (۲۵۰۰۰، ۵۰۰۰۰ و ۱۰۰۰۰۰ ریال) و متغیرهای توضیحی شامل خصوصیات اقتصادی-اجتماعی پاسخ‌دهندگان (شامل سن، سال‌های تحصیل، درآمد ماهیانه خانوار، متوسط تعداد سفر به فضاهای روستایی-کشاورزی در یک سال و بعد یا اندازه خانوار) و همچنین متغیرهای مجازی شامل دارا بودن خودرو، مکان تولد و ورودیه پیشنهادی بودند. در این پژوهش، نگرش محیط‌زیستی شهروندان با استفاده از مقیاسی بررسی شد که برگرفته از ابزار نگرش‌های محیط‌زیستی (میلفونت و دوکیت^۱، ۲۰۱۰) بود. البته برای عملیاتی‌کردن این مقیاس با توجه به

1. Milfont and Duckitt

شرایط کشور و مردم، تغییراتی در آن ایجاد شد (جدول ۲). ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۱ این مقیاس که متشکل از ۱۳ گویه بود، حاکی از پایایی مطلوب آن است (کلاتری، ۱۳۸۲).

جدول ۲. ابزار نگرش‌های محیط‌زیستی

ردیف	گویه
۱	همهٔ انسان‌ها به‌نحوی در آبادانی زمین و محیط‌زیست مسئول هستند.
۲	من مایل‌م به یک گروه محیط‌زیستی بپیوندم و فعالانه در آن مشارکت داشته باشم.
۳	مایل نیستم برای حفاظت از محیط‌زیست، کمک مالی کنم.*
۴	انسان‌ها استفادهٔ بسیار نامناسبی از طبیعت دارند.
۵	من باغی را که دست‌نخورده و بکر و طبیعی است به باغی که به‌خوبی به آن رسیدگی شده و منظم است، ترجیح می‌دهم.
۶	تا جای ممکن سعی می‌کنم در استفاده از منابع طبیعی صرفه‌جویی کنم.
۷	من معتقد نیستم که انسان‌ها برای غلبه بر بقیهٔ طبیعت و بهره‌برداری بی‌رویه از آن خلق شدند.
۸	حفاظت و حفاظت از مشاغل مردم، مهم‌تر از حمایت و حفاظت از محیط‌زیست است.*
۹	مشاهدهٔ تخریب جنگل‌ها به‌منظور انجام فعالیت‌های کشاورزی (تبدیل جنگل به زمین کشاورزی) مرا غمگین می‌سازد.
۱۰	با رشد جمعیت باید به‌گونه‌ای عمل کرد که محیط‌زیست تخریب نشود.
۱۱	برخلاف توانایی‌ها و پیشرفت‌های ویژهٔ بشر، انسان‌ها نمی‌توانند همهٔ پیامدهای ناخواسته و منفی برخورد‌های مخرب با طبیعت را کنترل کنند.
۱۲	استفادهٔ نادرست انسان از طبیعت، مصداق بارز کفران نعمت پروردگار است.
۱۳	با دیدن زباله در طبیعت آزرده‌خاطر می‌شوم.

* این دو گویه، کدگذاری مجدد شده‌اند؛ اندازه‌گیری در قالب طیف لیکرت (۱: کاملاً مخالفم؛ ۵: کاملاً موافقم)؛ مواردی که زیر آنها خط کشیده شده است، مختص این مطالعه‌اند.

یافته‌ها

افراد مطالعه‌شده از نظر سنی بین ۶۹-۱۸ سال قرار دارند و میانگین سنی حدود ۳۶ سال است. بعد خانوار به‌طور متوسط ۴ نفر است. افراد مطالعه‌شده در هر شبانه‌روز به‌طور متوسط در حدود ۸ ساعت کار می‌کردند. یافته‌های تحقیق نشان دادند که افراد مطالعه‌شده به‌طور متوسط سالی

۶/۵ بار به فضاهای روستایی-کشاورزی مراجعه کرده‌اند و دامنه دفعات سفر به حومه شهر بین ۱-۳۰ بوده است. پاسخ‌دهندگان به‌طور متوسط ترجیح دادند حداکثر مسافتی که به‌عنوان گردشگر کشاورزی طی می‌کنند، حدود ۳۵/۷ کیلومتر باشد (جدول ۳). فراوانی حاکی از آن است که ۵۵/۲ درصد شهروندان ترجیح دادند حداکثر فاصله مکان عرضه خدمات گردشگری کشاورزی از محل سکونت‌شان ۲۰ کیلومتر و کمتر باشد. برخی شهروندان در انتخاب مسافت ترجیح دادند فاصله مکانی که در آن خدمات گردشگری کشاورزی ارائه می‌شود از شهر به‌گونه‌ای باشد که ازدحام و شلوغی ایجاد نشود. اما برخی دیگر نیز در تقابل با آنها مایل به نزدیکی مکان مذکور به محل سکونت خود، برای راحتی تردد بودند.

جدول ۳. آمار توصیفی برخی متغیرهای مطالعه

عنوان متغیر	میانگین	حداکثر	حداقل	انحراف معیار
سن	۳۵/۶۷	۶۹	۱۸	۱۴/۹۳
فاصله مناسب (کیلومتر)	۳۵/۴۷	۱۵۰	۱	۳۴/۲۸
درآمد ماهیانه خانوار (هزار تومان)	۱۱۲۵/۳۸	۸۰۰۰	۲۰۰	۹۶۶
تعداد دفعات مراجعه	۶/۵	۳۰	۱	۶/۶۸
متوسط ساعت‌های کار در شبانه‌روز	۸/۰۱	۱۸	۱	۳/۷۴
تعداد اعضای خانوار	۴	۸	۱	۱/۲۶

منبع: یافته‌های تحقیق

آمارهای فراوانی نشان می‌دهند که اکثریت نمونه مطالعه‌شده، یعنی ۱۳۱ نفر (حدود ۷۳ درصد) دارای خودرو بودند. ۱۳۷ نفر (حدود ۷۷ درصد) فاقد درآمد کشاورزی بودند و برای بقیه ۴۰ نفر (حدود ۲۳ درصد)، کشاورزی نقش ثانویه در سبب درآمدی‌شان داشته است. به‌ترتیب، ۱۵۰ و ۱۱۸ نفر (حدود ۸۴ و ۶۶ درصد شهروندان مطالعه‌شده)، متولد شهر و متأهل بودند (جدول ۴).

جدول ۴. فراوانی برخی متغیرهای مطالعه

نام متغیر	بلی	خیر
خودرو	۱۳۱ (۷۲/۸)	۴۹ (۲۷/۲)
درآمد کشاورزی	۴۰ (۲۲/۶)	۱۳۷ (۷۷/۴)
مکان تولد	روستا	شهر
	۲۸ (۱۵/۷)	۱۵۰ (۸۴/۳)
تأهل	متأهل	مجرد
	۱۱۸ (۶۵/۶)	۶۲ (۳۴/۴)

اعداد داخل پرانتز، نشان‌دهنده سهم هریک از مقولات از کل پاسخ‌هاست. در مواردی که مجموع پاسخ‌های مقولات کمتر از ۱۸۰ است، به دلیل داده‌های گمشده است.

منبع: یافته‌های تحقیق

در این مطالعه، امتیاز مقیاس نگرش محیط‌زیستی شهروندان در قالب سه گروه کدگذاری مجدد شد. طبق نتایج، حدود ۸۳ درصد شهروندان نگرش محیط‌زیستی متوسط به‌بالا داشتند (جدول ۵).

جدول ۵. توزیع فراوانی شهروندان براساس نگرش محیط‌زیستی

سطح نگرش محیط‌زیستی	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
ضعیف	۳۱	۱۷/۲	۱۷/۳	۱۷/۳
متوسط	۷۳	۴۰/۶	۴۰/۸	۵۸/۱
خوب	۷۵	۴۱/۷	۴۱/۹	۱۰۰
بدون پاسخ	۱	۰/۶	-	-
مجموع	۱۸۰	-	-	-

منبع: یافته‌های تحقیق

عوامل مؤثر بر احتمال پذیرش مبالغ پیشنهادی

از ۱۸۰ شهروند مصاحبه‌شونده، تعداد ۱۰۲ نفر (۵۶/۷ درصد) از شهروندان، پیشنهاد اول را پذیرفتند و تعداد ۷۸ نفر (۴۳/۳ درصد) آن را نپذیرفتند. از ۷۸ نفری که پیشنهاد نخست را نپذیرفتند، ۴۰ نفر (۵۱/۳ درصد) پیشنهاد دوم را که نصف پیشنهاد اول بود پذیرفتند.

باقی‌مانده افراد (۳۸ نفر) هیچ پیشنهادی را نپذیرفتند و تمایلی به پرداخت هزینه برای خدمات گردشگری کشاورزی نداشتند. از ۱۰۲ نفری که به پیشنهاد نخست پاسخ مثبت دادند، ۵۲ نفر (۵۱ درصد) پیشنهاد سوم را نیز که دو برابر پیشنهاد اول بود، پذیرفتند. در مجموع از میان سه پیشنهاد، ۱۴۲ نفر (۷۹ درصد) دست‌کم یکی از ۳ پیشنهاد را پذیرفتند و ۳۸ نفر (۲۱ درصد) هیچ پیشنهادی را نپذیرفتند (جدول ۶).

جدول ۶. نتایج پذیرش پیشنهادها از سوی شهروندان

تعداد کل		عدم پذیرش		پذیرش		پیشنهادها (ریال)
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۰۰	۱۸۰	۴۳/۳	۷۸	۵۶/۷	۱۰۲	۵۰۰۰۰
۱۰۰	۷۸	۴۸/۷	۳۸	۵۱/۳	۴۰	۲۵۰۰۰
۱۰۰	۱۰۲	۴۹	۵۰	۵۱	۵۲	۱۰۰۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق

در ادامه، به منظور بررسی عوامل مؤثر بر احتمال پذیرش مبالغ پیشنهادی برای پرداخت هزینه خدمات گردشگری کشاورزی از سوی شهروندان، از الگوی لاجیت استفاده شد. متغیرهای توضیحی مدل شامل خصوصیت‌های اقتصادی-اجتماعی پاسخ‌دهندگان است: سن، سال‌های تحصیل، درآمد ماهیانه خانوار، متوسط تعداد سفر به فضاهای روستایی-کشاورزی در یک سال، و بعد خانوار. متغیرهای مجازی شامل اینها هستند: دارا بودن خودرو، مکان تولد و ورودیه پیشنهادی. در جدول ۷ نتایج برآورد این الگو گزارش شده است. آماره t متغیر سن شهروند نشان می‌دهد که این متغیر معنادار نیست. علامت منفی ضریب متغیر یادشده، نشان از آن دارد که افراد جوان‌تر تمایل بیشتری به پرداخت هزینه برای خدمات گردشگری کشاورزی دارند و با کاهش سن، احتمال پذیرش تمایل به پرداخت برای خدمات گردشگری افزایش می‌یابد. ضریب متغیر سال‌های تحصیل و متوسط درآمد ماهیانه خانوار از نظر آماری معنادار نیستند.

جدول ۷. عوامل مؤثر بر احتمال پذیرش مبالغ پیشنهادی

الگوی لاجیت				متغیر
اثر نهایی	کشش در میانگین	آماره t	ضریب	
-	-	۲/۷۶	۲/۲۸***	عرض از مبدأ
-۰/۶۹	-۰/۱۲	-۲/۶۸	-۰/۲۸***	متوسط تعداد سفر به فضاهای روستایی-کشاورزی در سال
-۰/۶۰	-۰/۴۶	-۲/۴۰	-۰/۲۴***	تعداد اعضای خانوار
-۰/۲۶	-۰/۱۹	-۱/۲۹	-۰/۱۰	سن
۰/۶۰	۰/۱۴	۰/۷۵	۰/۳۴	سال‌های تحصیل
-۰/۳۴	-۰/۷۳	-۱/۰۷	-۰/۱۴	درآمد ماهیانه خانوار (۱۰ هزار ریال)
۰/۱۳	۰/۱۹	۱/۹۸	۰/۵۲**	دارا بودن خودرو (x=0 or 1)
-۰/۱۸	-۰/۳۱	-۲/۳۴	-۰/۷۹	مکان تولد (x=0 or 1)
-۰/۱۹	-۰/۲۱	-۱/۸۰	-۰/۷۷*	مبلغ پیشنهادی (۱۰ هزار ریال)
۰/۶۴				درصد صحت پیش‌بینی
۲۲/۵۶				آماره درست‌نمایی
۰/۰۰۳۹				سطح معناداری آماره درست‌نمایی
۰/۵۰				MCfadden R ²
۰/۶۸				Estrella R ²
۰/۶۹				Maddala R ²
۰/۸۹				CRAGG-UHLER R ²

علامت‌های *، ** و *** به ترتیب نشان‌دهنده معناداری در سطح ۱۰، ۵ و ۱ درصد هستند
منبع: یافته‌های تحقیق

ضریب متغیر «متوسط تعداد سفر به فضاهای روستایی-کشاورزی در سال» از نظر آماری در سطح یک درصد معنادار است و علامت منفی آن نشان می‌دهد که هرچه دفعات سفر به فضاهای روستایی-کشاورزی در یک سال بیشتر باشد، احتمال پذیرش مبلغ پیشنهادی کاهش می‌یابد. براساس کشش وزنی این متغیر، افزایش یک درصدی در متوسط تعداد سفر به فضاهای روستایی-کشاورزی در سال، احتمال پذیرش مبلغ پیشنهادی تمایل به پرداخت برای خدمات

گردشگری کشاورزی را ۰/۱۲ درصد کاهش می‌دهد. براساس اثر نهایی آن، با افزایش یک بار به متوسط تعداد سفر شهروندان به فضاهای روستایی-کشاورزی در یک سال، احتمال پذیرش مبالغ پیشنهادی ۰/۶۹ واحد کاهش می‌یابد.

ضریب متغیر «تعداد اعضای خانوار» در سطح یک درصد معنادار است و علامت منفی آن نشان می‌دهد که با افزایش بعد خانوار، احتمال پذیرش مبلغ پیشنهادی کاهش می‌یابد. مطابق کشتش وزنی متغیر «تعداد اعضای خانوار»، افزایش یک درصدی در تعداد اعضای خانوار، احتمال پذیرش مبلغ پیشنهادی تمایل به پرداخت برای خدمات گردشگری کشاورزی را ۰/۴۶ درصد کاهش می‌دهد. براساس اثر نهایی آن، با افزایش یک نفر به بعد خانوار، احتمال پذیرش مبالغ پیشنهادی ۰/۶۰ واحد کاهش می‌یابد.

ضریب متغیر دارا بودن خودرو، از نظر آماری در سطح پنج درصد معنادار است و نشان می‌دهد که افراد دارای خودرو با احتمال بیشتری مبالغ پیشنهادی را خواهند پذیرفت و علامت مثبت ضریب این متغیر نیز مطابق با انتظار است. براساس اثر نهایی این متغیر، احتمال پذیرش مبالغ پیشنهادی از سوی شهروندانی که دارای خودرو هستند، ۰/۱۳ واحد بیشتر از افرادی است که خودرو ندارند (جدول ۸). ضریب متغیر مکان تولد در سطح یک درصد معنادار است و علامت منفی آن نشان می‌دهد افرادی که محل تولدشان روستاست در مقایسه با کسانی که در شهر متولد شده‌اند، تمایل بیشتری به پرداخت هزینه برای بهره‌مندی از خدمات گردشگری کشاورزی در فضاهای روستایی-کشاورزی دارند. براساس اثر نهایی این متغیر، احتمال پذیرش مبلغ پیشنهادی از سوی شهروندان متولد روستا ۰/۱۸ واحد بیشتر از افرادی است که در شهر متولد شده‌اند. دلیل این یافته می‌تواند تجدید خاطرات کودکی متولدان روستا و وابستگی بیشتر آنها به چنین محیط‌هایی باشد. ممکن است در نگاه اول بین این یافته و اثر منفی تعداد سفر به فضاهای کشاورزی-روستایی بر تمایل به پرداخت هزینه تناقض دیده شود. توضیح این است که متولدان روستا نیز بیشتر طول عمرشان را ساکن شهر قزوین بودند و دیگر اینکه در نمونه مطالعه شده، بیشترین تعداد سفر به فضاهای مذکور، متعلق به متولدان شهر بوده است.

جدول ۸. اثر نهایی مربوط به متغیرهای مجازی مدل

متغیر	شرح	درصد احتمال پذیرش	اثر نهایی
دارابودن خودرو	X=۰ خیر	۰/۳۹	۰/۱۳
	X=۱ بله	۰/۵۲	
مکان تولد	X=۰ روستا	۰/۷۰	-۰/۱۸
	X=۱ شهر	۰/۵۲	

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج برآورد مدل لاجیت بیانگر آن است که متغیر مبلغ پیشنهادی در سطح پنج درصد معنادارست و علامت منفی نشان می‌دهد که چنانچه مبلغ پیشنهادی افزایش یابد، احتمال پذیرش آن از سوی شهروندان کاهش خواهد یافت؛ و برعکس. با توجه به برآورد کشش این متغیر، با افزایش یک درصدی در قیمت پیشنهادی، احتمال پذیرش مبلغ پیشنهادی ۰/۲۱ درصد کاهش می‌یابد. طبق اثر نهایی این متغیر، با افزایش ۱۰ هزار ریال در قیمت پیشنهادی، احتمال پذیرش مبلغ مذکور، ۰/۱۹ واحد کاهش می‌یابد. آماره درست‌نمایی که معناداری کل مدل را نشان می‌دهد، برابرست با ۲۲/۵۶، که در سطح احتمال یک درصد معنادار است. ضریب‌های R^2 مک‌فادان، مادالا، استرلا و کراگ-اولر نشان می‌دهند که متغیرهای توضیحی مدل، به‌خوبی تغییرات متغیر وابسته (تمایل به پرداخت شهروندان) را توضیح می‌دهند. اندازه پیش‌بینی صحیح در مدل برآوردی ۶۴ درصد است و مدل توانسته است سهم پذیرفتنی و بالایی از مقادیر متغیر وابسته را با توجه به متغیرهای توضیحی پیش‌بینی کند.

تمایل به پرداخت برای خدمات گردشگری کشاورزی

با توجه به ضرایب برآوردی در الگوی لاجیت، مقدار موردانتظار تمایل به پرداخت برای گردشگری کشاورزی در نمونه بررسی‌شده، از رابطه (۵) برآورد گردید:

$$WTP = \int_0^{B_{max}} \left[\frac{1}{1 + \exp(-(A + \beta B))} \right] dB \quad \text{رابطه (۵)}$$

$$A = \alpha + \beta_n M_n + \beta_{kh} M_{kh} + \beta_s M_s + \beta_t M_t + \beta_e M_e + \beta_{ma} M_{ma} + \beta_i M_i = 0.5376 \quad (۶)$$

در رابطه (۶)، $\beta_n, \beta_{kh}, \beta_s, \beta_t, \beta_e, \beta_{ma}, \beta_i$ به ترتیب ضرایب متغیرهای «متوسط دفعات سفر به نواحی روستایی-کشاورزی در طول یک سال»، «داشتن خودرو»، «سن»، «تعداد اعضای خانوار»، «تعداد سال‌های تحصیل»، «مکان تولد» و «میزان درآمد ماهیانه کل خانوار»، و $M_n, M_{kh}, M_s, M_t, M_e, M_{ma}, M_i$ به ترتیب میانگین آنها و α عرض از مبدأ الگو است. B متغیر مبلغ پیشنهادی و β ضریب برآوردی آن است.

$$WTP = \int_0^{10000} \left[\frac{1}{1 + \exp(-(0.5376 - 0.00008B))} \right] dB = 5338.97$$

بنابراین، مبلغ موردانتظار تمایل به پرداخت برای گردشگری کشاورزی در نمونه بررسی‌شده، تقریباً ۵۳۴۰۰ ریال برای هر شهروند است. یعنی هر شهروند در ازای هر بازدید به‌طور متوسط مایل بود ۵۳۴۰۰ ریال برای ورودیه و تداوم عرضه خدمات گردشگری کشاورزی و بهبود آن پردازد.

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری کشاورزی رویکرد کارآفرینانه‌ای است که اگر صحیح مدیریت شود می‌تواند آثار مثبت فراوانی بر کشاورزی داشته باشد. این رویکرد، با تقویت ارتباط بین جامعه شهری و کشاورزان پیامدهایی ازین دست را به‌دنبال دارد: کاهش طول کانال بازاریابی، به‌رسمیت شناختن و تشویق عرضه خدمات محیط‌زیستی ازسوی نظام‌های کشاورزی، ایجاد درآمد مکمل برای کشاورز، افزایش آگاهی و دانش محیط‌زیستی و کشاورزی شهروندان و بهبود نگرش آنان به منزلت کشاورزی و ارزش تولیدات آن. گردشگری کشاورزی از مهم‌ترین ابزارهای متنوع‌سازی مزرعه به‌شمار می‌رود که امروزه در مطالعات توسعه کشاورزی و به‌ویژه مدیریت بهره‌وری نیروی کار کشاورزی نیز بر آن تأکید بسیار می‌شود. باوجود بسترهای بالقوه فراوان کشور درخصوص

توسعه گردشگری کشاورزی و وجود میراث‌های کشاورزی بسیاری که جاذبه‌های مهمی برای جذب گردشگر و درآمدزایی قلمداد می‌شوند، نهادهای متولی هیچ دستورکار مشخصی برای توسعه نظام‌مند و نهادینه‌شده این کسب‌وکارها ندارند. مطالعه‌ای درخصوص تبیین تقاضای بالقوه برای خدمات گردشگری کشاورزی در جامعه و عوامل اثرگذار بر آن انجام نشده است. یافته‌های مطالعه حاضر نشان دادند که فقط ۲۱ درصد افراد مطالعه‌شده، تمایلی به پرداخت هزینه برای خدمات گردشگری کشاورزی نداشتند.

نتایج برآورد مدل لاجیت نشان داد که متغیر پیشنهادی در سطح پنج درصد معنادار است و علامت منفی آن بدین معنی است که چنانچه مبلغ پیشنهادی افزایش یابد، احتمال پذیرش آن از سوی شهروندان کاهش می‌یابد و برعکس. با توجه به معناداری متوسط تمایل به پرداخت شهروندان (۵۳۴۰۰ ریال) و از آنجاکه در حدود ۸۰ درصد شهروندان بررسی شده، یکی از سه مبلغ پیشنهادی برای خدمات گردشگری را پذیرفتند، می‌توان نتیجه گرفت که بازار بالقوه مناسبی برای بنگاه‌های گردشگری کشاورزی وجود دارد.

درخصوص عوامل مؤثر بر احتمال پذیرش مبالغ پیشنهادی به‌عنوان پرداخت هزینه برای خدمات گردشگری کشاورزی، ضریب متغیر «متوسط تعداد سفر به فضاهای روستایی-کشاورزی در سال» از نظر آماری در سطح یک درصد و به‌صورت منفی معنادار شد. علت این امر شاید تکراری بودن فضاهای کشاورزی برای افرادی باشد که در طول یک سال مسافرت زیادی به این نواحی داشتند و تازگی و جذابیت آن برای‌شان از بین رفته است. خاطره و تجربه نامطلوب بازدیدهای قبلی نیز می‌تواند از دیگر دلایل این امر باشد. معمولاً افرادی که در طول یک سال دفعات زیادی به فضاهای روستایی-کشاورزی مسافرت می‌کنند، کسانی هستند که خود یا بستگان نزدیک‌شان در روستا زمین کشاورزی دارند یا ساکن روستا هستند. این قبیل افراد ترجیح می‌دهند به‌جای پرداخت پول برای خدمات گردشگری کشاورزی از واحد تولیدی خودشان استفاده کنند.

در مجموع می‌توان نتیجه‌گیری کرد که احتمال پذیرش مبلغ پیشنهادی در تمایل به پرداخت برای خدمات گردشگری کشاورزی از سوی اشخاصی که حضور کمتری در محیط‌های کشاورزی-روستایی دارند، بیشتر از بقیه شهروندان است و دست‌اندرکاران توسعه گردشگری کشاورزی باید این موضوع را در طراحی راهبردهای بازاریابی مدنظر قرار دهند. این موضوع نویدبخش شکل‌گیری بازار مهمی برای گردشگری کشاورزی است، چراکه طبق برآوردها، نرخ شهرنشینی روبه افزایش است و آشنایی با فعالیتهای کشاورزی و ابعاد آن، برای نسل آتی تجربه دل‌انگیزی خواهد بود.

از سوی دیگر، ضریب معنادار و منفی متغیر «تعداد اعضای خانوار» نشان داد که با افزایش بعد خانوار، احتمال پذیرش مبلغ پیشنهادی کاهش می‌یابد. می‌توان چنین تفسیر کرد که افزایش بعد خانوار سبب افزایش هزینه‌های سفر از قبیل هزینه خوراک، سرپناه، و کرایه سفر (بلیت) می‌شود؛ از این رو تقاضا برای گردشگری با افزایش بعد خانوار کاهش می‌یابد. افزون‌براین، خانوارهای پرجمعیت‌تر وقت فراغت کمتری در مقایسه با خانوارهای کم‌جمعیت‌تر دارند. البته این به مفهوم رضایت از زندگی کمتر در خانوارهای پرجمعیت نیست. با توجه به این نتیجه، برنامه‌ریزان گردشگری و نهادهای بازاریاب کشاورزی باید خانوارهای کم‌جمعیت‌تر و جوان‌تر را در اولویت قرار دهند. این یافته، برخلاف نتیجه تحقیق راعی جدیدی و صبوچی صابونی (۱۳۹۰، ۵۳) و هم‌سو با یافته‌های راحلی و همکاران (۱۳۸۹، ۵۹) است.

در پژوهش حاضر، متغیر درآمد اثر معناداری بر احتمال پذیرش مبلغ پیشنهادی نداشت. دلیل آن می‌تواند وجود طیف‌های مختلف درآمدی در نمونه بررسی شده باشد، که به خاطر درآمدها و ترجیحات متفاوت، تقاضا و تمایل به پرداخت متفاوتی برای خدمات گردشگری کشاورزی داشتند. از سوی دیگر، ضریب این متغیر منفی بود. کاهش تقاضا برای خدمات گردشگری با افزایش درآمد، می‌تواند حاکی از آن باشد که در نمونه بررسی شده، این خدمت از نوع کالاهای پست است؛ یعنی با افزایش سطوح درآمدی و در درآمدهای بالاتر، افراد تفریحات لوکس‌تری را تقاضا می‌کنند و ترجیحات‌شان متفاوت با افراد کم‌درآمد است. اقبال ثروتمندتر

حجت ورمزیاری و همکاران برآورد میزان تمایل به پرداخت شهروندان برای خدمات...

احتمالاً گردشگری در اروپا، دویی و مکان‌های با وجهه بالاتر را بر گردشگری کشاورزی ترجیح می‌دهند. تحقیق ژو و وو (۲۰۱۲، ۱۷۷) نیز این امر را تأیید می‌کند.

تقدیر و تشکر

در اینجا لازم است از آقای مصطفی بنی‌اسدی که در انجام این تحقیق ما را یاری کردند، کمال تقدیر و تشکر به عمل آید.

منابع

- پیام جهاد کشاورزی، ۱۳۸۹، حفظ باغستان‌های سنتی قزوین به‌عنوان یک میراث گرانبها، روابط عمومی وزارت جهاد کشاورزی، دسترسی در:
- <http://www.pr.maj.ir/portal/Home/ShowPage.aspx?Object=Instruction&CategoryID=f61738b7-c4a4-486f-97af-8e68fa464125&LayoutID=0b87fa63-6fbf-4ac2-81bf-4dbae96a6210&ID=5806ed5e-a982-4da2-8bff-ed18e1f332ec>.
- راحلی، حسین؛ خداوردیزاده، محمد و نجفی علمدارلو، حامد، ۱۳۸۹، برآورد ارزش تفریحی روستای بند ارومیه به‌روش ارزش‌گذاری مشروط، مجله تحقیقات اقتصاد کشاورزی، ۲ (۴)، صص. ۶۲-۴۹.
- راعی جدیدی، مه‌ری و صبوحی صابونی، محمود، ۱۳۹۰، برآورد میزان تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان روستای تفریحی کردشت واقع در استان آذربایجان شرقی، علوم محیطی، ۸ (۳)، صص. ۴۷-۵۶.
- زاهدی، شمس‌السادات، ۱۳۸۸، توسعه پایدار، انتشارات سمت.
- فتاحی، احمد؛ یزدانی، سعید؛ حسینی، صفدر و صدر، کاظم، ۱۳۹۰، ارزش‌گذاری تفریحی آب‌های زیرزمینی دشت یزد-اردکان، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۲-۴۲ (۲)، صص. ۱۶۲-۱۵۳.
- کلانتری، خلیل، ۱۳۸۵، پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی، نشر شریف.
- کلانتری، خلیل؛ ورمزیاری، حجت و عباس عسکری ندوشن، ۱۳۹۲، چشم‌انداز آینده جمعیت روستایی و چالش‌های مدیریت توسعه پایدار روستایی در ایران، فصلنامه روستا و توسعه، ۱۶ (۲)، صص. ۲۳-۱.

مولائی، مرتضی و کاوسی کلاشمی، محمد، ۱۳۹۰، برآورد ارزش حفاظتی گل سوسن چلچراغ با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط با انتخاب دوگانه یک‌بعدی، فصلنامه اقتصاد و توسعه کشاورزی، ۲۵ (۳)، صص. ۳۲۲-۳۲۹.

- Frater, J., 1983, **Farm Tourism in England: Planning, Funding, Promotion and some Lessons from Europe**, *Tourism Management*, 4(3), PP. 167-179.
- George, Holly and Rilla, Ellen L., 2005, **Agritourism and Nature Tourism in California**, University of California (System), ANR Publications.
- Hanemann, W.M., 1992, **Pricing in European Environment**, Scandinavian University press, Oslo.
- Hummelbrunner, R., & Miglbauer, E., 1994, **Tourism Promotion and Potential in Peripheral Areas: The Austrian case**, *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1+2), PP. 41-50.
- Huylenbroeck, Guido Van and Durand, Guy, 2003, **Multifunctionality Agriculture: A New Paradigm for European Agriculture and Rural Development (Perspectives on Rural Policy and Planning)**.
- Kanninen, B.J., 1993, **Design of Sequential Experiments for Contingent Valuation Studies**, *Journal of environmental economics and management*, 25, PP. 1-11.
- Knudsen, Daniel C., 2007, **Post—Productivism in Question: European Agriculture, 1975-1997**, *The Industrial Geographer*, Volume 5, issue 1, PP. 21-43.
- Liu, Abby, 2006, **Tourism in Rural Areas: Kedah, Malaysia**, *Tourism Management*, 27, PP. 878-889
- Mascarenhas, M., 2001, **Farming Systems Research: Flexible diversification of a small family farm in southeast Michigan**, *Agriculture and Human Values*, 18, PP. 391-401.
- Milfont, Taciano L. and Duckitt, John, 2010, **The Environmental Attitudes Inventory: A valid and reliable measure to assess, the structure of environmental attitudes**, *Journal of Environmental Psychology*, 30, PP. 80-94.
- Mitchell, R.C. and Carson, R.T., 1989, **Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method**, Washington, DC.
- Nilsson, P., 2002, **Staying on Farms: An ideological background**, *Annals of Tourism Research*, 29(1), PP. 7-24.

- Northcote, Jeremy and Alonso, Abel D., 2010, **Factors Underlying Farm Diversification: the case of Western Australia's olive farmers**, Agric Hum Values DOI 10.1007/s10460-010-9274-x.
- Nuva, R. and Mad Nasir Shamsudin, 2009, **Willingness to Pay towards the Conservation of Ecotourism Resources at Gunung Gede Pangrango National Park, West Java, Indonesia**, Journal of Sustainable Development, 2 (2), PP. 173-186.
- Opperman, M., 1996, **Rural Tourism in Southern Germany**, Annals of Tourism Research, 23(1), PP. 86-102.
- Reynisdottir, Maria and Song, Haiyan and Agrusa, Jerome, 2008, **Willingness to Pay Entrance Fees to Natural Attractions: An Icelandic case study**, Tourism Management 29, PP. 1076-1083.
- Schaneman, Angela, Accessed in 2010, **Nebraska's Guide to Agritourism & Eco-Tourism Development**, The Nebraska Department of Economic Development, Division of travel and tourism, Lincoln, NE.
- Sharpley, Richard and Vass, Adrian, 2006, **Tourism, Farming and Diversification: An attitudinal study**, Tourism Management, 27, PP. 1040-1052.
- Sharpley, Richard, 2002, **Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification: The case of Cyprus**, Tourism Management, 23, PP. 233-244.
- Southern Maryland Resource Conservation and Development Board, Inc. (SMRCDB), 2004, **Taking the First Step: Farm and Ranch Alternative Enterprise and Agritourism Resource Evaluation Guide with Technical and Financial Assistance from the United States Department of Agriculture**, Natural Resources Conservation Service (NRCS), Resource Economics and Social Sciences Division.
- Tonts, M., and J. Selwood, 2003, **Niche Markets, Regional Diversification, and the Reinvention of Western Australia's Sandalwood Industry**, Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, 94, PP. 564-575.
- Wilson, G.A., 2004, **The Australian Landcare Movement: Towards 'post-productivist' rural governance?**, Journal of Rural Studies, 20(4), PP. 461-484.
- Zhu, Haibo and Wu, Ruihu, 2012, **Study on Urban Residents' Willingness to Buy the Products of Rural Tourism**, iBusiness, 4, PP. 173-177.