University of Sistan and Baluchestan

Stable Economy Journal

Online ISSN: 2821 - 1049

Iranian Scientific Social Welfare Association

Economic Evaluation of Historical Tourist Attraction and Analysis of Its Affecting Factors (Case Study: Golan Historical Neighborhood of Hamadan)

Saeed Dehghan Khavari [1] | Golnoush Jabbari [2] | Seyed Hossein Mirjalili[3]

1. Corresponding Author, Assistant Professor, Department of Economics, Meybod University, Meybod, Iran. E-mail: saeed.khavari@gmail.com
2. Ph.D. candidate in Tourism, Department of Tourism, Faculty of Humanities, University of Sience and Art, Yazd, Iran. E-mail: g.jabbari@stu.sau.ac.ir
3. Professor of Economics, Faculty of Economics, Institute for Humanities and Cultural Studies, Tehran, Iran. E-mail: h.jalili@ihcs.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 18June2023
Revised in revised form:14July2023
Accepted: 12August2023
Published online:20August2023

JEL:

Keywords:
Conditional Economic, evaluation, Tourism Economics, Urban tourism Multi level orderd Logestic

ABSTRACT

This paper aims at determining the economic value of historical neighborhood of Jolan in Hamadan city in Iran. The research method is an applied study and a descriptive-analytical argument. The statistical population is tourists in the historical neighborhood of Jolan, which was surveyed from 347 people randomly by questionnaire. We examined the determinants and their impact on various payment willingness using four models and multi-level ordered logistics method.

The results show that the stated willingness to one time payment is 40 thousand Tomans and the willingness to annually payment, as well as willingness to protect and prevent its destruction as a per capita tax are 24 thousand Tomans.

Also, interest in visiting historical neighborhoods, education, and employment are the most important factors that can be considered. The results of the conditional one time payment model show that education, interest, and number of annual visits are factors that have influenced the approval or rejection of the specified limit (35,000 Tomans).

Cite this article: Dehghan Khavari, S., Jabbari, G. & Mirjalili, S. (2023). Economic Evaluation of Historical Tourist Attraction and Analysis of Its Affecting Factors, *Stable Economy Journal*,4(2), 76-111. DOI: 10.22111/sedj.2023.45941.1356

© The Author(s).
Publisher: University of Sistan and Baluchestan
DOI: 10.22111/sedj.2023.45941.1356

Extended abstract:

Introduction

Tourism, as the second largest field of service activity, is an important element for economic development and improving life in different human societies. Tourism, as the most dynamic economic and social activity, has grown and developed significantly. Also, tourism is considered as an effective activity for promoting the livelihood, employment, and the culture of countries. Economists have called tourism an invisible export, due to the importance of tourism industry in economic, social, and cultural development. In this regard, urban tourism is considered and analyzed in different fields. A kind of urban tourism is visiting cultural and natural heritage. Cultural heritage includes works of art, architecture, and cultural achievements, as well as ideas, norms, and common understanding of the living environment inherited from the past. Historic districts, cities, and streets, which are considered as historical and cultural heritage, are now recognized as assets in need of protection. Therefore, protecting, maintaining, and revitalizing historical areas within the city, with economic incentives, makes these areas gain economic profit, on the one hand, and create an opportunity for effective protection, on the other hand. For this reason, these spaces provide more services to tourists than to local people, and therefore, culture-based economy is currently an important part of the city's tourism economics.

Background and innovation

Iran is among the top nine countries in the world in terms of having historical buildings and ancient places in cities, and in terms of ecotourism attractions, Iran is among the top ten countries in the world. The economic valuation of historical places has not been addressed and there is very few published studies on this topic in Iran, while this issue has been addressed in the economic literature. Also, dealing with the economic valuation of a historical neighborhood as a tourist attraction and the method applied in this paper are the innovation and pioneering. In this paper, we addressed the valuation of a historical neighborhoods of Hamadan city. The purpose of the study is to determine the economic and recreational value of Jolan Hamedan as a historical neighborhood using the conditional valuation method (CVM) and to specify the determinants of visitors' willingness to pay based on four models. Therefore, the primary question is about the visitors' willingness to pay. In this regard, we examined the determinants of willingness to pay.

Purpose and method

In order to estimate the economic value of Jolan historical neighborhood, we utilized revealed preferences such as travel cost and conditional valuation method. The conditional valuation method is a widely used method in valuation studies which based on real data can provide better real values regarding the cost of regional trips. To quantify the benefits of goods and services, it is necessary to value them. Since the benefits of goods and services are in the form of economic and non-economic benefits, in their valuation, we need to consider both categories of benefits, which is called total economic valuation. The economic benefits of goods and services are often evaluated in the market and priced. However, the benefits of non-market goods and services such as public goods and non-economic benefits need to be assessed. To this end, both revealed preference method and stated preferences method used to evaluate the benefits. In the stated preferences

method, by designing a hypothetical market for a product without a price, people are asked about their willingness to pay (WTP) or their willingness to accept (WTA) in order to improve or not to improve the quality of their desired product. WTP is to evaluate receiving benefits from goods or services, and WTA measures a person's willingness to give his assets. In this regard, the contingent valuation method is used to measure people's willingness to pay for environmental services and antiquities. In order to determine the effect of the determinants of willingness to pay, we utilized multi-level ordinal logistic and conditional logit models and Stata and EViews software. We conducted multi-level ordinal logistic method using cross-sectional data to estimate significant factors impacting on the willingness to make actual payments (expenses made), tax sources, willingness to pay annually for the protection of the historical neighborhood and willingness to pay once. We also conducted conditional logit model (CLM) to determine the factors affecting the willingness to pay based on the determined limit. The characteristic of the boundaries determined in the dependent variable is their status of zero and one. Therefore, according to the objective mentioned in the second method, the dependent variable (willingness to pay) is assigned the values of zero and one, based on which we used the econometric model of binary choice, i.e. a model with a binary dependent variable.

Results

According to the results obtained from the questionnaires, in terms of frequency, more than half of the respondents are in the age group of 20 to 40 and 65% of them have university education, which shows that young and educated people visit the historical neighborhood. Also, half of the visitors have used a private car. It implies that the urban tourism managers need to provide the necessary infrastructure such as parking, signals, appropriate traffic routes, etc. to facilitate the visits of people using private vehicles. Among the results obtained from the three models, which analyzed the determinants of willingness to pay from tax sources, willingness to pay annually for the protection of the historical neighborhood, and willingness to pay once, the interest in visiting the historical neighborhoods in all three models was positive and significant. Also, the age, education and willingness to visit are significant in two models and have positive effects on the dependent variable.

اقتصاد باثبات

شاپا الکترونیکی: ۱۰۴۹-۲۸۲۱

ارزشگذاری اقتصادی جاذبه تاریخی گردشگری و تحلیل عوامل مؤثر بر آن (موردمطالعه: محله تاریخی جولان شهر همدان)

سعید دهقان خاوری [۱] | گلنوش جباری [۲] | سید حسین میرجلیلی [۳]

۱. نویسنده مسئول، استادیار، گروه اقتصاد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه میبد، میبد، ایران. رایانامه:۲ saeed.khavari@gmail.com. دانشجوی دکتری گردشگری، گروه گردشگری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران. رایانامه g.jabbari@stu.sau.ac.ir.

۳. استاد، گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران. رایانامه: h.jalili@ihcs.ac.ir

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۳/۲۸

تاریخ ویرایش:۱۴۰۲/۴/۲۳

تاریخ پذیرش : ۱۴۰۲/۵/۲۱

تاریخ انتشار:۱۴۰۲/۵/۲۹

JEL:
L83,C31,Q51,R11

واژه‌های کلیدی:
ارزش‌گذاری اقتصادی مشروط
اقتصاد گردشگری
گردشگری شهری
لجستیک ترتیبی چند سطحی

چکیده

حفظ و احیای محله‌های تاریخی یکی از ضروریات توسعه گردشگری شهری به‌عنوان میراث گران بهایی از گذشتگان و بخشی از هویت تاریخی جوامع بشری محسوب می‌شود، که منجر به نشاط و سرزندگی شهر در راستای توسعه گردشگری پایدار می‌گردد. لذا رویکرد گردشگری شهری محله‌های تاریخی در جهت حفظ و احیاء بافت تاریخی و همچنین منافع اقتصادی و درآمدهای پایدار تأثیرگذار است. این مقاله به تعیین ارزش اقتصادی محله تاریخی جولان در شهر همدان می‌پردازد. روش پژوهش از نوع کاربردی بوده و به‌صورت توصیفی- تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش، گردشگران محله تاریخی جولان می‌باشد که به‌صورت تصادفی از ۳۴۷ نفر در قالب پرسشنامه، نظرسنجی شده است. همچنین با بهره‌گیری از ۴ الگو و روش لجستیک ترتیبی چند سطحی، عوامل و میزان اثرگذاری آن‌ها بر انواع تمایلات پرداخت، محاسبه گردیده است. به دلیل وجود تمایل به پرداخت ها در سطوح مختلف، استفاده از این روش می‌تواند عوامل مؤثر را با دقت بالاتر اندازه‌گیری نماید. همچنین خطا در اطلاعات اظهارشده در صورت وجود، اثر کمتری بر خروجی مدل در این روش نسبت به رگرسیون معمولی دارد. نتایج نشان‌دهنده آن است تمایل به‌یکبار پرداخت اظهارشده ۴۰ هزار تومان و تمایل به پرداخت سالیانه و همچنین جهت حفاظت و نیز جلوگیری از نابودی آن به‌صورت مالیات سرانه ۲۴ هزار تومان است. همچنین علاقه‌مندی به تماشای محله‌های تاریخی، تحصیلات و اشتغال به‌عنوان مهم‌ترین عوامل اثرگذار مشخص‌شده است. نتایج مدل مشروط یک‌بار پرداخت نیز نشان می‌دهد که تحصیلات، علاقه‌مندی و تعداد دفعات بازدید سالانه، عواملی هستند که بر تأیید یا رد درخواست پرداخت مرز تعیین‌شده (۳۵۰۰۰ تومان) تأثیرگذار هستند.

استناد: دهقان خاوری، سعید، جباری، گلنوش و میرجلیلی، سید حسین. (۱۴۰۲). ارزشگذاری اقتصادی جاذبه تاریخی گردشگری و تحلیل عوامل مؤثر بر آن (موردمطالعه: محله تاریخی جولان شهر همدان). *اقتصاد باثبات*، 4 (2)، ۷۶-۱۱۱

DOI: 10.22111/sedj.2023.45941.1356

ناشر: دانشگاه سیستان و بلوچستان

حق‌مؤلف © نویسندگان.

۱. مقدمه

گردشگری به‌عنوان دومین رشته فعالیت بزرگ خدماتی، ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی و بهبود زندگی در جوامع مختلف بشری است. گردشگری به‌عنوان پویاترین فعالیت اقتصادی و اجتماعی، رشد و توسعه چشمگیری داشته است(مولایی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۳).

همچنین گردشگری به‌عنوان فعالیتی مؤثر برای رونق بخشیدن به وضعیت معیشت، اشتغال و اشاعهٔ فرهنگ کشورها محسوب می‌شود (*Kachniewska*، ۲۰۱۵: ۵۰۸). به‌طوری‌که اقتصاددانان به دلیل اهمیت صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها آن را صادرات نامرئی نامیده‌اند(شرزه ای و دلیری، ۱۳۹۱: ۴).

در این خصوص گردشگری شهری موردتوجه می‌باشد که در زمینه‌های مختلف موردبررسی و تحلیل قرار می‌گیرد. یکی از انواع گردشگری شهری، بازدید از میراث فرهنگی و طبیعی است. میراث فرهنگی شامل آثار هنری، معماری و دستاوردهای فرهنگی و نیز اندیشه‌ها، هنجارها و فهم مشترک محیط زندگی است که از گذشتگان به ارث رسیده است(طهماسبی زاده و کریمی اورگانی، ۱۳۹۷: ۳۷۶).

نواحی، شهرها و خیابان‌های تاریخی که به‌عنوان میراث تاریخی و فرهنگی در نظر گرفته می‌شوند ، اکنون به‌عنوان دارایی موردنیاز برای حفاظت شناخته می‌شوند. بنابراین حفاظت، نگهداری و احیاء نواحی تاریخی درون‌شهری ، باانگیزه‌های اقتصادی ، باعث می‌شود که این مناطق از یک‌سو سودآوری اقتصادی پیدا کنند و از طرف دیگر فرصتی برای حفاظت مؤثر ایجاد کنند. به همین منظور، این فضاها به گردشگران بیشتر از افراد محلی خدمات ارائه می‌دهند و ازاین‌رو در حال حاضر اقتصاد بر مبنای فرهنگ از بخش‌های مهم اقتصاد گردشگری شهر است (*Yulu & Kapan*، ۲۰۲۰: ۱۵).

از طرف دیگر میراث فرهنگی- تاریخی از مهم‌ترین عناصر هویتی شهرها به شمار می‌روند که حفاظت و نگهداری و احیاء آن‌ها از اهداف مهم برنامه ریزان و مدیران شهری و گردشگری محسوب می‌شود. در حال حاضر این امر مستلزم تأمین منابع مالی کلانی می‌باشد. محدودیت بودجه دولت و بالا بودن هزینه‌های مراقبت و نگهداری از آثار باستانی و نیز ایجاد زیرساخت‌های توسعه ایی این مجموعه‌ها، لزوم تأمین مالی از طریق جانب بازدیدکنندگان را خاطرنشان می‌کند(بلالی و ابراهیمی، ۱۳۹۸: ۳۸).

هم‌چنین، کاهش تعاملات اجتماعی و بحران‌های هویتی ایجادشده، پیامد عدم توجه به فضای شهرها و محله‌های تاریخی و هویت اصلی آن‌هاست (*Behzad Far*، ۲۰۰۸:۷۷). در این راستا و با هر دو هدف اقتصادی و فرهنگی، حفظ و احیاء محله‌های تاریخی از ضروریات برنامه‌ریزی در زمینه گردشگری شهری می‌باشد. همچنین با توجه به موارد ذکرشده می‌توان گفت یکی از اقداماتی که در

این زمینه و برای شناساندن مناطق مستعد گردشگری می‌تواند انجام گیرد، برآورد ارزش اقتصادی این مناطق است. ازآنجایی‌که حفظ، حراست و اماده‌سازی مکان‌های باستانی برای بازدید عمومی نیازمند صرف هزینه است و این هزینه به‌طورمعمول به‌وسیله دولت و دریافت ورودیه از بازدیدکنندگان تأمین می‌شود، لذا برای تعیین هزینه بهینه و میزان مبلغ بهینه‌ی ورودی، محاسبه ارزش اقتصادی این مکان‌ها ضروری است. (آزادی و همکاران، ۱۳۹۴)

طبق آمارهای سالیانه سازمان جهانی گردشگری در بین انواع گردشگری، گردشگران بیشتر تمایل دارند از آثار و جاذبه‌های تاریخی ازجمله آثار باستانی و تاریخی و جاذبه‌های فرهنگی و محلات و مناطق باستانی دیدن نمایند. ازاین‌رو آثار باستانی جایگاه مهمی در صنعت گردشگری ایفا می‌کند. (اپرا جونقانی و همکاران، ۱۴۰۱)

در این میان ایران ازلحاظ داشتن ابنیه‌ی تاریخی و بافت باستانی در شهرها جزو نه کشور نخست دنیا و ازلحاظ جاذبه‌های اکو توریستی در میان ده کشور برتر دنیا قرار دارد (سایه میری و نظری، ۱۳۹۹). این در حالی است که در اقتصاد ایران به موضوع ارزشگذاری اقتصادی محلات تاریخی پرداخته نشده و پژوهش‌های این مقوله بسیار اندک می‌باشد در حالیکه این موضوع در ادبیات اقتصادی موردتوجه قرارگرفته است. همچنین پرداختن به ارزشگذاری اقتصادی در قالب یک محله تاریخی به‌عنوان جاذبه گردشگری و با روش انجام‌شده در این مقاله برای اولین بار صورت می‌گیرد. در پژوهش حاضر به ارزشگذاری یکی از محله‌های تاریخی شهر همدان پرداخته‌شده است. همدان با ابنیه و بافت ارزشمند تاریخی خود، پایتخت تاریخ تمدن ایران به شمار می‌رود. حفظ محله‌های تاریخی همدان هزینه زا است (هزینه‌های حفاظت و نگهداری) ازاین‌رو با توجه به پتانسیل و اهمیت محله‌های تاریخی همدان ازنظر ارزش اقتصادی و فرهنگی، در پژوهش حاضر به ارزشگذاری آن پرداخته‌شده است. هدف از این پژوهش تعیین ارزش اقتصادی و تفرجی محله تاریخی جولان همدان با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط (CVM[1]) و عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان در قالب چهار الگو می‌باشد. بنابراین سؤال اصلی پژوهش این است که تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان چه میزان است. همچنین در این راستا عوامل تعیین‌کننده تمایل به پرداخت بررسی می‌شود.

سازمان‌دهی مقاله به‌صورت زیر است: پس از مقدمه، در بخش دوم ادبیات نظری و در بخش سوم، پیشینه پژوهش ارائه‌شده است. در بخش چهارم به معرفی منطقه موردمطالعه پرداخته‌شده است.

[1] Conditional Valuation Method

بخش پنجم اختصاص به بیان روش پژوهش دارد. بخش ششم به ارائه یافته‌های پژوهش می‌پردازد. در بخش آخر به نتیجه‌گیری پرداخته‌شده است.

۲. ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق

گردشگری شهری به دلیل رشد سریع اقتصادی و افزایش درآمدها، به‌ویژه در کشورهای آسیایی و افزایش رقابت بین کشورها برای بازاریابی گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این راستا نواحی شهری به علت جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی ، اغلب مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند .شهرها معمولاً جاذبه‌هایی همچون موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، مراکز خرید و مکان‌های تاریخی دارند که جاذب گردشگرند(شری زاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۹).

از طرفی دیگر با توجه به اهمیت گردشگری در دنیای امروز و رقابتی شدن بازار گردشگری در سرتاسر مقصدهای جهان مقاصد گردشگری رقابت فزاینده‌ای با یکدیگر برای جذب گردشگران دارند (زال و همکاران، ۱۳۹۹: ۴۴). ازاین‌رو اگرچه گردشگری در ابتدا غالباً دارای اهداف رفاهی و تفریحی بود اما در حال حاضر دارای اهداف اقتصادی و فرهنگی است و ابزاری برای تبادل و تعامل میان فرهنگ‌ها می‌باشد و گردشگری شهری را می‌توان علاوه بر شناسایی و احترام به میراث فرهنگی جوامع به‌عنوان نوعی کنش متقابل فرهنگی منجر به توسعه مدنی آن‌ها و حفظ و احیای ارزش‌های تاریخی و فرهنگی پیشینیان دانست (امین زاده و دادرس، ۱۳۹۱: ۱۰۳).

ضرورت آگاهی از ارزش اقتصادی مکان‌های تاریخی و گردشگری و عوامل مؤثر بر آن ازنظر ایجاد اشتغال، تولید، درآمد منطقه و همچنین سرمایه‌گذاری عمومی و سیاست‌گذاری مناسب برای بهبود کیفی آن از اهمیت بسیاری برخوردار است. همچنین تجزیه‌وتحلیل عوامل مؤثر بر خواسته‌های مردم ازنقطه‌نظر اقتصادی و اجتماعی می‌تواند به‌پیش بینی نیازها و کمبودهای مناطق گردشگری کمک‌های فراوانی کند. ازجمله این عوامل، ارزشی است که مردم برای بازدید و استفاده از این مکان‌ها و مناطق گردشگری قائل هستند که درواقع جزء منافع مستقیم این‌گونه اماکن بوده و مردم آن را بابیان مبالغ یا تمایل به پرداخت ابراز می‌کنند(تیمور نژاد و همکاران، ۱۳۹۸).

درواقع گردشگری موفق خواهد بود که علاوه بر رفع نیاز گذران اوقات فراغت گردشگران در شهر، به مقوله شناخت و درک معنا و تاریخ آن شهر پاسخگو باشد. بنابراین گردشگری شهری امروزه بافرهنگ و هویت شهرها گره‌خورده است(اسحاقیه فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۳). هم‌چنین مکان‌هایی با میراث فرهنگی منحصربه‌فرد و قابل‌عرضه مدت‌هاست که به دلیل منابع میراثی خود در بازار

گردشگری دارای مزیت رقابتی هستند. این امر به‌ویژه در مورد شهرهای تاریخی صدق می‌کند (۳۹۰ :۲۰۲۰ ،*Lak and et al*).

در این میان محله‌های فرهنگی به‌عنوان مقاصد گردشگری مکان عرضه سرمایه گردشگری هستند که هویت متمایز جامعه مقصد را برجسته و مورد تشویق بازدیدکنندگان داخلی و بین‌المللی قرار می‌دهند(خان محمدی و قلعه‌نویی، ۱۳۹۵: ۷۲).

محدوده بافت های تاریخی به علت وجود جاذبه‌های معماری، فرهنگی و بناهای باارزش که نمادی از شرایط اقتصادی و اجتماعی و اعتقادی دوران قدیم می‌باشد، خود نوعی از مقاصد مهم گردشگری محسوب می‌شوند(خضر لوی اقدم و همکاران، ۱۳۹۷: ۵۱۲). علاوه بر این، تصویر مقصد پدیده مهمی برای پویایی گردشگری و تعیین جاذبه‌های گردشگری است (۱۹۲ :۲۰۱۹ ،*Güngör & Uysal*).

در این راستا حفاظت و احیای محله‌های تاریخی - فرهنگی منجر به حفظ و استفاده مجدد از ساختمان‌های تاریخی محله و ترویج و توسعه فرهنگ محلی و تشویق و توسعه کسب‌وکار خواهد شد. بنابراین بازسازی و احیای محله‌ها و آثار تاریخی که بیشتر در منطقه داخلی شهر واقع‌شده ، اکنون بخشی جدایی‌ناپذیر از سیاست‌های برنامه‌ریزی شهری است و نقشی اساسی در گردشگری شهری دارند. (۷۶ :۲۰۱۹ ،Chandan & Kumar).

باوجوداینکه صنعت گردشگری نمادی از هویت فرهنگی است که می‌تواند یکی از اصلی‌ترین منابع درآمد هم باشد و از منظر صنعت گردشگری وجود بناهای تاریخی علاوه بر آنکه ابزار مهمی در انتقال فرهنگ گذشته یک شهر است، پتانسیل درآمدزایی و اشتغال‌زایی بالایی را نیز در خود دارد. بااین‌وجود، بخش قدیمی شهرهای ما، امروز در معرض تهدید جدی واقع‌شده‌اند و در آستانه حذف از سیمای شهرها قرارگرفته‌اند(مؤمنی و هاشمی، ۱۳۹۸: ۶۵).

هم‌چنین در الگوی توسعه سنتی گردشگری، دولت‌ها در توسعه منابع گردشگری برای دستیابی به منافع عظیم اقتصادی بسیار فعال بوده‌اند. بنابراین توسعه گردشگری در بافت های تاریخی نه‌تنها باعث حفظ و احیاء آن‌ها می‌شود بلکه منجر به رونق اقتصادی و پویایی اجتماعی در مراکز شهری و بافت های تاریخی می‌شود(حسینی تهرانی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۴). از طرفی تأثیرات اقتصادی ناشی از گردشگری میراثی معمولاً با درآمد مرتبط با گردشگری از طریق هزینه‌های ورودی همراه است (۵: ۲۰۱۹ ،*Zarlenga & Morató*). بخصوص این موضوع می‌تواند در راستای تکمیل و تقویت زنجیره تأمین بخش گردشگری شامل منبع، تأمین‌کنندگان، تبدیل‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، خرده‌فروشی‌ها و مصرف‌کنندگان اثرگذار باشد. به‌بیان‌دیگر احیاء محله‌های تاریخی می‌تواند در ارتقاء سطوح

پایین‌دستی، میان دستی و بالادستی زنجیره تأمین بخش گردشگری کمک نماید. (دهقان خاوری و درخش، ۱۴۰۰)

در این راستا ، در سال‌های اخیر، این بحث مطرح‌شده است که با توجه به ارزش منابع گردشگری، در طولانی‌مدت حفظ منابع گردشگری می‌تواند منافع بیشتری را برای جوامع به همراه داشته باشد. (*Pérez Guilarte & González*، ۲۰۱۸ : ۴۹۴).

با توجه به این موارد می‌توان گردشگری و اقتصاد مبتنی بر آن را صنعت سفید نامید زیرا برخلاف اغلب صنایع تولیدی، بدون آلوده نمودن محیط‌زیست و طبیعت، موجب درآمد پایدار و باثبات می‌گردد. (اپرا جونقانی و همکاران، ۱۴۰۱)

تحلیلگران اقتصادی معاصر، سرمایه را به سه نوع؛ سرمایهٔ فیزیکی یا مادی، انسانی و طبیعی یا زیست‌محیطی تقسیم کرده‌اند. تراسبی[1]اقتصاددان استرالیایی و نظریه‌پرداز مشهور در زمینه‌های اقتصاد، فرهنگ و هنر، نوع چهارم سرمایه را فرهنگی معرفی می‌کند. وی دراین‌باره معتقد است سرمایه فرهنگی به‌عنوان نوعی دارایی تعریف می‌شود که افزون بر دارا بودن هر نوع ارزش اقتصادی، ذخیره یا تأمین‌کننده ارزش فرهنگی نیز هست. تفاوت اصلی میان سرمایه فرهنگی و دیگر شکل‌های سرمایه در این است که این نوع سرمایه، هم ارزش فرهنگی و هم ارزش اقتصادی می‌آفرینند. (بیدرام و همکاران، ۱۳۹۳)

نکته حائز اهمیت در منافع حاصل از جاذبه‌های گردشگری این است که منافع اقتصادی حاصل از آن‌ها در دودسته بازاری و غیر بازاری قرار می‌گیرند. ارزش‌های بازاری از مصرف یا بهره‌برداری واقعی از تولیدات و خدمات مشخصی از آن اماکن مشتق می‌شوند، به ظرفیت کالا یا خدمات در ایجاد رضایت برای گزینش و نیازهای انسان می‌پردازند. در حالیکه ارزش‌های غیر بازاری، ارزش‌هایی را مطرح می‌کنند که با مصرف واقعی کالاهای یادشده یا حتی با انتخاب آن‌ها برای مصرف ارتباطی ندارند. چنین ارزش‌هایی به‌منزله ویژگی‌های ذاتی هستند که رجحان و گزینش افراد را نشان می‌دهند و درعین‌حال، گویای همدلی، رعایت حقوق و یا رفاه هستند. ارزش‌های بازاری را به‌آسانی می‌توان باقیمت‌های بازاری اندازه‌گیری کرد و در فرآیندهای تصمیم‌گیری دخالت داد اما محاسبه ارزش‌های غیر بازاری به دلیل نبود امکان مبادله در بازار با دشواری‌هایی همراه هست که بایستی از روش‌های دیگر جهت اندازه‌گیری آن‌ها بهره برد که یکی از آن روش‌ها، ارزش‌گذاری مشروط می‌باشد. این روش جهت محاسبه تمایل به پرداخت افراد برای برآورد ارزش‌های غیر بازاری به‌طور گسترده‌ای

[1] Throsby

استفاده‌شده است. (اسکندری نسب و همکاران، ۱۴۰۰). تمایل به پرداخت یک معیار برای ارزیابی میزان ورودیه ای است که فرد می‌خواهد برای بهبود کیفیت کالا یا خدمات محیطی پرداخت کند. (*Marta-Pedroso* ،۲۰۰۷). در این راستا، برای اندازه‌گیری تمایل به پرداخت افراد برای خدمات محیطی و آثار باستانی از روش ارزش‌گذاری مشروط استفاده می‌شود(خاکسار آستانه، ۱۳۹۱).

بنابراین، پژوهش‌های روش ارزش‌گذاری مشروط به‌طور فعال در زمینه‌های توسعه و حفظ مورد مطالعاتی استفاده می‌شود، که همیشه موردتوجه در زمینه توسعه گردشگری است. توسعه و حفظ اماکن گردشگری

۱-۲ . مطالعات داخلی

رضایی (۲۰۲۰) در پژوهشی به تعیین ارزش اقتصادی مکان تاریخی هگمتانه با روش تمایل به پرداخت (*WTP*[1]) پرداخته است. میزان تمایل گردشگران برای بازدید از هگمتانه به‌طور متوسط برآورد شده و حداکثر میزان پول برای بازدید از این مکان تاریخی بین ۲۵۰۰۰ تا ۵۰۰۰۰ ریال ارزیابی‌شده است. تمایل گردشگران برای بازدید و محافظت از مکان تاریخی هگمتانه کمتر از سطح متوسط است. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که درآمد خانوار و تحصیلات افراد در تمایل آن‌ها به پرداخت هزینه برای مکان تاریخی هگمتانه مؤثر است و وضعیت شغلی ، نوع گردشگر ، جنس ، سن ، تعداد اعضای خانواده و وضعیت تأهل در تمایل بازدیدکنندگان برای پرداخت، مؤثر نمی‌باشد.

رجبی و موسوی (۱۳۹۳) در مطالعه خود به ارزش گردشگری و حفاظتی سالیانه میدان نقش‌جهان اصفهان با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط پرداختند. براساس یافته‌ها، ۹۴/۵ درصد بازدیدکنندگان، حاضر به پرداخت مبلغی برای بازدید از مجموعه بناهای میدان نقش‌جهان و ۶۸/۵ درصد، حاضر به پرداخت مبلغی برای حفاظت از میدان نقش‌جهان هستند. بر اساس تمایل به پرداخت افراد و تعداد بازدیدکنندگان داخلی از مجموعه بناهای میدان نقش‌جهان،ارزش گردشگری و ارزش حفاظتی سالیانه میدان نقش‌جهان به ترتیب بیش از ۱۲۶۳۰ و ۴۶۵۹۲۰ میلیون ریال برآورد گردید. درنتیجه ارزش اقتصادی (مجموع ارزش‌های گردشگری و حفاظتی) میدان نقش‌جهان نزد بازدیدکنندگان داخلی ۴۷۸۵۵۰ میلیون ریال برآورد گردید.

بلالی و ابراهیمی (۱۳۹۵) با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط، ارزش غیربازاری مجموعه تاریخی-فرهنگی آرامگاه بوعلی سینا همدان را برآورد کرده است که میانگین تمایل به پرداخت افراد

[1] Willingness to Pay

در این مکان، معادل ۲۴۳۲۴ ریال و ارزش‌گذاری سالیانه آرامگاه بوعلی سینا نیز، ۶۸۱۰۷۲۰۰۰۰ ریال برآورد شد. نتایج پژوهش نشان داد متغیرهای سن، میزان رضایتمندی، درآمد ماهیانه و قیمت پیشنهادی، اثر معنی‌داری بر احتمال تمایل به پرداخت افراد دارند.

حیدری چپانه و همکاران(۱۳۹۶) به ارزیابی جاذبه‌های گردشگری شهری با روش ارزش‌گذاری مشروط" پرداخته و میزان تمایل به پرداخت با استفاده از مدل رگرسیونی لاجیت را اندازه‌گیری نموده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که ۶۸ درصد بازدیدکنندگان، حاضر به پرداخت مبلغی برای بازدید تفرجگاه شورابیل هستند. متغیرهای میزان تحصیلات، جنسیت، رضایت بازدیدکنندگان، مبلغ پیشنهادی، بعد خانوار و میزان درآمد، عوامل مؤثر در تمایل به پرداخت هستند، درحالی‌که متغیر سن معنی‌دار نیست. نتایج نشان می‌دهد که ارزش تفریحی این جاذبه ۱۸/۷۲میلیارد ریال می‌باشد. همچنین نتایج نشان‌دهنده آن است که تفرجگاه‌های طبیعی در شهرها برای مردم دارای اهمیت و ارزش قابل‌توجهی هستند که این ارزش برای سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان توجیهی فراهم می‌کند تا برای توسعه گردشگری پایدار و بالا بردن رفاه گردشگران و همچنین برای حفاظت اکوسیستم این‌گونه جاذبه‌های طبیعی، مدیریت کارآمدتری در راستای توسعه گردشگری پایدار داشته باشند.

شری زاده و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود به برآورد ارزش توریستی پارک‌های ائل‌گلی و باغلارباغی با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ۶۵ درصد بازدیدکنندگان پارک ائل‌گلی و ۶۷ درصد بازدیدکنندگان پارک باغلارباغی، حاضر به پرداخت مبلغی برای بازدید از این جاذبه‌های توریستی می‌باشند. متغیرهای مبلغ پیشنهادی، میزان تحصیلات، درآمد، رضایت، بعد خانوار، سن و جنسیت،عوامل مؤثر در احتمال پذیرش تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان از این پارک‌ها است. نتایج نشان می‌دهد با در نظر گرفتن این میزان متوسط ارزش کل تفریحی سالانه پارک ائل‌گلی ۱,۰۶۹,۴۰۹,۹۵۲,۰۰۰ میلیارد ریال و ارزش کل تفریحی سالانه پارک باغلارباغی ۶۳,۸۹۴,۷۳۲,۰۰۰ میلیارد ریال برآورد می‌شود.

عطار روشن و همکاران(۱۳۹۹) به ارزش‌گذاری اقتصادی و تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان دهکده تفریحی و توریستی باغستان کرج با رویکرد ارزش‌گذاری مشروط پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد ۷۳/۳ درصد افراد بررسی‌شده، حاضر به پرداخت مبلغی برای استفاده تفریحی از دهکده هستند و متوسط تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان برای ارزش تفریحی این دهکده ۴/ ۱۶۹۱۴ ریال برای هر بازدید، محاسبه گردیده است. همچنین ارزش کل تفریحی سالانه آن معادل ۱۱،۸۴۰،۰۸۰،۰۰۰ریال برآورد شد. متغیرهای میزان پرداخت پیشنهادی و هزینه هر بار رفت‌وآمد،

تأثیری منفی و متغیرهای کیفیت پارک، وضعیت تأهل، مدت‌زمان مطالعه در هفته، گرایش‌های محیط‌زیست و جنسیت، تأثیری مثبت بر میزان تمایل به پرداخت داشته‌اند. نتایج نشان داد که مردم به اهمیت پارک‌های جنگلی و فضاهای طبیعی آگاه بوده و در این زمینه تمایل به پرداخت قابل‌توجهی وجود دارد که می‌تواند مسئولان را در برنامه‌ریزی و مدیریت دهکده یاری نماید.

۲-۲. مطالعات خارجی

بائزمونته نگرو[1] و همکاران (۲۰۱۶) به تعیین ارزش اقتصادی شهر والدویا[2](شیلی) توسط گردشگرانی پرداخته‌اند که از این شهر بازدید می‌کنند، پرداخته‌اند. در این پژوهش از روش ارزشیابی مشروط استفاده گردیده و تمایل به پرداخت با استفاده از تکنیک‌های پارامتریک برآورد گردیده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که *WTP* برای گردشگران خارجی در مقایسه با گردشگران داخلی و همچنین برای کسانی که درآمد بیشتری دارند، بالاتر می‌باشد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که سطح تحصیلات و منشأ گردشگران، متغیرهای معنی‌داری در توصیف دلیل بازدید آن‌ها است.

کایکو[3] و همکاران (۲۰۱۷) با استفاده از مدل لاجیت به بررسی ارزش اقتصادی رودخانه سوانی فلوریدا پرداختند. بدین منظور از روش ارزیابی ترجیحات و تمایل حاشیه‌ای برای پرداخت تحت سناریوهای مختلف و از یک مدل منطقی شرطی استفاده کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد پاسخ‌دهندگان بالاترین سطح اعتماد را به دستگاه‌های دولتی محلی برای اجرای برنامه‌های حفاظت از خدمات اکوسیستم منطقه مذکور ابراز داشته‌اند و از اجرای چنین برنامه‌هایی در هر نقطه از حوضه، اما نه نزدیک به خانه خود استقبال کرده‌اند. همچنین متوسط تمایل به پرداخت هر بازدیدکننده حدود ۲ دلار بود که نشان‌دهنده علاقه‌مندی پاسخ‌دهندگان به حفاظت از منطقه دارد.

سوبانتی[4] و همکاران (۲۰۱۸) به تخمین ارزش اقتصادی برای مقصد گردشگری سانگیران اندونزی با استفاده از روش ارزیابی مشروط پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که تمایل افراد به پرداخت هزینه‌های سالانه جهت بهبود کیفیت بین ۲۱۹. ۲ میلیارد تا ۷۵۶. ۲ میلیارد روپیه اندونزی برآورد می‌شود. همچنین عوامل مؤثر در پرداخت شامل جنسیت و درآمد می‌باشند. پیشنهاد این تحقیق حمایت از دولت محلی جهت بهبود وضعیت و کیفیت سانگیران به دلیل مزایای آن همچون سودآوری و بهره‌مندی منطقه از جنبه‌های اقتصادی است.

---

[1] Báez-Montenegro

[2] Valdivia

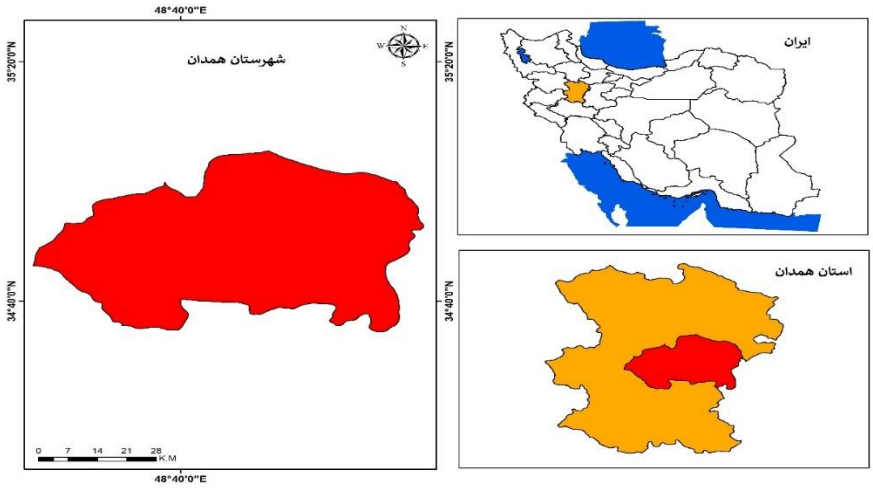
[3] Chaikaew

[4] Subanti

کالفاس[1] و همکاران (۲۰۲۰) با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط به برآورد ارزش خدمات اکوسیستم در فضای سبز شهری شهر فلورینا یونان پرداخته‌اند. در این مطالعه ارزش اجتماعی و اقتصادی محیط سبز شهری با استفاده از روش CVM موردبررسی و تحلیل قرارگرفته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که شرکت‌کنندگان در نظرسنجی مایل به حمایت مالی و مشارکت داوطلبانه در برنامه‌های مدیریت شهری هستند. علاوه بر این، نتایج نشان می‌دهد که روش CVM می‌تواند با موفقیت برای ارزیابی کل ارزش یک فضای سبز شهری مورداستفاده قرار گیرد.

۳. معرفی منطقه موردمطالعه

استان همدان با مساحت ۱۹۰۲۵ کیلومترمربع، جزء استان‌های غربی ایران و شهر همدان به‌عنوان مرکز این استان می‌باشد(شکل شماره ۱). همدان به دلیل داشتن مراکز تاریخی و دیدنی بسیار به‌عنوان پنجمین شهر فرهنگی و گردشگری کشور است، از آثار مهم تاریخی این شهر می‌توان به تپه هگمتانه که به دوران ماد و هخامنشی متعلق است، کتیبه گنج‌نامه همدان متعلق به دوران قبل از اسلام در کنار آبشار زیبای گنج‌نامه، مجسمه شیر سنگی از آثار دوران قبل از اسلام نام برد و آثار و ابنیه تاریخی بعد از اسلام بقعه خضر مربوط به قرن پنجم، گنبد علویان، آرامگاه استر و مردخای و برج قربان،آرامگاه بوعلی سینا، آرامگاه باباطاهر، مسجد جامع همدان و بازار و میدان همدان اشاره نمود(وهابیان و همکاران،۱۳۹۹: ۸۹).

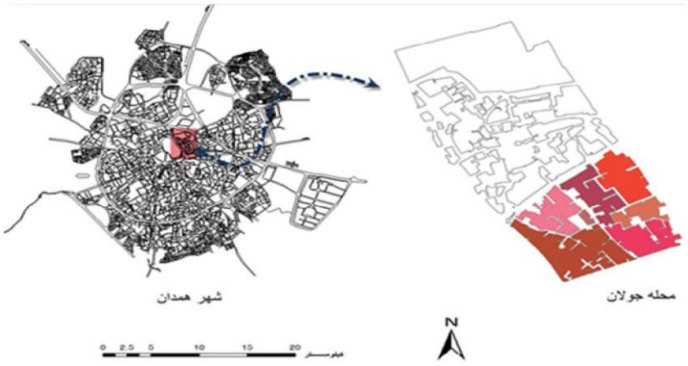


شکل شماره ۱. موقعیت جغرافیایی شهرستان همدان (منبع: باصولی و جباری، ۱۴۰۰)

[1] Kalfas

همدان از زمان باستان مرکز اقتصادی-اجتماعی، اداری و سیاسی در کشور محسوب می‌شده است که این عوامل منجر به شکل‌گیری محله‌های مختلف بوده است(زارعی،۱۳۹۰: ۶۷). در مطالعات اولیه ۴۲ محله در کتاب بازارهای ایران از همدان شناسایی‌شده است که در حال حاضر تعداد کمی از محلات قدیم از گزند توسعه زیرساخت‌ها در امان مانده‌اند. محله جولان از محله‌های باارزش شهر همدان می‌باشد که هویت و ساختار تاریخی خود را حفظ نموده است (تاجر و صحرایی، ۱۳۹۶: ۲۱۱).

محله جولان یک از محله‌های قدیمی شهر همدان است و جزء محلاتی است که در هسته اولیه شهر قرار داشته است. این محله در شمال شرق بافت کهن همدان قرارگرفته است. محدوده فعلی آن خیابان شهدا، بلوار آیت‌الله مفتح و خیابان توپچی است و از محلات گسترده و دارای قدمتی بیش از سایر محلات شهر است. محله جولان جزء اولین محله‌های زیستی درکنار تپه هگمتانه تا امروز می‌باشد. این محله با دارا بودن ۵ بنای عمومی و ۱۸ خانه باارزش تاریخی به‌عنوان یک محله باارزش ازنظر تاریخی است(سجاد زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۵۷).



شکل شماره ۲ - نقشه محله جولان همدان (منبع: صفایی پور و زارع، ۱۳۹۴)

بیشتر ابنیه تاریخی جولان مربوط به دوره قاجار هستند و در قسمت جنوبی محله واقع‌شده‌اند. جولان را با خانه‌های قدیم آن ازجمله: خانه صمدی – خانه قرائتی – خانه انجیل ناری –خانه شریفی – خانه فیضی – خانه سیفی و .... می‌شناسند. همچنین حمام قدیمی معروف به «حمام جولان» و مسجد تاریخی به نام «حاج زینل» در داخل محله جولان قراردادند(زارعی و همکاران،۱۳۹۹). محله جولان محله‌ای که جولاها (بافندگان) در آنجا مقیم بوده و اغلب در خانه‌هایشان کارگاه‌های بافندگی سنتی وجود داشته است. از مشخصات کلی محله جولان به بافت ارزشمند تاریخی، هم‌جواری با

محوطه تاریخی هگمتانه، شبکه معابر کم‌عرض و فاقد انتظام، فشردگی و ریزدانگی بافت، وجود حس تعلق محلی بالا در میان ساکنان و غیره اشاره کرد(سرداریان، ۱۳۹۲: ۲۱).

۴. روش پژوهش

این پژوهش ازنظر هدف، کاربردی، ازنظر ماهیت، توصیفی، ازنظر نوع داده‌ها، کیفی و ازنظر زمان و مکان اجرای داده‌ها، میدانی محسوب می‌شود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه افرادی است که از محله تاریخی جولان در شهر همدان بازدید می‌کنند. حجم نمونه جامعه آماری براساس فرمول کوکران با سطح اطمینان ۹۵ درصد، ۳۸۴ نفر تعیین گردید. پرسش‌نامه به‌صورت نمونه تصادفی ساده به دلیل کاهش روند مبتلایان به کرونا و افزایش بازدیدکنندگان در فصل زمستان سال ۱۳۹۹ توزیع گردید که ازاین‌بین ۳۴۷ پرسش‌نامه برگردانده شد. افراد به ۲۲ سؤال پرسشنامه پاسخ داده‌اند که سؤالات شامل خصوصیات اجتماعی و اقتصادی بازدیدکنندگان ازجمله سن، جنسیت، وضعیت تأهل، تعداد اعضای خانواده، شغل، تحصیلات، و مشخصات سفر آن‌ها اعم از نوع وسیله نقلیه، تعداد روزهای سفر، مسافت طی شده و همچنین هزینه‌های سفر و درنهایت تمایل به پرداختشان در ابعاد مختلف اقتصادی می‌باشد.

در این تحقیق ابتدا به‌منظور تخمین ارزش اقتصادی محله تاریخی جولان از رجحان‌های آشکارشده مانند هزینه سفر و رجحان اظهارشده مانند روش ارزش‌گذاری مشروط استفاده می‌شود و ضمن تخمین ارزش آن، متغیرهای مؤثر بر ارزش این کالای همگانی تخمین زده می‌شود. روش ارزش‌گذاری مشروط یکی از پرکاربردترین روش‌ها در مطالعات ارزش‌گذاری می‌باشد که چون بیشتر مبتنی بر داده‌های واقعی است تا فرضی، در مورد هزینه سفرهای منطقه‌ای بهتر می‌تواند مقادیر واقعی را ارائه کند.

برای کمّی کردن منافع کالاها و خدمات، ناگزیر باید آن‌ها را ارزش‌گذاری کرد. ازآنجایی‌که منافع کالا و خدمات در قالب منافع اقتصادی و غیراقتصادی هستند، در ارزش‌گذاری آن‌ها نیز به هر دودسته از منافع توجه می‌شود که به آن ارزش‌گذاری اقتصادی کل می‌گویند. منافع اقتصادی کالاها و خدمات بازاری، آن‌هایی که در جریان عرضه و تقاضا مبادله می‌شوند، غالباً در بازار و باقیمت گذاری ارزیابی می‌شوند؛ اما بازار توانایی ارزش‌گذاری منافع کالاها و خدمات غیر بازاری نظیر کالاهای عمومی و همچنین منافع غیراقتصادی را ندارد. بدین منظور برای ارزیابی منافع آن از دو روش کلی رجحانات آشکارشده و رجحانات اظهارشده می‌توان بهره گرفت(شجری و همکاران، ۱۳۸۶).

درروش رجحانات آشکارشده، تلاش می‌شود تا انتخاب‌های افراد در دنیای واقعی و هنگامی‌که به مبادلهٔ ثروت و خطر می‌پردازند، شناسایی و انداز ه گیری شوند. به‌بیان‌دیگر رجحانات آشکارشده، ارزش و منافع کالا و خدمات موردنظر را از طریق بررسی خریدهای انجام‌شده افراد در قیمت بازار، انجام می‌دهد. (مؤید فر و همکاران، ۱۴۰۰)

در این روش، تکنیک‌هایی وجود دارد که برای ارزشیابی یک محصول فاقد قیمت، از ارتباط آن با یک محصول دارای قیمت در بازار استفاده می‌کنند. به عبارتی، از رفتار قابل‌مشاهده افراد دربارهٔ یک کالا یا خدمت بازاری خاص که با کالا و خدمت موردنظر (فاقد بازار) مرتبط است، استفاده و برمبنای مشاهدات واقعی بازار، ارزش محصول فاقد بازار مشخص می‌شود. این تکنیک‌ها که اصطلاحاً روش قیمت‌گذاری غیرمستقیم نامیده شده‌اند، عبارت‌اند از: روش هزینه سفر و روش قیمت‌گذاری هدونیک. روش هزینه سفر، هزینه‌های دسترسی بازدیدکنندگان به یک سایت خاص میراثی یا طبیعی یا رویداد فرهنگی را بررسی می‌کند. همچنین، تمایل به پرداخت هزینه‌های سفر را به ازای بازدید از اثری میراثی یا طبیعی، مبنای منفعت حاصل از آن برای بازدیدکننده قرار می‌دهد.

درروش رجحانات اظهارشده، با طراحی یک بازار فرضی برای محصول بدون قیمت، از افراد در مورد تمایل به پرداخت (*WTP*)[1]یا تمایل به دریافتشان (*WTA*)[2]به‌منظور بهبود یا عدم بهبود کیفی محصول موردنظر آن‌ها سؤال می‌شود. *WTP* برای ارزیابی دریافت منافع حاصل از یک کالا یا خدمت است و *WTA* میزان تمایل یک فرد را به واگذاری دارایی‌اش می‌سنجد. (طلوعی و رشید پور، ۱۳۸۷)

بنابراین روش ارزش‌گذاری مشروط بر ارزیابی تغییرات محیطی متمرکزشده است. ازجمله روش‌های پرکاربردی است که میزان تمایل به پرداخت *(WTP)*، برای تغییرات به وجود آمده در کالا و خدمات محیطی را مستقیماً از طریق پرسش از افراد ارزش‌گذاری می‌کند. از افراد خواسته می‌شود که تا چه اندازه آماده پرداخت هزینه تغییر خدمات محیطی هستند(*Lee, 2010*).

تمایل به پرداخت، یک معیار برای ارزیابی میزان ورودیه ای است که فرد می‌خواهد برای بهبود کیفیت کالا یا خدمات محیطی پرداخت کند. هدف روش ارزش‌گذاری مشروط، استخراج برتری‌ها و سلیقه‌های فردی، در زمینه‌های پولی برای تغییر در منابع محیطی غیر بازاری است (۷۴ : ۲۰۰۴، *Chanel and et al*).

[1] Willingness to Pay

[2] Willingness to Accept

در این راستا، برای اندازه‌گیری تمایل به پرداخت افراد برای خدمات محیطی و آثار باستانی از روش ارزش‌گذاری مشروط استفاده می‌شود. این روش بیش از سایر روش‌های مختلف ارزیابی اقتصادی مورداستفاده قرارگرفته است و بررسی بیشتر تحقیقات انجام‌شده نشان می‌دهد که استفاده از این روش از سال ۲۰۰۸ به میزان قابل‌توجهی افزایش‌یافته است و در بیشتر موارد برای هدف از تعیین ارزش اقتصادی و ترویج دامنه‌های طبیعی مانند جنگل ، تالاب ، غار و همچنین ارزیابی ارزش تفریحی پارک‌های شهری ، میراث فرهنگی و غیره. بدیهی است که قابلیت‌های این روش در ارزیابی اقتصادی موضوعات مربوط به محیط شهری در کشور ما به‌قدر کافی موردتوجه قرار نگرفته است (*Izadi* ،۲۰۱۱).

درواقع علت استفاده از این مدل، ارزیابی این مقوله است که مطلوبیت آثار ارزشمندی همچون محله‌های تاریخی به حدی است که فرد گردشگر حاضر به پرداخت مبلغی جهت ورودی و حتی مالیات جهت استفاده و حفاظت از این منبع گردشگری در جهت پایداری آن باشد یا نه؟

سپس برای تعیین و میزان اثرگذاری عوامل مؤثر بر تمایل پرداخت از روش‌های لجستیک ترتیبی چند سطحی[1] و لاجیت مشروط و با استفاده از نرم‌افزارهای استاتا و ایویوز بهره گرفته‌شده است. روش اول الگوی لجستیک ترتیبی چند سطحی و داده‌های مقطعی می‌باشد که با به‌کارگیری این الگو، عوامل مؤثر و معنی‌دار بر تمایل به پرداخت‌های تحقق‌یافته (هزینه‌های انجام‌شده)، منابع مالیاتی، تمایل به پرداخت سالیانه برای حفاظت از محله تاریخی و تمایل به پرداخت یک‌بار برآورد شده است. منظور از تمایل به پرداخت یک‌بار، تمایل فرد به پرداخت فقط برای یک‌مرتبه می‌باشد. در حالیکه تمایل به پرداخت سالیانه به مفهوم میزان تمایل به پرداخت در هرسال و به‌صورت مداوم می‌باشد. روش رگرسیون لجستیک ترتیبی چند سطحی که نوع نسبتاً جدید از توابع لاجیت محسوب می‌شوند که در آن‌ها طبق الگوی تحقیق حاضر متغیر وابسته یک متغیر گسسته و دارای ترتیب در طبقات است. این توابع نسبت به روش‌های جایگزین مانند رگرسیون‌های معمولی که در اکثر مطالعات قبلی مشابه از آن‌ها استفاده‌شده است و روشی کاملاً کمی است، مزیت‌های بیشتری دارد و با توجه به تطابق روش با ماهیت متغیر وابسته، نتایج بهتر و دقیق‌تری را ارائه می‌دهد. تعیین سطوح در این مدل بر اساس تقسیم‌بندی اختلاف میان کمینه و بیشینه مقادیر تمایل به پرداخت اظهارشده افراد صورت گرفته است.

[1] Multilevel ordered logistic regression

در الگوهای لجستیک ازآنجایی‌که مقدار پیش‌بینی برای متغیر وابسته، با احتمال انجام می‌شود، برای مشخص کردن مدل رابطه بین متغیر وابسته و مستقل به‌جای رابطه خطی، از تابعی استفاده می‌شود که در حدود ۰ تا ۱ تغییر می‌کند. ازاین‌رو درروش رگرسیون لجستیک از تابعی به نام تابع لجستیک استفاده می‌شود که شکل ساده آن را می‌توان به‌صورت زیر نشان داد:

$$f(x) = \frac{e^{b_0+b_1x}}{1+e^{b_0+b_1x}}$$

طبق این تابع با افزایش x تابع لجستیک به سمت ۱ میل می‌کند و با کاهش آن، تابع به سمت صفر میل می‌کند. به‌منظور برآورد پارامترهای این مدل، می‌توان از تبدیل لاجیت استفاده می‌گردد که با استفاده از تابع درستنمایی و حداکثر سازی آن می‌توان مدل را بر اساس برآورد پارامترها به دست آورد.

رگرسیون‌های لجستیک بر اساس نوع متغیر وابسته و دسته‌بندی‌های آن به انواعی تقسیم می‌شوند. در رگرسیون لجستیک دو وجهی، متغیر وابسته به‌صورت دو وجهی می‌باشد، ازاین‌رو، تنها دو گروه خواهیم داشت. درحالی‌که رگرسیون لجستیک چند سطحی، متغیر وابسته چندوجهی (سه گروه و بیشتر) می‌باشد. اما مشکلی که وجود دارد این است که در این نوع مدل بندی، ترتیب گروه‌بندی اهمیتی ندارد، چراکه مدل برای متغیر پاسخ، مقیاس اسمی را در نظر می‌گیرد.

برای رفع این مشکل و برای متغیرهای وابسته چندوجهی که ترتیب گروه‌بندی حائز اهمیت است، از رگرسیون لجستیک ترتیبی چند سطحی استفاده می‌گردد. زمانی که متغیر پاسخ به‌صورت ترتیبی می‌باشد مدل لجستیک می‌تواند از این ترتیب‌ها استفاده کند. درنتیجه نتایجی که از مدل لجستیک ترتیبی چند سطحی حاصل می‌شود به نسبت مدل لجستیک صرفاً چند سطحی (که متغیر پاسخ را به‌صورت یک متغیر اسمی در نظر می‌گیرد) تفسیرپذیرتر و دارای توان آماری بیشتر خواهد بود.

از دیگر امتیازات این روش می‌توان گفت روش لجستیک ترتیبی چند سطحی به دلیل گزینه‌های مختلف در تخمین و برآورد، قدرت تحلیل بیشتر در خصوص نحوه اثرگذاری عوامل بر متغیر وابسته را ارائه می‌دهد. همچنین به دلیل سطح‌بندی اگر در ارائه اطلاعات خطایی وجود داشته باشد، در خروجی مدل، اثر کمتری نسبت به رگرسیون معمولی خواهد داشت که برای موضوع موردبررسی (تمایلات پرداخت) مناسب‌تر هست.

روش دوم تحقیق، استفاده از الگوی لاجیت مشروط(CLM[1]) می‌باشد که این روش جهت تعیین عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت با توجه به مرز تعیین‌شده تخمین زده می‌شود. ویژگی مرزهای تعیین‌شده در متغیر وابسته، وضعیت صفر و یک بودن آن‌ها می‌باشد؛ بنابراین با توجه به هدف مذکور درروش دوم، متغیر وابسته (تمایل به پرداخت) مقادیر صفر و یک را به خود اختصاص می‌دهد که بر این اساس از الگوی اقتصادسنجی انتخاب دوتایی[2] یعنی الگویی با متغیر وابسته دوتایی استفاده گردیده است.

بنابراین متغیر وابسته در این پژوهش یک متغیر موهومی[3] می‌باشد که مقدار صفر یا یک را به خود می‌گیرد. به‌منظور بررسی الگوهایی با متغیر وابسته صفر و یک پیشنهاد می‌شود که از مدل‌هایی با توزیع تجمعی[4] شامل مدل احتمال خطی[5] لاجیت[6] و پروبیت[7] استفاده شود؛ اما وجود مشکل ناهمسانی واریانس، نرمال نبودن توزیع، احتمال پیش‌بینی مقادیر خارج از محدوده صفر و یک برای متغیر وابسته و هم‌چنین پایین بودن R^2 در الگوی احتمال خطی، استفاده از مدل احتمال خطی را محدود نموده است. این مشکلات موجب شده که مدل‌های موسوم به لاجیت و پروبیت که دارای متغیر وابسته کیفی با مقادیر صفر و یک می‌باشند، به طور گسترده‌ای در الگوهای مختلف مورداستفاده قرار گیرند.

مدل احتمالی لاجیت از توزیع‌های نرمال و لاجستیک بهره گرفته و مقادیر احتمال پیش‌بینی‌شده، بین صفر و یک واقع می‌شود. برای بررسی اینکه چه عواملی احتمال انتخاب یک گزینه را تحت تأثیر قرار می‌دهند، فرض می‌شود که متوسط مطلوبیت به‌دست‌آمده از یک انتخاب به صفات آن انتخاب که برای افراد مختلف متفاوت است، بستگی دارد (سوری، ۱۳۹۴: ۷۶).

۵. یافته‌های پژوهش

در پرسشنامه طراحی‌شده براساس اهداف تحقیق، دو بخش در نظر گرفته‌شده که یک بخش در مورد اطلاعات توصیفی بازدیدکنندگان از کویر در قالب سن، جنس، سطح سواد، شغل و ...است و بخش

[1] Conditional Logit Method
[2] binary
[3] dummy dependent variable
[4] cumulative distribution function
[5] linear probability model
[6] logit
[7] probit

دیگر شامل سؤالاتی در زمینه انگیزه سفر، بعد مسافت، نوع وسیله سفر و هزینه‌های مرتبط با سفر و مدل تحقیق است. متغیرهای تحقیق به‌صورت ذیل تعریف‌شده است. متغیرهای وابسته شامل متوسط تمایل به پرداخت تحقق‌یافته (هزینه‌های انجام‌شده) (*WTP_TC*)، تمایل به پرداخت از منابع مالیاتی (*WTP_TX*)، متوسط تمایل به پرداخت سالیانه برای حفاظت از محله تاریخی (*WTP_Y*) و تمایل به پرداخت یک‌بار جهت حفاظت از محله تاریخی (*WTP_1*) می‌باشند.

همچنین متغیرهای مستقل شامل فاصله محل سکونت با محله تاریخی (*DIS*)، نوع وسیله‌ای که مسافرت با آن صورت گرفته است (*VEH*)، تعداد همراهان در این سفر (*TRAV*)، وضعیت اشتغال بازدیدکننده (*EMP*)، وضعیت اخذ مرخصی (برای این سفر مرخصی گرفته‌اند) (*VAC*)، تعداد روزهای مسافرت (*DAY*)، تعداد دفعات بازدید سالانه (*TIMES*)، علاقه‌مند به تماشای محله‌های تاریخی (*INT*)، انجام سفر در صورت افزایش هزینه (حاضر به بازدید مجدد در صورت افزایش هزینه-های سفر به هر دلیلی) (*COST*)، چند برابر شدن هزینه قابل‌قبول (در صورت پاسخ مثبت از متغیر قبلی اگر هزینه‌ها چند برابر شود حاضر به بازدید مجدد هستند) (*MULTI*)، جنسیت (*GEN*)، وضعیت تأهل (*MAR*)، سن (*AGE*)، تحصیلات (*EDU*)، به‌صورت تنها یا با خانواده سفر کردن (*ONLY*) تعداد اعضای خانواده (*FAMILY*) و شغل (*JOB*) می‌باشند.

۱-۵. یافته‌های توصیفی پژوهش

ابتدا در این قسمت به بررسی ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی ۳۴۷ نفر از بازدیدکنندگان محله جولان واقع‌شده در همدان پرداخته می‌شود. نتایج آماری حاصل از ۳۴۷ پرسش‌نامه از گردشگران در محله جولان (جدول شماره ۱)در مورد شرایط متغیرهای فردی بازدیدکنندگان نشان داد که ۵۴/۵ درصد از پاسخگویان شامل ۱۸۹ نفر زن و ۴۵/۵ درصد از پاسخگویان شامل ۱۵۸ نفر را مردان تشکیل دادند. همچنین، افراد۲۰ تا ۴۰ سال سن شامل ۵۴/۲ درصد شامل ۱۸۸ گردشگر و افراد با تحصیلات فوق‌دیپلم و لیسانس به میزان ۴۸/۴ درصد شامل ۱۶۸ گردشگر، بیشترین میزان پاسخ‌دهندگان را به خود اختصاص داده‌اند. در نمونه موردبررسی ۵۱/۹ درصد از گردشگران پاسخگو، متأهل و ۴۸/۱ درشد مجرد بودند. طبق جدول شماره ۱ مشخص گردید که ۲۶/۲ درصد گردشگران پاسخگو دارای شغل آزاد و ۱۹/۳ درصد کارمند بودند، که نشان‌دهنده میزان اهمیت وضعیت شغلی در تمایل افراد به گردشگری شهری محله‌های تاریخی است.

از عوامل تأثیرگذار در میزان تقاضا در مناطق گردشگری، دسترسی به آنجا است. طبق جدول شماره ۱ ، ۴۸/۱ درصد از بازدیدکنندگان از خودروی شخصی و ۴۴/۴ درصد از خودروی عمومی برای سفر به محله جولان استفاده کرده بودند.

جدول شماره ۱ - آمار توصیفی پاسخ‌دهندگان ازنظر متغیرهای فردی

متغیر	دامنه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۱۸۹	۵۴/۵
	مرد	۱۵۸	۴۵/۵
سن	کمتر از ۲۰	۲۴	۶/۹
	بین ۲۰-۴۰	۱۸۸	۵۴/۲
	بین ۴۰-۶۰	۱۱۸	۳۴
	بیشتر از ۶۰	۱۷	۴/۹
تحصیلات	بی‌سواد	۴	۱/۲
	ابتدایی و راهنمایی	۱۳	۳/۷
	دبیرستان و دیپلم	۱۰۳	۲۹/۷
	فوق‌دیپلم و لیسانس	۱۶۸	۴۸/۸
	فوق‌لیسانس و بالاتر	۵۹	۱۷
تأهل	مجرد	۱۶۸	۴۸/۱
	متأهل	۱۸۰	۵۱/۹
شغل	آزاد	۹۱	۲۶/۲
	کارمند	۶۷	۱۹/۳
	بازنشسته	۱۳	۳/۷
	بیکار	۱۳	۳/۷
	خانه‌دار	۴۸	۱۳/۸
	دانشجو	۵۱	۱۴/۷
	استاد دانشگاه	۱۹	۵/۵
	دانش‌آموز	۵	۱/۴
	فرهنگی	۱۹	۵/۵
وسیله نقلیه سفر	عمومی	۱۵۴	۴۴/۴
	هواپیما	۲	۰/۶
	قطار	۱۰	۲/۹
	سواری کرایه	۱۲	۳/۵
	سواری شخصی	۱۶۷	۴۸/۱
	مینی‌بوس	۲	۰/۶

(منبع: یافته‌های پژوهش)

بخشی از یک شهر شامل بافت تاریخی، منطقه تاریخی و یا منطقه میراث فرهنگی و محله‌های تاریخی آن شهر است که در آن ساختمان‌ها، بناها و آثار ارزشمند معماری و تاریخی وجود دارد که دلیل ارزش و قدمت تاریخی آن نه‌تنها تحت حفاظت و صیانت قرار دارند بلکه بازدید از بافتهای محله‌های تاریخی موردعلاقه گردشگران داخلی و خارجی برای آشنایی بافرهنگ گذشتگان است. در این پژوهش ۹۲/۲ درصد گردشگران علاقه‌مند به تماشای محله‌های تاریخی بودند و ۹/۸ از آن‌ها علاقه‌مند به بازدید از محله‌های تاریخی شهر نبودند.

در راستای پژوهش از افراد پرسیده شد "با توجه به اینکه سالیانه مبلغی را به‌عنوان مالیات می‌پردازید و هیچ مبلغی از آن، خرج مجموعه مکان‌های گردشگری تاریخی و به‌ویژه محله‌های تاریخی نمی‌شود، برای انجام هزینه‌های حفاظت- مرمت – نظافت و .... به نظرتان چقدر از مالیات‌های سرانه بایستی در این مجموعه خرج شود" ، با توجه به جدول شماره ۲ ، ۴۰/۶ درصد از افراد (بیشترین تعداد) موافق مبلغ پیشنهادی ۳۵ هزار تومان و ۳۴/۹ درصد موافق مبلغ پیشنهادی ۱۵ هزار تومان بودند. هم‌چنین جهت حفظ و توسعه گردشگری شهری محله‌های تاریخی با بررسی نظرات گردشگران، ۵۹/۹ درصد افراد (بیشترین تعداد) موافق مبلغ پیشنهادی ۲۵ هزار تومان و ۲۷/۴ درصد افراد مبلغ ۷۵ هزار تومان به‌صورت دلخواه سالانه پرداخت نمایند و ۲۱ نفر از گردشگران معادل ۶/۱ درصد، تمایلی به پرداخت مبلغی نداشتند.

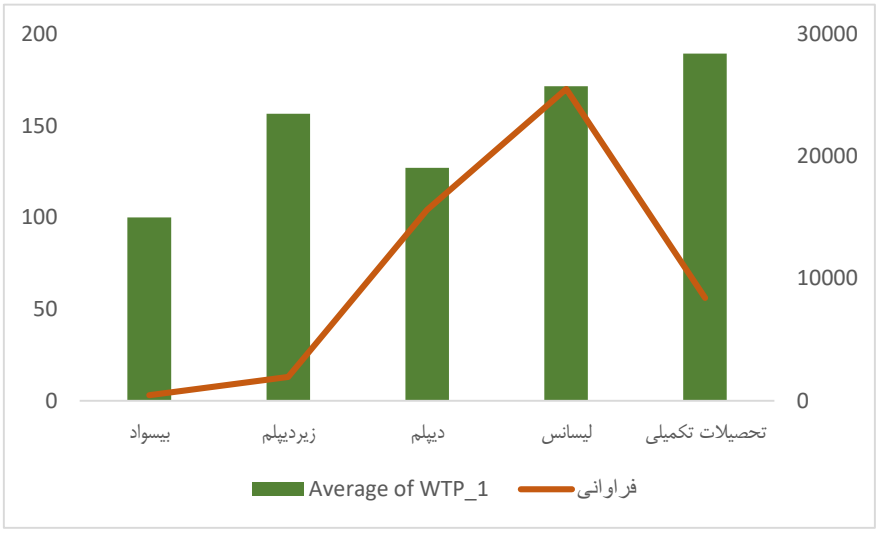
جدول شماره ۲- آمار توصیفی تمایل به پرداخت مالیات سالانه، پرداخت سالانه، یک‌بار پرداخت به جهت بازدید و حفاظت از محله تاریخی جولان

متغیر	مبلغ پیشنهادی به تومان	فراوانی	درصد فراوانی
مالیات سالانه	صفر (عدم پرداخت)	۱۰	۲/۹
	۵ هزار	۶۸	۱۹/۶
	۱۵ هزار	۱۲۱	۳۴/۹
	۳۵ هزار	۱۴۱	۴۰/۶
	بیش از ۳۵ هزار	۷	۲۱
پرداخت سالانه	صفر (عدم پرداخت)	۲۱	۶/۱
	۱۵ هزار	۹	۲/۶
	۲۵ هزار	۲۰۸	۵۹/۹
	۷۵ هزار	۹۵	۲۷/۴
	بیش از ۷۵ هزار	۱۴	۴

یک‌بار پرداخت (به جهت بازدید)	صفر (عدم پرداخت)	۲۲	۶/۳
	۱۵ هزار	۱۹۷	۵۶/۸
	۳۵ هزار	۱۱۷	۳۳/۷
	۷۵ هزار	۵	۱/۴
	بیش از ۷۵ هزار	۶	۱/۷

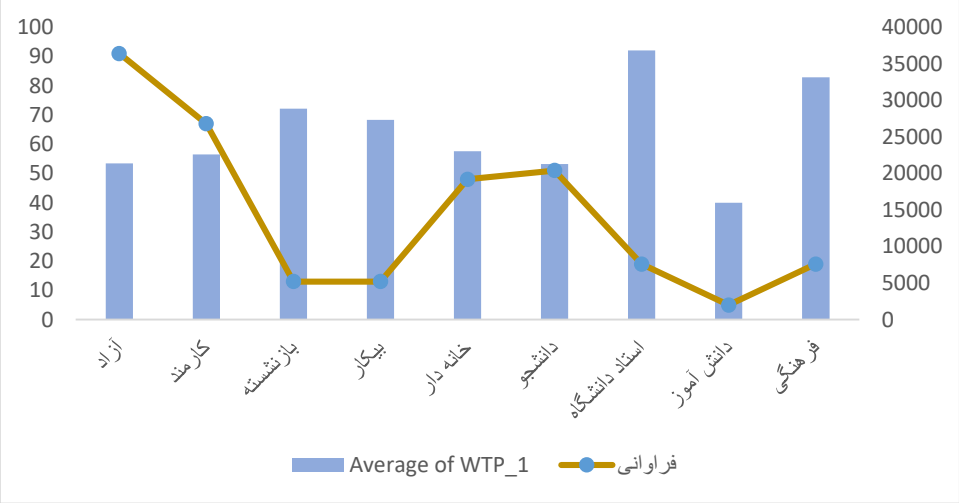
(منبع: یافته‌های پژوهش)

همین‌طور با بررسی‌های به‌عمل‌آمده از گردشگران برای یک‌بار پرداخت به جهت بازدید از محله جولان ، ۵۶/۸ درصد افراد (بیشترین تعداد) شامل ۱۹۷ نفر، موافق مبلغ پیشنهادی ۱۵ هزار تومان و ۳۳/۷ درصد معادل ۱۱۷ نفر، موافق مبلغ پیشنهادی ۳۵ هزار تومان بودند و ۲۲ نفر از گردشگران معادل با ۶/۳ درصد، تمایلی به پرداخت مبلغی نداشتند(جدول شماره ۲). طبق نتایج به‌دست‌آمده از اطلاعات اظهارشده بازدیدکنندگان تمایل به پرداخت یک‌بار به‌طور متوسط ۴۰ هزار تومان می‌باشد. همچنین تمایل به پرداخت سالیانه اظهارشده ۲۴ هزار و تمایل به پرداخت سالیانه برای جلوگیری از نابودی آن و جهت حفاظت ۲۴ تومان مالیات سرانه می‌باشد. همچنین تمایل به پرداخت تحقق‌یافته به‌طور متوسط ۱۰۳۶۶۶۰ تومان می‌باشد.



نمودار شماره ۱ : تمایل به یک‌بار پرداخت در سطوح مختلف تحصیلات بازدیدکنندگان (منبع: یافته‌های پژوهش)

همان‌طور که در نمودار شماره (۱)مشاهده می‌گردد، بیشترین بازدیدکنندگان دارای تحصیلات کارشناسی(لیسانس) می‌باشند و بیشترین متوسط یک‌بار پرداخت نیز متعلق به افراد با سطح تحصیلات تکمیلی است.



نمودار (۲): متوسط تمایل به پرداخت و فراوانی مشاغل مختلف بازدیدکننده (منبع: یافته‌های پژوهش)

بر اساس اطلاعات نمودار ۲، افراد دارای مشاغل آزاد و کارمند، بیشترین فراوانی در میان بازدیدکنندگان رادارند ولی تمایل به پرداخت اساتید دانشگاه و فرهنگیان بالاترین سطح هست.

۲-۵. نتایج تخمین مدل لجستیک ترتیبی چند سطحی

در این بخش چهار الگو به روش لجستیک ترتیبی چند سطحی و با متغیرهای وابسته مختلف، تخمین زده‌شده است. تخمین مدل‌های مختلف این بخش با استفاده از نرم‌افزارهای *STATA* و *Eviews* انجام‌شده است. الگویی که در آن متغیر *OWTP_TC* (تمایل به پرداخت تحقق‌یافته ترتیبی بر اساس طبقه‌بندی انجام‌شده) به‌عنوان متغیر وابسته لحاظ شده است، قادر است که ارزش اقتصادی محله تاریخی جولان شهر همدان را بر اساس روش رجحان‌های آشکارشده برآورد نماید.

همچنین در سه الگوی بعدی، متغیرهای وابسته *OWTP_TX*، *OWTP_Y* و *OWTP_1* که متغیرهای تمایل به پرداخت همچون حفاظت از محله‌های تاریخی به‌صورت یک‌بار و یا سالیانه پرداخت و نیز پرداخت مالیات جهت حفظ آن‌ها در نظر گرفته‌شده است، در الگوهای استفاده‌شده، c معرف عرض از مبدأ الگو است. برای متغیرهای همراه با خانواده سفر کردن، شاغل بودن، جنسیت

برای مردان، وضعیت تأهل برای متأهلان و نیز وضعیت اخذ مرخصی، علاقه‌مند بودن به بازدید محله‌های تاریخی، انجام سفر در صورت افزایش هزینه در حالت پاسخ مثبت، ارزش ۱ منظور شده است.

جدول شماره۳: نتایج چهار الگوی مدل لجستیک ترتیبی چند سطحی

	owtp_1		owtp_y		owtp_tx	
	Coef.	Prob	Coef.	Prob.	Coef.	Prob.
gen	۰/۱۰	۰/۶۶	۰/۰۵	۰/۸۵	-۰/۳۱	۰/۱۸
age	۰/۳۵	**۰/۰۶	۰/۵۲	۰/۰۱	۰/۲۳	۰/۱۶
edu	۰/۴۷	۰/۰۰	۰/۵۱	۰/۰۰	-۰/۰۲	۰/۸۹
mar	۰/۱۶	۰/۴۷	۰/۲۳	۰/۳۲	-۰/۱۴	۰/۵۲
job	۰/۰۴	۰/۳۵	-۰/۰۲	۰/۶۸	-۰/۰۱	۰/۸۰
dis	-۰/۰۰۰۹	۰/۰۳	-۰/۰۰۰۴	۰/۲۹	۰/۰۰	۰/۸۱
only	۰/۲۹	۰/۳۰	-۰/۱۴	۰/۶۰	۰/۰۹	۰/۷۴
family	-۰/۲۰	۰/۰۰	-۰/۰۴	۰/۶۰	-۰/۰۱	۰/۸۵
veh	۰/۰۷	۰/۱۶	۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۱۲	۰/۰۲
trav	-۰/۰۰۶	۰/۸۰	۰/۰۳	۰/۲۷	۰/۰۱	۰/۶۵
emp	-۰/۰۳	۰/۹۰	-۰/۷۷	۰/۰۱	۰/۵۴-	۰/۰۴
vac	۰/۲۴	۰/۴۳	۰/۳۳	۰/۳۱	۰/۲۵	۰/۴۳
day	-۰/۰۰۷	۰/۸۷	-۰/۰۲	۰/۷۱	۰/۰۳	۰/۴۵
inte	۲/۶	۰/۰۰	۲/۸۶	۰/۰۰	۰/۹۷	۰/۰۱
times	-۰/۱۳	۰/۲۱	۰/۰۸	۰/۴۶	۰/۲۳	۰/۰۳
cost	-۰/۰۹	۰/۸۱	-۰/۱۳	۰/۷۴	۰/۶۴	۰/۰۷
multi	۰/۵۹	۰/۰۰	۰/۴۰	۰/۰۳	۰/۲۲	۰/۱۹
chi2	۹۵/۵		۹۲/۰۹		۶۵/۷۷	
Prob > chi2	۰/۰۰		۰/۰۰		۰/۰۰	
Pseudo R2	۰/۱۴		۰/۱۲		۰/۰۷	

(منبع: یافته‌های پژوهش) ** فاصله اطمینان ۹۰ درصد

مقدار *chi-square* در هر چهار الگو به لحاظ آماری معنی‌دار است. ازاین‌رو می‌توان گفت به لحاظ آماری، توابع سه الگو قابل اتکا است.

همان‌طور که مشاهده می‌شود در الگوی اول، متغیرهای سطح تحصیلات، سن، فاصله، تعداد افراد خانواده، علاقه‌مندی به بازدید از محله‌های تاریخی و بازدید در صورت چند برابر شدن هزینه نیز معنی‌دار شده‌اند. در قسمت ضرایب و با توجه به سطح معنی‌داری می‌توان گفت در الگوی اول، سطح تحصیلات بر تمایل بر سطوح بالاتر یک‌بار پرداخت اثر مثبت دارد.

بر این اساس می‌توان گفت به‌عنوان نمونه، یک سطح افزایش در تحصیلات بازدیدکنندگان منجر به ۰/۴۷ برابر شدن افزایش در تمایلات افراد در یک‌بار پرداخت دارند. بنابراین افراد تحصیل‌کرده، سطوح بالاتری از یک‌بار پرداخت را داشته‌اند و به بیان تابع لجستیک می‌توان گفت شانس اینکه فردی تمایل یک‌بار پرداخت بیشتری را داشته باشد با داشتن سطوح بالاتر تحصیلات، افزایش می‌یابد.

همچنین ضریب فاصله منفی شده است. این نتیجه بدین معناست افرادی که از این منطقه دورترند، ارزش کمتری برای آن قائل‌اند، زیرا افراد نزدیک به آن به ارزش‌های تاریخی و حتی اقتصادی آن، به علت ارتباط بیشتر واقف هستند. بنابراین در الگوی اول، متغیرهای تعداد افراد خانواده، علاقه‌مندی به بازدید از محله‌های تاریخی و بازدید در صورت چند برابر شدن هزینه نیز معنی‌دار شده‌اند.

در الگوی دوم نیز متغیرهایی همچون سن، تحصیلات، اشتغال، علاقه‌مندی و چند برابر شدن هزینه، اثر معنی‌دار دارند. به‌بیان‌دیگر متغیرهای مذکور بر متغیر متوسط تمایل به پرداخت سالیانه برای حفاظت از محله تاریخی که به‌صورت ترتیبی چند سطحی تعریف‌شده است، اثرگذاری معنی‌دار دارند.

طبق این نتایج افراد با سن بالاتر، تمایل به پرداخت سالیانه در سطوح بالاتر را دارند که نشان‌دهنده مهم‌تر بودن محله‌های تاریخی ازنظر افراد با سن بالاتر نسبت به فرد با سن کمتر می‌باشد. در الگوی سوم نیز که متغیرهای اشتغال، علاقه‌مندی به تماشای محله‌های تاریخی و تعداد دفعات بازدید سالانه اثر معنی‌دار دارند.

نتایج مدل هزینه سفر (TC) در جدول شماره (۴)ارائه‌شده است. در این معادله هزینه‌های انجام‌شده برای بازدید از محله تاریخی جولان به‌صورت متغیر وابسته منظور شده است.

جدول شماره ۴: نتایج مدل هزینه سفر با استفاده از روش لجستیک ترتیبی چند سطحی

	Owtp_tc				

	Coef.	Prob.		Coef.	Prob.
gen	۰/۱۶	۰/۴۶	veh	۰/۱۸	۰/۰۰
age	۰/۴۴	۰/۰۱	trav	۰/۱۶	۰/۰۰
edu	۰/۱۴	۰/۳۳	emp	۰/۶۹	۰/۰۱
mar	۰/۱۰	۰/۶۳	vac	۰/۵۲	۰/۰۷
job	-۰/۰۳	۰/۴۵	day	۰/۰۶	۰/۰۷
dis	۰/۰۰۳	۰/۰۰	inte	۰/۶۹	۰/۰۵
only	۰/۴۷	۰/۰۶	*times*	-۰/۰۲	۰/۸۲
family	-۰/۰۴	۰/۵۴	cost	۰/۰۰	۰/۹۹
multi	-۰/۱۳	۰/۳۹			
chi2	۱۹۳/۰۳				
Prob > chi2	۰/۰۰				
Pseudo R2	۰/۱۴۹۰				

(منبع: یافته‌های پژوهش)

این الگو، عوامل مؤثر بر متغیر هزینه‌های تحقق‌یافته چند سطحی را نشان می‌دهد. به‌بیان‌دیگر عوامل مؤثر بر متغیر رجحان‌های آشکارشده توسط بازدیدکنندگان را نشان می‌دهد که البته در این الگو این متغیر به‌صورت ترتیبی چند سطحی تعریف گردیده است. مثبت شدن ضریب متغیر فاصله در این مدل مطابق انتظار می‌باشد چراکه کسانی که از فواصل دورتر به این مجموعه مسافرت کرده‌اند، هزینه‌های بیشتری متحمل شده‌اند.

همچنین به دلیل استفاده از مدل لجستیک، می‌توان نسبت‌های موفقیت[1](شانس) را نیز به دست آورد. در اینجا نتایج نسبت‌های موفقیت را برای الگوی ۱ (*owtp_1*) و برای متغیرهایی که معنی‌دار شده و این نسبت بزرگ‌تر از ۱ شده است، می‌توان مشاهده نمود.

جدول شماره ۵: نسبت‌های موفقیت الگوی یک‌بار پرداخت

	Odds Ratio	Prob
age	۱/۴۲	۰/۰۶۵
edu	۱/۶۱	۰/۰۰۳
inte	۱۴/۵۷	۰/۰۰

[1] Odds Ratios

multi	۱/۸۲	۰/۰۰
chi2	۹۵/۵۴	
Prob > chi2	۰/۰۰	
Pseudo R2	۰/۱۴	

(منبع: یافته‌های پژوهش)

همان‌طور که مشاهده می‌شود، شاخص‌های سن، سطح تحصیلات، علاقه‌مندی و بازدید در صورت افزایش هزینه‌ها، معنی‌دار و مقدار نسبت موفقیت آن‌ها بزرگ‌تر از یک شده‌اند. تفسیر این نسبت‌ها به‌عنوان نمونه برای تحصیلات بدین معناست که در خصوص افراد دارای سطح تحصیلات بالاتر، شانس پرداخت یک‌بار سالیانه، ۱/۶۱ برابر نسبت به افراد دارای سطح پایین‌تر می‌باشد. به‌طور مشابه این نسبت برای علاقه‌مندی ۱۴/۵۷ برابر می‌باشد. یعنی شانس پرداخت بیشتر یک‌بار سالیانه افراد علاقه‌مند، ۱۴/۵۷ برابر افرادی است که علاقه‌مند به تماشای محله‌های تاریخی نیستند. بنابراین می‌توان اهمیت علاقه‌مندی و تعلق‌خاطر افراد در میزان پرداخت ها در حفظ و مرمت محله‌های تاریخی را از این نتایج متوجه شد. این تحلیل برای متغیرهایی که نسبت موفقیت یا شانس آن‌ها بزرگ‌تر از یک می‌باشد برقرار است.

نتایج نسبت‌های موفقیت برای الگوی ۲ را نیز می‌توان در جدول زیر مشاهده نمود. نکته قابل‌توجه این است که در اینجا نیز متغیرهای سن، سطح تحصیلات، علاقه‌مندی و بازدید، در صورت افزایش هزینه‌ها معنی‌دار و مقدار نسبت موفقیت آن‌ها بزرگ‌تر از یک شده‌اند که نشان‌دهنده اهمیت آن‌ها در پرداخت سالیانه می‌باشد. طبق نتایج به‌دست‌آمده شاخص علاقه‌مندی به تماشای محله‌های تاریخی دارای نسبت ۱۷/۴۶ است که نشان‌دهنده اهمیت بسیار بالای آن در پرداخت سالیانه نیز می‌باشد.

جدول شماره ۶: نسبت‌های موفقیت الگوی پرداخت سالیانه

	Odds Ratio	Prob
Age	۱/۶۸	۰/۰۱
Edu	۱/۶۶	۰/۰۰
inte	۱۷/۴۶	۰/۰۰
multi	۱/۴۹	۰/۰۳

(منبع: یافته‌های پژوهش)

ازآنجاکه مدل لجستیک ترتیبی چند سطحی، نشان‌دهنده اثرگذاری عوامل در سطوح بالاتر تمایل به پرداخت سالانه و یک‌بار پرداخت است، بنابراین می‌توان با استفاده از مدل‌های لاجیت، اثرات عوامل مدل را برای سطح معینی از تمایل به پرداخت محاسبه نمود. ازاین‌رو در این پژوهش دو مدل لاجیت، برآورد و موردبررسی قرار گرفت.

مدل اول نشان‌دهنده عوامل مؤثر بر احتمال پذیرش مبلغ یک‌بار پرداخت بیشتر از ۳۵۰۰۰ تومان جهت بازدید از محله تاریخی جولان و مدل دوم نشان‌دهنده عوامل مؤثر بر احتمال پذیرش مبلغ سالیانه پرداخت بیشتر از ۲۵۰۰۰ تومان جهت بازدید می‌باشد. این مرزها به‌عنوان حد وسط پرداخت ها در نظر گرفته‌شده است.

نتایج این مدل‌ها نشان می‌دهد که کدام عوامل بر پرداخت های بالا و قابل‌توجه، اثرگذارتر بوده‌اند. مدل لاجیت برای دو الگوی *WTP_1* و *WTP_y* برآورد می‌گردد. این مدل به‌صورت یک متغیر وابستهٔ موهومی (دوتایی) در نظر گرفته‌شده و با استفاده از الگوی لاجیت اثر عوامل و متغیرهای مستقل بر احتمال پذیرش هزینه بازدید از محله تاریخی بررسی‌شده است. در جدول شماره (۷) متغیرهایی که معنی دار شده‌اند همراه با میزان اثرگذاری آن‌ها مشاهده می‌شود.

جدول شماره ۷: نتایج روش لاجیت برای الگوی یک‌بار پرداخت (مرز ۳۵۰۰۰ تومان)

	WTP_1_35000	
	Coefficient	.Prob
EDU	۰/۳۹	۰/۰۳
INTE	۲/۸۹	۰/۰۱
TIMES	-۰/۳۱	۰/۰۱
MULTI	۰/۳۵	**۰/۰۶
	WTP_y_25000	
AGE	۰/۵۴	۰/۰۱
EDU	۰/۴۸	۰/۰۱
TRAV	۰/۰۶	۰/۰۵
EMP	-۱/۱۶	۰/۰۰
VAC	۰/۷۲	۰/۰۵
INTE	۲/۷۳	۰/۰۱

(منبع: یافته‌های پژوهش)

طبق نتایج به‌دست‌آمده متغیرهای تحصیلات، علاقه‌مندی، دفعات بازدید و چند برابر شدن هزینه در الگوی یک‌بار پرداخت بیشتر از ۳۵۰۰۰ تومان معنادار شده‌اند. به‌بیان‌دیگر این متغیرها بر پرداخت ۳۵۰۰۰ تومان و بالاتر اثرگذار بوده‌اند. در این مدل، اثر بالای علاقه‌مندی بر پرداخت بالا و قابل‌توجه یک‌بار پرداخت مشاهده می‌شود که اهمیت متغیر را نشان می‌دهد. همچنین متغیرهای سن، تحصیلات، تعداد همراهان، اشتغال، مرخصی و علاقه‌مندی در الگوی سالیانه پرداخت معنی‌دار شده‌اند. اثر مثبت متغیرهای سن، تحصیلات و علاقه‌مندی در پرداخت سالیانه سطح بالا، مشاهده می‌شود که اثر متغیر علاقه‌مندی در این مدل نیز قابل‌توجه است.

۶. نتیجه‌گیری

حفاظت، نگهداری و احیاء نواحی تاریخی درون‌شهری ، باانگیزه‌های اقتصادی ، باعث می‌شود که این مناطق از یک‌سو سودآوری اقتصادی پیدا کنند و از طرف دیگر فرصتی برای حفاظت مؤثر ایجاد کنند. همچنین رویکرد گردشگری شهری محله‌های تاریخی در جهت حفظ و احیاء بافت تاریخی و همچنین منافع اقتصادی و درآمدهای پایدار تأثیرگذار است. از طرف دیگر میراث فرهنگی- تاریخی از مهم‌ترین عناصر هویتی شهرها به شمار می‌روند که حفاظت و نگهداری و احیاء آن‌ها از اهداف مهم برنامه ریزان و مدیران شهری و گردشگری محسوب می‌شود. در حال حاضر این امر مستلزم تأمین منابع مالی کلانی می‌باشد. محدودیت بودجه دولت و بالا بودن هزینه‌های مراقبت و نگهداری از آثار باستانی و نیز ایجاد زیرساخت‌های توسعه ایی این مجموعه‌ها، لزوم تأمین مالی از طریق جانب بازدیدکنندگان را خاطرنشان می‌کند. در این میان محله‌های فرهنگی به‌عنوان مقاصد گردشگری مکان عرضه سرمایه گردشگری هستند

با توجه به اهمیت موضوع با بهره‌گیری از الگوهای مختلف و روش لجستیک ترتیبی چند سطحی، عوامل و میزان اثرگذاری آن‌ها بر انواع تمایلات پرداخت، محاسبه گردیده است. طبق نتایج به‌دست‌آمده از پرسشنامه‌های تکمیلی ازنظر فراوانی بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان در رده سنی ۲۰ تا ۴۰ قرار دارند و ۶۵ درصد از آن‌ها دارای تحصیلات دانشگاهی هستند که نشان از بازدید افراد رده سنی جوان و تحصیل‌کرده از محله تاریخی می‌باشد. همچنین نیمی از بازدیدکنندگان از خودروی شخصی استفاده نموده‌اند که ضروری است متولیان گردشگری شهری، زیرساخت‌ها و تدابیر لازم مانند پارکینگ، راهنما، مسیر مناسب تردد و... جهت استفاده بهینه افراد با وسیله نقلیه شخصی

فراهم آورند. تمایل به‌یکبار پرداخت ۹۰ درصد بازدیدکنندگان مبلغ ۱۵ تا ۳۵ هزار تومان می‌باشد که میزان پرداخت متوسط در سطح‌بندی انجام‌شده است.

هر چهار مدل به‌صورت کلی معنی‌دار شده‌اند، درحالی‌که در رگرسیون معمولی برخی مدل‌ها، معنی‌دار نمی‌شوند. در میان نتایج به‌دست‌آمده از الگوهای سه‌گانه که عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت از منابع مالیاتی، تمایل به پرداخت سالیانه برای حفاظت از محله تاریخی و تمایل به پرداخت یک‌بار موردبررسی قرار گرفتند، عامل علاقه‌مندی به تماشای محله‌های تاریخی در هر سه الگو معنی‌دار شده است که طبق نتایج به‌دست‌آمده اثر آن مثبت و قوی می‌باشد. نسبت موفقیت متغیر مذکور به میزان ۱۴/۵۷ نیز تائید کننده این موضوع می‌باشد. طبق این نتایج می‌توان با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در جهت افزایش علاقه‌مندی افراد به محله‌های تاریخی، تمایل افراد به پرداخت را افزایش داد.

همچنین متغیرهای سن، تحصیلات و تمایل به بازدید در صورت چند برابر شدن هزینه‌ها در دو الگو معنی‌دار شده‌اند که اثر مثبت بر متغیر وابسته داشته‌اند. در این خصوص متغیر تمایل به بازدید در صورت چند برابر شدن هزینه‌ها که می‌تواند متغیر جانشینی برای علاقه‌مندی افراد باشد، دارای بالاترین نسبت موفقیت و سپس تحصیلات دارای نسبت بالای موفقیت هستند. طبق نتایج به‌دست‌آمده به‌خوبی می‌توان نقش سن و تحصیلات را در درک اهمیت فرهنگی و اقتصادی محله‌های تاریخی مشاهده نمود. بنابراین یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد افراد به اهمیت و ضرورت محله‌های تاریخی آگاه هستند.

ازاین‌رو سیاست‌گذار می‌تواند با تأمین امکانات اولیه‌ی بیشتر، وضعیت کنونی را بهبود بخشد و گردشگران بیشتری به این محله تاریخی جذب شوند که حاضر به پرداخت هزینه‌ی مبلغ بیشتر برای استفاده از امکانات به وجود آمده هستند و این امر گسترش صنعت گردشگری و افزایش درآمد را به دنبال دارد. ازاین‌رو با توجه به اهمیت شرایط دموگرافیک بازدیدکنندگان، شناسایی الگوهای اجتماعی در طراحی و برنامه‌ریزی فضاهای تاریخی امری ضروری است. به‌عنوان نمونه ازآنجاکه بیش از نیمی بازدیدکنندگان دارای سنین ۲۰ تا ۴۰ سال بوده و دارای تحصیلات دانشگاهی هستند بنابراین سیاست‌گذار بایستی در ایجاد امکانات و برنامه‌های تفریحی گردشگری این منطقه، تمایلات و علائق این موارد را در نظر بگیرد.

همچنین بخش دولتی با سیاست‌گذاری صحیح و با استفاده از ابزارهایی نظیر سیاست‌های پولی و مالی مانند معافیت‌های مالیاتی، یا اعطاء یارانه‌ها، باعث رونق بخشی و ایجاد امکانات زیر بنایی و رفاهی در این محله‌ها شوند. از سوی دیگر برآورد میزان تمایل به پرداخت و ارزش‌گذاری محله‌های تاریخی، شاخصی برای ارزیابی کارآیی سیاست‌های تشویقی و حمایتی مرتبط با حفاظت آن‌ها می‌باشد. به طوریکه افزایش تمایل به پرداخت و ارزش‌گذاری محله‌های تاریخی می‌تواند نشانگر توجه افراد جامعه به این‌گونه جاذبه‌های گردشگری تلقی گردد که از طرفی توجه بیشتر سیاست‌گذاران را می‌طلبد و از طرف دیگر می‌تواند نشانگر موفقیت سیاست‌های گذشته باشد اگرچه نباید باعث عدم توجه به کمبودها و نبود امکانات گردد.

Refrences

Alitajer, S., & Sahraie, M. (2018). Analyzing the Concept of Spatial Structure Coherence in Historical Districts Using the Space Syntax Method (Case Study: Historical Districts of Hamadan City). *Geography and Urban Space Development*, *4*(2), 205-219. doi: 10.22067/gusd. v4i2.55960 (In Persian)

Aminzadeh, B., & Dadras, R. (2022). Cultural Regeneration of Qazvin Historical Texture Based on Urban Tourism. *Journal of Iranian Architecture Studies*, *1*(2), 99-108. (In Persian)

Attarroshan, S., Pourrostami, R., Zare, A., & Katebifar, S. (2020). Economic valuation and estimation of willingness to pay for Baghestan recreational and tourist village in Karaj using Contingent Valuation method (CVM). *Journal of Tourism and Development*, *9*(4),39-48. doi: 10.22034/jtd.2019.202896.1833 (In Persian)

Azadi, A., Emami Meibodi, A., Azadi, F., & Khaksar, M. (2015). Estimated economic value of Taq Bostan using Contingent Choice Method. *Tourism Management Studies*, *9*(26), 83-96. (In Persian)

Báez-Montenegro, A., Centeno, A. B., Lara, J. Á. S., & Prieto, L. C. H. (2016). Contingent valuation and motivation analysis of tourist routes: Application to the cultural heritage of Valdivia (Chile). *Tourism Economics*, 22(3), 558-571.

Balaali, H. (2016). Estimating Non-use Value of Avicenna Mausoleum Using Contingent Valuation Method. *Journal of Tourism and Development*, *5*(2), 35-45. doi: 10.22034/jtd.2016.110422 (In Persian)

Basouli, M., & Jabbari, G. (2021). The Relationship between Crisis Management and Community Resilience in Tourism Destination at Corona Crisis Case Study: Hamedan City. *urban tourism*, *8*(1), 33-48. doi: 10.22059/jut.2021.318782.884 (In Persian)

Behzad Far, M. (2008). The Identity of the City, A Look at Tehrna's Identity. Cultural Organization of Tehran Municipality.Tehran: Nashr-e Shahr Publication, 2.

Bidram, R., Mohammadi, M. & Naseri, H. (2014). Estimating the social benefit of houses with historical value, using the conditional valuation method (CVM) (case example: houses with historical value in Jolfa neighborhood of Isfahan). *Journal of Conservation and Architecture in Iran*, 4 (7). (In Persian)

Chandan, S., & Kumar, A. (2019). Review of urban conservation practices in historic cities. Int. J. Emerg. Technol, 10, 74-84.

Chanel, O., Faugère, E., Geniaux, G., Kast, R., Luchini, S., & Scapecchi, P. (2004). Economic Valuation of Air Pollution Effects: Evidence from a Contextual Survey. *Revue economique*, 55(1), 65-92.

Chaikaew, P., Hodges, A. W., & Grunwald, S. (2017). Estimating the value of ecosystem services in a mixed-use watershed: A choice experiment approach. *Ecosystem Services*, 23, 228-237.

Dehghan Khavari, S., & Derakhsh, S. (2021). An Innovative Throughout Conceptual Model Framework for Logistics Integration. *Iranian Journal Of Supply Chain Management*, *23*(70), 37-54. (In Persian)

Eshaghiye Firoozabadi, E., salehi, S. M., & rashidi, M. M. (2019). Assessing the potential of culture-led regeneration in Fahadan district of Yazd with the aim of developing tourism in the district. *urban tourism*, *6*(3), 59-74. doi: 10.22059/jut.2019.260083.499 (In Persian)

Eskandari Nasab H, Amirteymoori S, Zare Mehjerdi M, Mirzaee Khalilabadi H, Baniasadi M. (۲۰۲۱). Assessing the Conservation Value of Rig Ishaqabad Rangeland of Sirjan Using Contingent Valuation Method.۱۷۹-۱٦۸: (۲) ۱۵ ; (In Persian)

Güngör, Ş. & Uysal, A. (2019). Film tourism: The influence of film and tv series on the tourism activities in Nevşehir. *International Journal of Geography and Geography Education*, 39, 189-202.

Heidari chapaneh, R., Raheli, H. & Fekri, Fatemeh. (2017). Evaluation of Urban Tourism Attractions Through Contingent Valuation Method (CVM), Shorabil Attractions Case Study in Ardabil. *urban tourism*, *4*(1), 57-70. doi: 10.22059/jut.2017.61999 (In Persian)

Hosseini Tehrani, S. G., Rajabi, A., & Eghbali, N. (2020). Analysis of Effective Factors on the Tourism Development of Historical Valuable Texture Case study: District 12 of Tehran. *urban tourism*, *7*(3), 51-63. doi: 10.22059/jut.2020.306337.813 (In Persian)

Izadi, H., Barzegar, S. (2011). Study of Economic Valuation Methods in Analysis of Environmental Issues of Cities, 1st Urban Economic Conference of Iran, Mashhad, Ferdousi University of Mashhad.

Kachniewska, M.A. (2015). Tourism development as a determinant of quality of life in rural areas. *Worldwide, Hospitality and Tourism Themes*, 7(5): 500-515.

Kalfas, D. G., Zagkas, D. T., Dragozi, E. I., & Zagkas, T. D. (2020). Estimating value of the ecosystem services in the urban and peri-urban green of a town Florina-Greece, using the CVM. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 27(4), 310-321.

Khaksar Astaneh, H., Kalate Arabi, V., & Sardar Shahraki, A. (2013). Estimating the Willingness to Pay of Visitors of Shahre Sukhte Historical Collection, Using Conditional Valuation Method (CVM). *Tourism Management Studies*, *7*(20), 167-184. doi: 10.22054/tms.2013.3986 (In Persian)

Khan Mohammadi, M. & Ghaleh noei, M. (2016). Culture-Based Regeneration through Developing Creative Industries and Explanation of Cultural Quarters in Historic Urban Textures. *Maremat and Memari Iran*; 6 (12) :67-84 (In Persian)

Khezerlouy Aghdam, A., Hoseinzadeh Dalir, K., & Soltani, A. (2019). Evaluation of the factors effective in renewing the historical texture with an attitude of Tourism Development. *Geography (Regional Planning)*, *8*(33), 507-521. (In Persian)

Lak, A., Gheitasi, M., & Timothy, D. J. (2020). Urban regeneration through heritage tourism: cultural policies and strategic management. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(4), 386-403.

Lee, J. F. J., Springborn, M., Handy, S. L., Quinn, J. F., Shilling, F. M. (2010). Approach for economic valuation of environmental conditions and impacts. Prepared for Caltrans, University of California, and Davis, CA.

Marta-Pedroso C, Freitas H, Domingos T. (2007). Testing for the survey mode effect on contingent valuation data quality: A case study of web based versus in-person interviews. *Ecological economics*. May 15; 62(3-4):388-98.

Moayedfar, S., Dehghan Khavari, S., Akaberi Tafti, M., & Fatemi, M. (2021). Economic Evaluation of Yazd Desert Ecotourism with Approach Sustainable Development. *The Journal of Geographical Research on Desert Areas*, *9*(1), 149-172. (In Persian)

Molaei, F., KarkehAbadi, Z., & Kamyabi, S. (2021). Needs Assessment of Creating a Smart Tourism Village in Bandar-Anzali. *urban tourism*, *7*(4), 49-60. doi: 10.22059/jut.2021.310536.839 (In Persian)

Momeni, M., & Hashemi, S. S. (2019). Reconstruction of old and historical monuments with tourism approach and Entrepreneurship with create a historical cultural path (Case Study of Shariati St. Hamedan). *Geography and Human Relationships*, *2*(3), 60-79. (In Persian)

Opera Jouneghani E, Talebi P, Shateri M. (2022). Estimating the Economic Value of Chaleshtor Castle Via Using the individual Travel Cost Method. *The Journal of Spatial Planning*; 26 (3) :130-151. (In Persian)

Pérez Guilarte, Y., & González, R. C. L. (2018). Sustainability and visitor management in tourist historic cities: The case of Santiago de Compostela, Spain. *Journal of Heritage Tourism*, 13(6), 489–505.

Raina, A. K. (2005), Ecology Wildlife and Tourism development, publishing New Delhi India.

Rajabi, M. & Mousavi, S.Na. (2013). Estimation of tourism and conservation values of Naqsh Jahan square in Isfahan (application of conditional valuation method). *Financial Economics*, 8(27) 127-152. (In Persian)

Rezaie, F. (2020).Determining economic value of cultural- historical places by individual's willingness to pay (WTP) method (case study: Hegmataneh hill in Hamadan). J Adv Pharm Edu Res. 10(S1):81- 92.

Safaei poor, M. & Zarei, J. (2017). Community -based planning and urban renewal, sustainable worn tissue with an emphasis on social capital Case Study: Jollan neighborhood of Hamadan. *Geographical Planning of Space*, *7*(23), 135-150. (In Persian)

Sajadzadeh, H., Sharifi, A., Soleimani, S., & Khanian, M. (2017). Assessment of Renovation and Conversation Planning of Project Mechanism in Traditional Neighborhood Regarding to the Environmental Quality, Case Study: Julan Neighborhood in Hamadan, Iran. *Armanshahr Architecture & Urban Development*, *9*(17), 355-364. (In Persian)

Sardaryan, S. (2012). People's participation is the key to the realization of plans for the improvement and renovation of dilapidated structures (case study: Golan neighborhood of Hamadan city). *Haft Hesar Environmental Studies*, 2(6), 17-28. (In Persian)

Sayehmiri A, nazari S. (2021). Estimating the economic value of Khorram Abad Falak al-Aflak castle by regional travel cost method. *Quarterly journal of economic research and policies*; 28 (96) :65-90. (In Persian)

Shajari, H., Bidram, R., & Akbari, N. (1386). Estimation of car consumers' willingness to pay for gasoline price (using CVM method). Journal of Economic Research, 42(2). (In Persian)

Sharzehi, G., & Samdeliri, A. (2012). Estimating the recreational value of the caspian sea coast (case study: radio-darya recreational coast of chalous, iran). *Environmental Sciences*, 9(3), 1-14. sid. https://sid.ir/paper/117277/en (In Persian)

Sherizadeh, A., haydari, R., hoseinpour, M., & herischian, M. (2018). Comparative analysis of CVM economic valuation of urban tourism destinations (Case study: Elgoli and Baghlar Baghi Gardens in Tabriz megalopolis). *urban tourism*, *5*(3), 33-48. doi: 10.22059/jut.2018.232584.309 (In Persian)

Subanti, S., Zukhronah, E., Handajani, S. S., Irawan, B. R. M., & Hakim, A. R. (2018). Measuring economic value for tourism destination using contingent valuation method: The Sangiran Sites, Central Java Province, Indonesia. *JPhCS*, 983(1), 012066.

Tahmasebizadeh, N. (2018). Factors affecting willingness to pay for ecotourism in estimating the value of Taq-e Bostan Kermanshah. *Journal of Natural Environment*, *71*(3), 371-383. doi: 10.22059/jne.2018.229200.1351(In Persian)

Throsby, D. & Withers, G. (1985). What price culture? *Journal of Cultural Economics*, 9(2):597-614.

Toloui Ashlaghi, A. and Rashidpour, A. (2017). A critique on the existing methods of valuing cultural goods. *Summer Research Journal* - Number 25 (In Persian)

Tymornegad, S., Sayehmiri, A., Askari, H., mahdavi, A., & Eghbali, A. (2019). Estimation of recreational value of Ilam Mellat Park using conditional valuation method. *Geography (Regional Planning)*, *9*(35), 625-640. (In Persian)

Wahabian, M., Ghanbari, N., Nouri, S. & Kalharnia, B. (2019). Examining and explaining the components of urban branding with an emphasis on tourism dimensions (case example: Hamedan metropolis). *Quarterly Scientific and Research of New Approaches in Human Geography*, 13(1), 74-98. (In Persian)

Yulu, A., & Kapan, K. (2020). The Role of Tourism in Urban Conservation: The Case of Manila, the Philippines. *Journal of Geography*, 0(41), 13-27.

Zarei, M. (2011). The physical-spatial structure of Hamedan city from the beginning of the Islamic period to the end of the Qajar period based on the available evidence. *Archaeological Researches of Iran*, 1(1), 57-82. (In Persian)

Zarei, M., Ali Tajer, S., Araghchian, M., Pilehvar, M., and Talee Islami, K. (2019). Golan (old neighborhood of Hamedan), Tehran: Golden Pub. (In Persian)

Zaal, M. H., Ramezamzadeh Lasbooee, M., & Jourbonian, F. (2020). Ancestral museums and its role in the development of cultural heritage tourism in historic cities (Case Study Kolbadi house's museum in Sari). *urban tourism, 7*(1), 37-50. doi: 10.22059/jut.2018.241203.382 (In Persian)

Zarlenga, M. I., & Morató, A. R. (2019). Heritage Tourism/Urban Conservation. *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Urban and Regional Studies*, 1-9.