

صلى الله عليه وسلم



دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی

گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری

پایان نامه جهت دریافت مدرک کارشناسی ارشد در رشته جغرافیا و برنامه ریزی شهری

عنوان

ارزیابی جاذبه های گردشگری شهری با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط (CVM)

مطالعه موردی: جاذبه شورابیل اردبیل

استاد راهنما

دکتر رحیم حیدری چپانه

استاد مشاور

دکتر حسین راحلی

پژوهشگر

فاطمه فکری

شهریور ۹۳

تقدیم به دو شمع فروزان حیاتم «پدر و مادر»

که ستودنی ترین و اثرگذار در برابرشان قامت خم نموده اند؛

و همراه بی همتای زندگی ام «مهمترم»

تقدیر و تشکر

به مصداق آیه شریفی «ومن سکر فانی سکر لثمه» به سکرانه توفیق و به رسم ادب و ارادت، بسی شایسته است از تلاش های بی شائبه و زحمات صادقانه و صادقانه استاد محترم گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی دانشگاه تبریز به ویژه استاد ارجمند آقای دکتر رحیم حیدری چینه استاد محترم گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری و استاد مشاور آقای دکتر حسین راحلی دانشیار محترم گروه اقتصاد کشاورزی دانشکده کشاورزی دانشگاه تبریز، در دوران نگارش رساله کمال تقدیر و تشکر را داشته باشم.

بچنین از دیگر اساتید گروه آقای پروفسور سید ستار صدر موسوی مدیر محترم گروه، و آقایان پروفسور محمد رضا پورمحمدی، دکتر بهمن هادیلی، دکتر رسول قربانی، دکتر شهرور روستایی و دکتر حسین کریم زاده که در دوران تحصیل، همواره از محضراتشان معرفت و دانش آموختم، نهایت اظهار سپاسگذاری را دارم، امید که توفیق، رفیق طریق سعادت، یادت و سلامت آن سروران گرامی باشد. از استاد گرامی جناب آقای دکتر محمد خدوادی زاده استاد گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه ارومیه که با مساعدت های ارزنده و مفید ایشان راه نه چندان، هموار پژوهش را برایم سهل تر نمودند نیز تشکر و تقدیر می نمایم.

بچنین از کلیه کارکنان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری و صنایع دستی استان اردبیل، شهرداری اردبیل، استانداری اردبیل، سازمان حفاظت محیط زیست استان اردبیل، سازمان راه و شهرسازی استان اردبیل، مدیریت گردشگری مجموعه شورابیل، هتل چهار ستاره ی شورابیل اردبیل و هتل کوثر شورابیل اردبیل نیز کمال تقدیر و تشکر را دارم.

از دوستان و هم کلاسی های خوبم به ویژه خانم فاطمه فغان، فاطمه زادولی، سونیا کریمی و... که در دوران تحصیل همواره از یاری ایشان بهره مند بودم نیز نهایت تشکر را دارم. از خانم ها و آقایان آرزو نادری، سولماز اخوی، جعفر اخوی و امیرمردی که در دوران نگارش رساله همواره از کمک ها و لطف های ایشان بهره مند بودم نیز سپاسگذارم.

از خانواده ام به ویژه بهسرم سپاسگذارم که با تشویق ها، حمایت های ایشان در دوران تحصیل و پژوهش، رنج ها و سختی های تدوین رساله بر من هموار شد. بچنین از فرزندانم آرین و آیلین مرادی به خاطر تحمل کاستی ها و کمبودها از سوی اینجانب بی نهایت سپاسگذارم.

در نهایت سپاس ویژه و تقدیر اختصاصی خود را به والدین، بهسرم تقدیم می دارم، چه بسا الکر از پشتیبانی ها و مساعدت های ایشان محروم می بودم توفیق در مسیر تحصیل برای اینجانب دست نیافتنی و ناممکن می نمود. از پروردگاری تعالی برای ایشان آرزوی سلامت، سعادت و طول عمر دارم.

نام خانوادگی: فکری	نام: فاطمه
استاد راهنما:	آقای دکتر رحیم حیدری چپانه
استاد مشاور:	آقای دکتر حسین راحلی
عنوان: ارزیابی جاذبه های گردشگری شهری با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط (CVM)، مطالعه موردی: جاذبه شورابیل اردبیل	
مقطع تحصیلی: کارشناسی ارشد	رشته: جغرافیا و برنامه ریزی شهری
دانشکده: جغرافیا و برنامه ریزی	دانشگاه تبریز
کلید واژه ها: گردشگری شهری، اردبیل، جاذبه شورابیل، روش ارزش گذاری مشروط (CVM) و مدل لاجیت	
چکیده:	
<p>امروزه توریسم شهری به عنوان جنبه ای مهم از صنعت گردشگری است که بر چگونگی گردش توریست در شهر، رفتارهای گردشگران و امکانات توریستی تأکید دارد. دلبستگی و علاقه انسان به جاذبه های طبیعی در حاشیه شهرها ریشه در نیازهای زیستی، روانی و اجتماعی او دارد. ناکارآمدی در مدیریت و حفاظت و بهره برداری نادرست از این گونه منابع طبیعی بسیاری از آنها را به ورطه نابودی کشانده است. کمیابی این منابع از یک سو و کمبود منابع مالی از سوی دیگر، مدیریت منابع طبیعی را به سوی ارزش گذاری این منابع سوق می دهد. ارزیابی جاذبه های گردشگری می تواند در پیش بینی نیازها، رفع کمبودها، برنامه ریزی، تصمیم گیری و توسعه گردشگری پایدار مؤثر باشد. شهر اردبیل در شمال غرب ایران با وجود داشتن جاذبه های طبیعی و تاریخی گوناگون هنوز جایگاه واقعی خود را در صنعت گردشگری نیافته است. جاذبه گردشگری شورابیل دریاچه زیبایی که در شهر اردبیل قرار گرفته جاذبه ای با پتانسیل بالای اکوتوریسم است که بدین جهت همواره مورد توجه شهروندان، گردشگران و مدیران شهری بوده است. هدف این پژوهش برآورد ارزش گردشگری جاذبه شورابیل اردبیل با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط است که به تعیین میانگین تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان و عوامل مؤثر در تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان با استفاده از مدل رگرسیونی لاجیت می پردازد. بدین منظور داده های مورد نیاز با مطالعات میدانی و تکمیل ۲۳۲ پرسشنامه با روش تصادفی ساده در جاذبه مذکور در خرداد و تیر ماه ۱۳۹۳ جمع آوری گردید. برای تحلیل داده ها از نرم افزارهای آماری SPSS و Shazam و نرم افزار ریاضی Maple استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می دهد 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، در حالی که متغیر سن معنی دار نبود. میانگین تمایل به پرداخت در بین بازدیدکنندگان ۱۲۰۰۰ ریال و ارزش تفریحی این جاذبه ۱۸/۷۲ میلیارد ریال برآورد گردید. نتایج نشان می دهد تفرجگاه های طبیعی در شهرها برای مردم دارای اهمیت و ارزش قابل توجهی هستند که این ارزش برای سیاستگذاران و تصمیم گیرندگان توجیهی فراهم می کند تا برای توسعه گردشگری پایدار و بالا بردن رفاه گردشگران و همچنین برای حفاظت اکوسیستم این گونه جاذبه های طبیعی توجه بیشتر و مدیریت کارآمدتری داشته باشند، تا شاهد توسعه گردشگری و جذب گردشگران بیشتر در شهرهای ایران از جمله شهر اردبیل باشیم.</p>	

فهرست مطالب:

۱.....	فصل اول : کلیات تحقیق	۱
۲.....	۱-۱ - مقدمه	۱-۱
۴.....	۲-۱- بیان مسأله	۲-۱
۱۰.....	۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق	۳-۱
۱۲.....	۴-۱- سئوالات تحقیق	۴-۱
۱۳.....	۵-۱- اهداف تحقیق	۵-۱
۱۳.....	۶-۱- فرضیات تحقیق	۶-۱
۱۴.....	۷-۱- روش تحقیق	۷-۱
۱۶.....	۸-۱- قلمرو تحقیق	۸-۱
۱۶.....	۹-۱- محدودیت‌های تحقیق	۹-۱
۱۷.....	۱۰-۱- پیشینه تحقیق	۱۰-۱
۲۴.....	فصل دوم : مبانی نظری تحقیق	۲۴
۲۵.....	۱-۲- مقدمه	۱-۲
۲۵.....	۲-۲- ارزیابی	۲-۲
۲۶.....	۳-۲- اوقات فراغت	۳-۲
۲۸.....	۴-۲- گردشگری	۴-۲
۲۹.....	۴-۲-۱- انواع گردشگری	۴-۲-۱
۳۱.....	۴-۲-۵- گردشگر	۴-۲-۵
۳۳۲.....	۴-۲-۵-۱- طیف گردشگران	۴-۲-۵-۱
۳۳.....	۴-۲-۶- جاذبه گردشگری	۴-۲-۶
۳۵.....	۴-۲-۶-۱- گونه شناسی جاذبه های گردشگری	۴-۲-۶-۱
۳۶.....	۴-۲-۷- گردشگری شهری	۴-۲-۷
۳۷.....	۴-۲-۷-۱- ویژگی های گردشگری شهری	۴-۲-۷-۱
۳۸.....	۴-۲-۸- گردشگاه	۴-۲-۸

۳۹.....	۲-۸-۱- گونه شناسی گردشگاه ها
۴۱.....	۲-۹- گردشگری به عنوان یک صنعت
۴۳.....	۲-۱۰- گردشگری به عنوان یک سیستم
۴۶.....	۲-۱۱- بازاریابی گردشگری
۴۷.....	۲-۱۱-۱- ترکیب بازاریابی
۴۷.....	۲-۱۱-۲- بخش بندی بازار
۴۸.....	۲-۱۲- گردشگری پایدار
۵۱.....	۲-۱۲-۱- اصول گردشگری پایدار
۵۳.....	۲-۱۲-۲- گردشگری پایدار و اکو توریسم
۵۵.....	۲-۱۳- مدیریت گردشگری
۵۷.....	۲-۱۴- آثار توسعه ی گردشگری
۵۷.....	۲-۱۴-۱- آثار اقتصادی توسعه ی گردشگری
۵۹.....	۲-۱۴-۲- آثار اجتماعی- فرهنگی توسعه ی گردشگری
۶۰.....	۲-۱۴-۳- آثار زیست محیطی توسعه ی گردشگری
۶۱.....	۲-۱۵- جمع بندی
۶۳.....	فصل سوم: شناخت محدوده ی مورد مطالعه
۶۴.....	۳-۱- مقدمه
۶۴.....	۳-۲- موقعیت شهر اردبیل
۶۵.....	۳-۳- توپوگرافی شهر اردبیل
۶۷.....	۳-۴- زمین شناسی شهر اردبیل
۶۸.....	۳-۵- موقعیت ارتباطی شهر اردبیل
۶۸.....	۳-۶- موقعیت دریاچه ی شورابیل
۷۰.....	۳-۷- وسعت دریاچه ی شورابیل
۷۰.....	۳-۸- تاریخچه ی جاذبه ی شورابیل
۷۱.....	۳-۸-۱- دریاچه در حالت طبیعی

۷۲.....	۳-۸-۲ - دریاچه در مرحله اول آبیگری
۷۲.....	۳-۸-۳ - دریاچه در وضعیت انباشتگی کامل
۷۳.....	۳-۸-۴ - دریاچه در وضعیت کنونی
۷۴.....	۳-۹-۹ - توپوگرافی سایت شورابیل
۷۵.....	۳-۱۰-۱۰ - زمین شناسی سایت شورابیل
۷۸.....	۳-۱۱-۱۱ - آب وهوای سایت شورابیل
۸۰.....	۳-۱۲-۱۲ - پوشش گیاهی جاذبه ی شورابیل
۸۰.....	۳-۱۳-۱۳ - حیات جانوری جاذبه ی شورابیل
۸۱.....	۳-۱۴-۱۴ - راههای دسترسی به جاذبه ی شورابیل
۸۲.....	۳-۱۵-۱۵ - مالکیت جاذبه ی شورابیل
۸۳.....	۳-۱۶-۱۶ - قابلیت ها و استعدادهای جاذبه ی شورابیل
۸۴.....	۳-۱۷-۱۷ - فعالیت ها و کاربری های موجود در جاذبه ی شورابیل
۸۶.....	۳-۱۸-۱۸ - دید و منظر در جاذبه ی شورابیل
۹۳.....	۳-۱۹-۱۹ - ویژگی های اجتماعی، فرهنگی، تاریخی، بافت وکالبد شهر اردبیل
۹۳.....	۳-۱۹-۱ - ویژگی های اجتماعی و فرهنگی شهر اردبیل
۹۴.....	۳-۱۹-۲ - تاریخ شهر اردبیل
۹۵.....	۳-۱۹-۳ - بافت شهر اردبیل
۹۶.....	۳-۱۹-۴ - کالبد شهر اردبیل
۹۷.....	۳-۲۰-۲۰ - جمعیت شهر اردبیل
۱۰۱.....	۳-۲۱-۲۱ - اقتصاد شهر اردبیل
۱۰۳.....	۳-۲۲-۲۲ - جاذبه های گردشگری استان اردبیل
۱۰۳.....	۳-۲۲-۱ - جاذبه های گردشگری طبیعی
۱۰۴.....	۳-۲۲-۲ - جاذبه های گردشگری تاریخی و باستانی
۱۰۶.....	فصل چهارم - یافته ها و نتایج
۱۰۷.....	۴-۱-۱ - مقدمه

۱۰۷.....	۴-۲- روش جمع آوری اطلاعات
۱۰۷.....	۴-۳- جامعه ی آماری و حجم جامعه ی آماری نمونه
۱۰۹.....	۴-۴- روش ارزشگذاری مشروط
۱۱۲.....	۴-۵- یافته ها
۱۱۳.....	۴-۵-۱- ویژگی های شخصیتی، اجتماعی و اقتصادی گردشگران
۱۱۶.....	۴-۵-۲- محیط تفرجگاه
۱۲۰.....	۴-۵-۳- ارزیابی گردشگران از امکانات و تجهیزات تفرجگاه
۱۲۱.....	۴-۵-۴- ارزش گذاری مشروط
۱۲۶.....	۴-۶- آزمون فرضیات
۱۲۶.....	۴-۶-۱- آزمون فرضیه ی اول
۱۲۷.....	۴-۶-۲- آزمون فرضیه ی دوم
۱۲۸.....	۴-۶-۳- آزمون فرضیه ی سوم
۱۲۹.....	۴-۷- نتایج
۱۳۲.....	فصل پنجم - نتیجه گیری و پیشنهادات
۱۳۳.....	۵-۱- مقدمه
۱۳۴.....	۵-۲- نتیجه گیری
۱۳۶.....	۵-۳- پیشنهادات
۱۳۶.....	۵-۳-۱- پیشنهادات بلند مدت (سیاست ها)
۱۳۸.....	۵-۳-۲- پیشنهادات میان مدت (راهبردها)
۱۴۳.....	۵-۳-۳- پیشنهادات کوتاه مدت (برنامه های اجرایی)
۱۴۷.....	منابع و مأخذ
۱۵۷.....	نمونه پرسشنامه

چکیده انگلیسی

فهرست جداول:

- جدول ۱-۱- تعداد گردشگران بین المللی در سال ۲۰۱۱ ۷
- جدول ۱-۲- رده بندی گردشگاههای شهری از نظر مقیاس دسترسی و نوع عملکرد ۴۱
- جدول ۲-۲- آثار اقتصادی توسعه ی گردشگری ۵۸
- جدول ۳-۲- آثار اجتماعی- فرهنگی توسعه ی گردشگری ۶۰
- جدول ۴-۲- آثار زیست محیطی توسعه ی گردشگری ۶۱
- جدول ۳- ۱ - مشخصات دریاچه ی شورابیل ۷۰
- جدول ۳- ۲- مشخصات دریاچه در حالت طبیعی ۷۱
- جدول ۳- ۳- مشخصات دریاچه در مرحله ی اول آبیگری ۷۲
- جدول ۳- ۴- مشخصات دریاچه در وضعیت انباشتگی کامل ۷۲
- جدول ۳- ۵- مشخصات دریاچه در وضعیت کنونی ۷۳
- جدول ۳- ۶- وضع جوی ایستگاه سینوپتیک اردبیل بر حسب ماه ۷۹
- جدول ۳- ۷- جمعیت و متوسط رشد سالانه ی استان اردبیل (درصد) ۹۸
- جدول ۳- ۸- تحولات جمعیت شهر اردبیل ۹۹
- جدول ۳- ۹- نسبت های جنسی در شهر اردبیل و کل کشور ۱۳۴۵ - ۱۳۹۰ ۹۹
- جدول ۴- ۱- آمار برخی متغیرهای مهم مورد مطالعه ۱۱۳
- جدول ۴- ۲- جنسیت بازدیدکنندگان ۱۱۴
- جدول ۴- ۳- مشاغل بازدیدکنندگان ۱۱۴
- جدول ۴- ۴- میزان تحصیلات بازدیدکنندگان ۱۱۵
- جدول ۴- ۵- میزان علاقه مندی بازدیدکنندگان به گردش و تفریح ، حفظ محیط زیست و ۱۱۵
- جدول ۴- ۶- وسیله ی نقلیه ی مورد استفاده ی بازدیدکنندگان از تفرجگاه ۱۱۶
- جدول ۴- ۷- مبدأ بازدیدکنندگان از جاذبه ی شورابیل ۱۱۷
- جدول ۴- ۸- مقصد اصلی بازدیدکنندگان از جاذبه ی شورابیل ۱۱۷
- جدول ۴- ۹- نحوه ی آمدن بازدیدکنندگان به تفرجگاه ۱۱۸
- جدول ۴- ۱۰- فصل انتخابی بازدیدکنندگان برای گردش در تفرجگاه ۱۱۸

- جدول ۴-۱۱- علت اصلی بازدید از تفرجگاه..... ۱۱۹
- جدول ۴-۱۲- افزایش تعداد بازدیدها با مناسب شدن وسایل حمل و نقل عمومی ۱۱۹
- جدول ۴-۱۳- ارزیابی بازدید کنندگان از امکانات و تجهیزات موجود در تفرجگاه شورابیل ۱۲۱
- جدول ۴-۱۴- وضعیت پاسخگویی به سه مبلغ پیشنهادی برای محاسبه ارزش تفریحی جاذبه ی شورابیل..... ۱۲۲
- جدول ۴-۱۵- نتایج حاصل از الگوی لاجیت جهت محاسبه ارزش تفریحی جاذبه ی شورابیل ۱۲۵
- جدول ۵-۱- سطوح و گونه های پیشنهادات برای توسعه گردشگری در تفرجگاه شورابیل ۱۴۵

فهرست شکل‌ها و عکس‌ها

- شکل ۱-۲- کارکرد سیستم گردشگری ۴۵
- شکل ۲-۲- چهارچوب اکوتوریسم ۵۵
- شکل ۱-۳- موقعیت و تقسیمات استان اردبیل ۶۵
- شکل ۲-۳- موقعیت دریاچه ی شورابیل ۶۹
- عکس ۱-۳- منظره ی شورابیل - رستوران و ارتفاعات محاط کننده ی دریاچه ۸۷
- عکس ۲-۳- منظره ی شورابیل- اسب و ارابه ۸۷
- عکس های ۳-۳ و ۴-۳- منظره ی شورابیل- آلاچیق ها ۸۷
- عکس های ۳-۵ و ۳-۶- منظره ی شورابیل - دید از بالا..... ۸۸
- عکس ۳-۷- منظره ی شورابیل- جنوب شرق دریاچه ۸۸
- عکس ۳-۸- منظره ی شورابیل- ساحل دریاچه هنگام غروب ۸۹
- عکس ۳-۹- منظره ی شورابیل- محوطه بازی ۸۹
- شکل ۳-۳- موقعیت مناظر در تفرجگاه شورابیل در فصل تابستان ۹۰
- عکس ۳-۱۰- منظره ی شورابیل- دریاچه یخ زده ۹۰
- عکس ۳-۱۱- منظره ی شورابیل- در فصل زمستان ۹۱
- عکس ۳-۱۲- منظره ی شورابیل- فصل زمستان ۹۱
- عکس های ۳-۱۴ و ۳-۱۵- منظره ی شورابیل- دریاچه یخ زده ۹۲
- شکل ۳-۴- موقعیت مناظر در تفرجگاه شورابیل در فصل زمستان ۹۲

فهرست نقشه‌ها و نمودارها

- نقشه ی ۳- ۱- توپوگرافی سایت شورابیل ۷۶
- نقشه ی ۳- ۲- زمین شناسی سایت شورابیل ۷۷
- نقشه ی ۳- ۳- مالکیت جاذبه ی شورابیل ۸۲
- نمودار ۱- ۱- گردشگران بین المللی ورودی در مناطق مختلف جهان در سال ۲۰۱۳ ۶
- نمودار ۱- ۲- درآمدهای بین المللی توریسم در مناطق جهان در سال ۲۰۱۳ ۶
- نمودار ۳- ۱- هرم سنی و جنسی جمعیت نقاط شهری شهرستان اردبیل، ۱۳۹۰ ۱۰۱
- نمودار ۳- ۲- توزیع نسبی شاغلان ۱۰ ساله و بیش تر بر حسب بخش های فعالیت در نقاط شهری ... ۱۰۲
- نمودار ۴- ۱- مبدأ بازدیدکنندگان جاذبه ی شورابیل(درصد) ۱۲۷

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱ - مقدمه

علاقه انسان به مسافرت و جابجایی، قدمتی به درازای تاریخ بشر دارد و انسان بنابر انگیزه های گوناگون مادی و معنوی از همان اوان زندگی خود، کره خاکی را عرصه آمد و رفت خود قرار داد، وانگهی طلیعه گردشگری نوین همگام با تحول عظیمی که در اواسط قرن هجدهم میلادی در انگلیس آغاز شد، پدیدار گردید.

با شروع انقلاب صنعتی که توسعه شهر نشینی از مهم ترین اثرات آن محسوب می شود نیاز به مسافرت و گذران اوقات فراغت افزایش یافت، زیرا این رویداد به دنبال خود مشکلات عدیده ای را برای شهر نشینان به وجود آورد که با افزایش جمعیت شهرها، این مشکلات کماکان فزونی خواهد گرفت. تکنولوژی پیشرفته در امر ساخت و ساز وسایط نقلیه حمل و نقل و ایجاد راههای ارتباطی نیز چنان مؤثر واقع شده که به امر جابجایی سهولت بخشیده و تقاضا برای مسافرت را افزایش داده است. عوامل دیگری همچون تدوین قوانین مطلوب کار، افزایش درآمد کارگران و کارمندان، سطح بینش و آگاهی آنان که می تواند به توسعه توریسم کمک نماید، نه تنها در کشورهای صنعتی مؤثر واقع شده است، بلکه در کشورهای در حال رشد و جهان سوم هم خواهد توانست به فعالیتهای گردشگری رونق بخشد (رضوانی، ۱۳۹۱: ۲۶).

جاذبه های گردشگری به عنوان یکی از مؤلفه های اصلی توسعه گردشگری به مثابه منابع خامی هستند که بهره برداری بهینه از آنها مستلزم توجه به فرآیندهای ایجاد ارزش افزوده در آنهاست (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۰). با توجه به تأثیر شگرف گردشگری در زمینه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع امروزی، باید با نظری بلند، مدیریتی عالمانه، آگاهانه و با برنامه ریزی، برای توسعه آن تلاش کرده و آثار منفی آن را به کمترین اندازه رسانند (محلای، ۱۳۸۰: ۶). امروزه یک اجماع جهانی در این باره وجود دارد که چنانچه به همه قابلیت های صنعت گردشگری و به ویژه گردشگری شهری توجه شود، می تواند به عنوان یکی از راهبردهای توسعه اقتصادی و فرهنگی شهرها محسوب گردد. موفقیت در این امر مستلزم توجه به فرآیندهای ایجاد ارزش و جذابیت افزوده در جاذبه های گردشگری است (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۰).

یکی از مهم ترین جاذبه هایی که روندهای گردشگری جهان را در دهه های گذشته تحت تأثیر قرار داده است، مراکز شهری است. گردشگری شهری امروزه در مقیاس جهانی جایگاه ویژه ای را به خود اختصاص داده است، به نحوی که اکثر کشورهای جهان آن را در برنامه ریزی های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود گنجانده اند و به خاطر مزایای فراوان آن هر کشور به تبلیغات گسترده ای جهت معرفی جاذبه های خویش دست زده اند. شهرنشینی عمدتاً باعث افزایش درآمد، ازدیاد نسبی اوقات فراغت و سهولت ارتباطات، گسترش صنعت توریسم در کشورهای پیشرفته صنعتی شده است (تولایی، ۱۳۷۳). چنانچه صنعت گردشگری بخواهد از مواهب محیطی برخوردار شود باید حفاظت محیطی را در برنامه ریزی های خود لحاظ کند. تعارض بین ایده آلهای توسعه پایدار و بهره گیری از منابع طبیعی برای کسب درآمدهای اقتصادی در دهه های اخیر با شتاب روزافزونی ادامه یافته است و در این میان همواره اولویت به منافع اقتصادی داده شده و حفاظت محیطی تا حدود زیادی مغفول واقع شده است (زاهدی، ۱۳۸۴).

استان اردبیل برای بسیاری از گردشگران ایرانی با طبیعت منحصر به فرد و آب و هوای لطیف و چشمه های آب گرم سرعین شناخته می شود ولی با وجود داشتن جاذبه های متنوع و فراوان تاریخی، فرهنگی، طبیعی، درمانی و ورزشی از جایگاه شایسته و واقعی خود در صنعت عظیم گردشگری فاصله بسیاری دارد. دریاچه شورابیل از جمله دریاچه های شور ایران است که در جنوب شهر اردبیل قرار گرفته است. در دو دهه اخیر این جاذبه به لحاظ گردشگری طبیعی و ورزشی مورد توجه شهروندان، گردشگران و مدیران شهری قرار گرفته است.

دریاچه شورابیل پس از شهر گردشگری سرعین، رتبه دوم پذیرش گردشگران در استان اردبیل را دارد (صادق مغانلو، ۱۳۸۲). چنانچه مدیریتی پویا در زمینه برنامه ریزی گردشگری این جاذبه منحصر به فرد اعمال شود، منافع و آثار مثبت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بسیاری برای ساکنان به همراه خواهد داشت. برای درک این منابع طبیعی تنها آگاهی از این که این اکوسیستم ها ارزشمند هستند کافی نیست، بلکه لازم است بدانیم

این خدمات به طور دقیق چقدر ارزش دارند و این ارزش ها چگونه با کارگیری مدیریت کارآمد اثر پذیر خواهند شد. به علاوه ایجاد جامعه ای سالم و سازنده برای تداوم پیشرفت و توسعه اقتصادی نیاز به ایجاد و توسعه و نگهداری تفرجگاهها و مناطق گردشگری جهت جوابگویی به تقاضای روز افزون انسانها دارد.

در این پژوهش به ارزیابی جاذبه های گردشگری پرداخته می شود. جاذبه شورابیل اردبیل به عنوان مطالعه موردی با روش ارزشگذاری مشروط CVM^۱ مورد ارزیابی قرار گرفته است. بدین منظور با قرار دادن گردشگران در یک بازار فرضی میزان ارزش این جاذبه مورد ارزیابی قرار گرفته است.

۱-۲- بیان مسأله

امروزه فعالیتهای گردشگری به عنوان بخش چهارم فعالیتهای اقتصادی (پس از کشاورزی، صنعت و خدمات) محسوب می گردد. کارشناسان پیش بینی می کنند در سال ۲۰۲۰ میلادی به عنوان سود آورترین صنعت جهان در آید. صنعت گردشگری را به عنوان صادرات نامرئی که مرکز اقتصادی آنها شهرها هستند، نام می برند. لذا شهرها در آینده توریسم دارای نقش محوری هستند. تا دهه ۱۹۹۰ مطالب اندکی در مورد نقش توریسم در اقتصاد و فرهنگ شهرها نوشته شده بود (Low, 2000). آنها از نقش توریسم غافل بوده و یا از آن در برنامه ریزی ها به خصوص برنامه ریزی شهری، استفاده نمی کردند. امروزه توریسم شهری به عنوان جنبه ای مهم از صنعت گردشگری است که بر توسعه توریسم در مناطق شهری، چگونگی گردش توریست در شهر، رفتارهای گردشگران، چگونگی آگاهی و درک گردشگر از مکانها، امکانات و تأسیسات توریستی، میزان تجربه و رضایت گردشگران شهری، جنبه های فضایی توریسم شهری و ... تأکید دارد (موحد، ۱۳۸۴).

به باور آشورث^۲ (۱۹۸۹) همواره بی توجهی دوگانه ای در زمینه گردشگری شهری اتفاق افتاده است. کسانی که علاقه مند به مطالعه توریسم هستند از توجه به بافت شهری - که بیشتر توریسم در آن قرار دارد -

^۱. Contingent Valuation Method

^۲. Ashworth

چشم پوشیده اند و کسانی که علاقه مند به مطالعات شهری هستند به طور یکسان از موضوع مهم عملکرد توریستی شهرها غافل بوده اند (موحد، ۱۳۸۴). وجود تأسیسات صنعتی و زیادی وسایط نقلیه در شهرها به آلودگی هوا دامن زده است. تراکم جمعیت در مرکز شهرها روز به روز شدید تر می گردد، ایجاد ساختمان های بلند توأم با افزایش جمعیت و تمرکز امور و استفاده از حداقل زمین بی آنکه شریان های شهر جوابگوی تراکم آن باشد، مسأله بزرگی را ایجاد نموده است امکان بروز اختلافات و فرهنگهای متفاوت، ناراحتی های عصبی، وجود امراض قلبی، مسمومیتها، فقدان وسایل تفریحی، کمبود زمینهای ورزشی و نظایر آن، نیاز انسان شهر نشین را به استفاده از گذران اوقات فراغت و گردش درحومه های شهری و مسافرت به خارج از شهر محل سکونت بیشتر می کند (رضوانی، ۱۳۹۱: ۴۱).

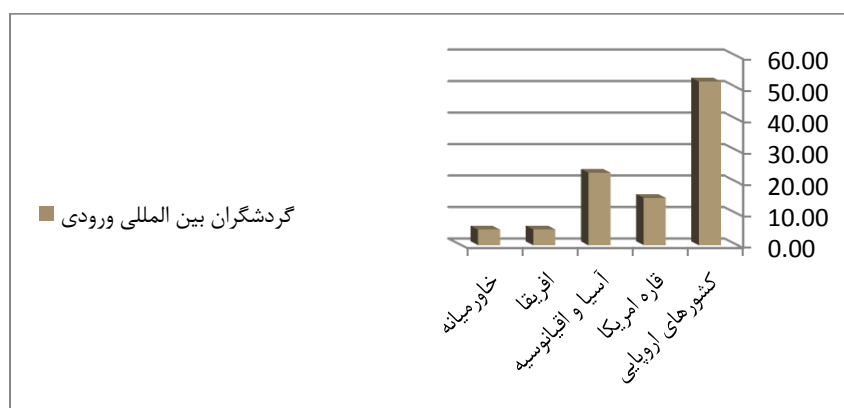
صنعت گردشگری تا پایان دهه آینده در صدر جدول صنایع پردرآمد جهان قرار می گیرد. این صنعت با درآمدی بالغ بر ۵۰۰ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۸ بر صنعت خودرو و کامپیوتر پیشی گرفت و پیش بینی می - شود تا سال ۲۰۲۰ بر تنها صنعت پردرآمد جهان یعنی نفت فائق آید. تعداد گردشگران این صنعت در سال ۲۰۱۰ حدود یک میلیارد نفر و در سال ۲۰۲۰ بیش از ۱/۶ میلیارد نفر خواهد بود (UNWTO, 2003).

بنا بر اعلام سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل ، به رغم بی ثباتی های اقتصادی، آمار گردشگران برای نخستین بار در تاریخ در سال ۲۰۱۲ از مرز ۱ میلیارد نفر گذشت، یعنی $\frac{1}{7}$ جمعیت کره زمین گردشگران بین المللی بوده اند. گزارش همین سازمان نشان می دهد آمار گردشگران بین المللی با ۴ درصد افزایش از ۹۹۶ میلیارد نفر در سال ۲۰۱۱ به ۱/۰۳۵ میلیارد نفر در سال ۲۰۱۳ رسیده است. در همان سال درآمد حاصل از گردشگری در جهان به ۱/۰۷ تریلیون دلار افزایش یافت. سهم ایران از این درآمد کمتر از چند دهم درصد بوده است (UNWTO, 2012).

¹ . United Nation World Tourism Organization

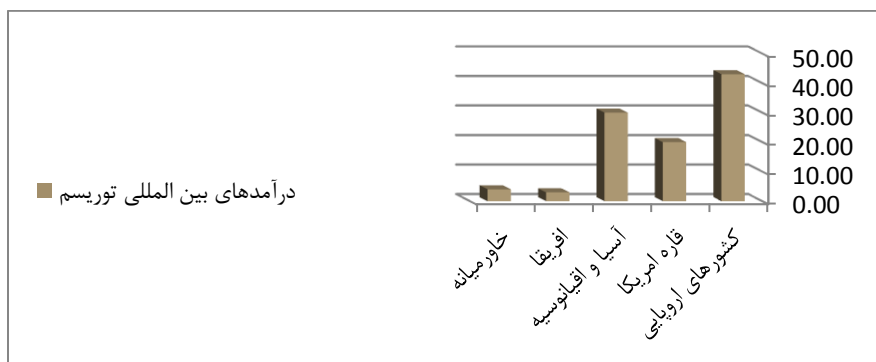
به رغم چالش های جهانی نتایج مربوط به گردشگری بین المللی در سال ۲۰۱۳ بسیار فراتر از انتظارات بود و جهان شاهد ۵۲ میلیون گردشگر بیش از سال ۲۰۱۲ بود. سازمان جهانی گردشگری رشد ۴ تا ۴/۵ درصدی را برای سال ۲۰۱۴ پیش بینی کرده است. از نظر منطقه ای از کل درآمدهای بین المللی توریسم در سال ۲۰۱۳، کشورهای اروپایی ۴۳ درصد، قاره امریکا ۲۰ درصد، آسیا و اقیانوسیه ۳۰ درصد، افریقا ۳ درصد و خاورمیانه ۴ درصد سهم داشتند. (نمودار ۱-۱). همچنین از نظر توریست های بین المللی وارد شده کشورهای اروپایی ۵۲ درصد، قاره امریکا ۱۵ درصد، آسیا و اقیانوسیه ۲۳ درصد، افریقا ۵ درصد و خاورمیانه ۵ درصد سهم داشتند (UNWTO, 2013). (نمودار ۲-۱).

نمودار ۱-۱- گردشگران بین المللی ورودی در مناطق جهان در سال ۲۰۱۳



منبع: UNWTO, 2013

نمودار ۲-۱- درآمدهای بین المللی توریسم در مناطق جهان در سال ۲۰۱۳



منبع: UNWTO, 2013

بنا بر پیش بینی سازمان جهانی گردشگری، میانگین رشد گردشگران بین المللی در بازه زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ برابر با ۳/۸ درصد خواهد بود و تعداد گردشگران در سال ۲۰۳۰ به ۱/۸ میلیارد نفر می رسد (UNWTO, 2013).

کشور ما از لحاظ تعداد جاذبه های گردشگری جزو ۱۰ کشور اول پرجاذبه گردشگری در جهان است و از لحاظ تنوع زیستی و تنوع جاذبه های طبیعی رتبه پنجم را در جهان دارا می باشد. (معصومی، ۱۳۸۵: ۱۲). تعداد گردشگران کشور ایران علیرغم بالا بودن پتانسیل های بسیار بالای گردشگری، در سال ۲۰۱۱ معادل ۳/۳ میلیون نفر گردشگر بین المللی بوده است. در حالیکه همین رقم در سال یاد شده به ترتیب برای کشورهای ترکیه و مالزی به ترتیب ۳۴/۷ و ۲۴/۷ میلیون نفر بوده است (UNWTO, 2011). به عبارت دیگر ایران به ترتیب به میزان ۹/۵ و ۱۳/۳ درصد دو کشور یاد شده پذیرای گردشگران خارجی بوده است. به نظر می رسد کشور ایران برای گردشگری بین المللی ناشناخته و مقصدی کشف نشده است. کشورهایی (مانند ترکیه و مالزی) که از لحاظ تاریخی و داشتن آثار باستانی در رده های پایین تر از ایران هستند، گام های موفق تری نسبت به ایران در این صنعت فراگیر داشته اند و درآمد بیشتری را به خود اختصاص داده اند (جدول ۱-۱).

جدول ۱-۱- تعداد گردشگران بین المللی در سال ۲۰۱۱

کشور	تعداد گردشگران خارجی (میلیون نفر)
ترکیه	۳۴/۷
مالزی	۲۴/۷
ایران	۳/۳

منبع: UNWTO, 2011

تاریخچه گردشگری در ایران نشان می دهد که عواملی مانند ناآرامی های دوران انقلاب، سوء برداشت از اوضاع داخلی ایران در جهان و آغاز جنگ تحمیلی باعث شده است که رکودی در گردشگری ایران به وجود آید.