

ارزش گذاری اقتصادی خانه‌های تاریخی محله جلفای اصفهان بر اساس مفهوم تمایل به پرداخت با رویکرد منفعت اجتماعی

رسول بیدرام* محمود محمدی** هاجر ناصری اصفهانی***

چکیده

خانه‌های تاریخی ایران براساس شیوه زندگی، منش و اعتقادات، دانش و هنری که مبتنی بر هویت اسلامی ایرانی است، بنا شده‌اند. حفاظت از آنها به منزله پاسداشت هویت ملی بوده و آگاهی از مقدار منفعت اجتماعی‌شان، مبنایی برای میزان تسهیلات لازم به منظور حفاظت از این عناصر ارزشمند است. از آنجایی که ارزیابی منفعت اجتماعی هر کالا یا خدمتی نیازمند ارزش گذاری اقتصادی آن است، هدف این نوشتار نیز ارزش گذاری اقتصادی خانه‌های باارزش تاریخی برای آگاهی از میزان منفعت اجتماعی آنهاست. شایان یادآوری است که هدف این پژوهش در زمره اهداف پژوهش‌های کاربردی، روش آن در دسته پژوهش‌های پیمایشی و محدوده مطالعاتی آن، محله تاریخی جلفای اصفهان است. بنابر آنچه بیان شد، نگارندگان در مقاله حاضر درصدد پاسخ‌گویی به این سؤال‌ها هستند که ارزش اقتصادی خانه‌های تاریخی محله جلفا چه مقدار است و چه عواملی بر تمایل به پرداخت شهروندان برای خرید خانه‌های تاریخی اثر می‌گذارد. از این رو، ارزش گذاری خانه‌های تاریخی براساس مفهوم تمایل به پرداخت مردم، با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط انجام شد. نتایج به دست آمده بیانگر این بود که ۹۰ درصد شهروندان به خانه‌های تاریخی علاقه‌مند بودند و بیش از ۷۰ درصد آنها ابراز کردند که در صورت توان مالی، تمایل به خرید خانه‌هایی تاریخی در محدوده مطالعاتی دارند. ضمن اینکه، متوسط ارزش خانه‌های تاریخی این محدوده را در مقایسه با املاک غیر تاریخی مجاور، ۴/۷ درصد بیشتر ارزیابی کردند. بدین معنی که ارزش کمی شده منفعت اجتماعی خانه‌های تاریخی، ۴/۷ درصد بیشتر از ارزش مالی آنها در شرایط غیر تاریخی است. براساس نتایج برآورد مدل رگرسیونی پژوهش، به احتمال ۹۹ درصد متغیرهای بعد خانوار و شغل افراد، بر تمایل به پرداخت شهروندان برای خرید خانه‌های باارزش تاریخی تأثیرگذار هستند.

کلیدواژگان: منفعت اجتماعی، ارزش گذاری اقتصادی، تمایل به پرداخت، محله جلفای اصفهان، خانه تاریخی.

* استادیار، دانشکده کارآفرینی هنر و گردشگری، دانشگاه هنر اصفهان.

** استادیار، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه هنر اصفهان.

*** کارشناس ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه هنر اصفهان.

مقدمه

تحلیل‌گران اقتصادی معاصر، سرمایه را به سه نوع؛ سرمایه فیزیکی یا مادی، انسانی و طبیعی یا زیست محیطی تقسیم کرده‌اند. تراسبی^۱ اقتصاددان استرالیایی و نظریه پرداز مشهور در زمینه‌های اقتصاد، فرهنگ و هنر، نوع چهارم سرمایه را فرهنگی معرفی می‌کند. وی در این باره معتقد است سرمایه فرهنگی به عنوان نوعی دارایی تعریف می‌شود که افزون بر دارابودن هر نوع ارزش اقتصادی، مجسم، ذخیره یا تأمین کننده 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 می‌آفریند (تراسبی، ۱۳۸۹: ۷۱). میراث فرهنگی، نمونه شاخص سرمایه فرهنگی است که مواردی مانند آثار هنری، معماری، دستاوردهای فرهنگی و نیز اندیشه‌ها، هنرهای و فواید مشترک محیط زندگی را که از نسل‌های پیش به ارث رسیده است، در بر می‌گیرد. تمامی موارد ذکر شده، این وجه مشترک را دارند که به دست نسل حاضر ایجاد شده و میراث نسل‌های پیشین هستند (کبالت، ۱۳۸۲: ۷۹). همچنین همانند کالای عمومی به واسطه ویژگی‌ها و ارزش‌های نهفته در آنها از ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برخوردار بوده که فواید آن متوجه کل جامعه می‌شود. بین آثار میراثی، خانه‌های تاریخی به عنوان میراث فرهنگی غیر منقول، جایگاه ویژه‌ای دارند زیرا این خانه‌ها ضمن جوابگویی به نیازهای جوی و اقلیمی در هر منطقه، رابطه مستقیمی با اصالت‌های فرهنگی، مذهبی و سنتی مردم دارند و همچنین اصول زیباشناسی خاصی در آنها نهفته است (محمد مرادی و امیر کبیریان، ۱۳۸۱: ۱۵). از این رو ضرورت و اهمیت حفاظت از خانه‌های تاریخی بر کسی پوشیده نیست. از سوی دیگر و براساس رویکردی اقتصادی، خانه‌های تاریخی بیشتر دارای مالکیت شخصی هستند و مالکان آنها به علت قوانین حفاظت از آثار ارزشمند تاریخی، حق توسعه ملک خود را ندارند. ضمناً با توجه به آنکه ملک، جزء سرمایه افراد به شمار می‌رود و محدودیت توسعه آن موجب کاهش منفعت ناشی از سرمایه می‌گردد، هزینه فرصت حفاظت از اثر تاریخی بر مالک آن تحمیل می‌شود. در نتیجه نادیده گرفتن منفعت از دست رفته مالک، زمینه تخریب ملک ارزشمند تاریخی را مهیا می‌کند حال آنکه، حفاظت از آنها دارای منفعت اجتماعی است. بنابراین سیاست‌گذاران حوزه میراث فرهنگی باید در راستای حفاظت از سرمایه فرهنگی جامعه، به ازای منفعت اجتماعی اثر، از مالک آن پشتیبانی کنند. از همین رو، نگارندگان پژوهش حاضر با توجه به ضرورت ارائه رویکردی اقتصادی به مسأله

حفاظت، بر آن هستند تا با برآورد منفعت اجتماعی خانه‌های تاریخی، میزان اهمیت آنها را نزد شهروندان ارزیابی کنند و مبنایی برای میزان تسهیلات لازم در جهت حفاظت از این عناصر ارزشمند، ارائه دهند. محدوده مطالعاتی این پژوهش، محله جلفای اصفهان در نظر گرفته شده است. نگارندگان در این مقاله با هدف برآورد منفعت اجتماعی خانه‌های باارزش تاریخی براساس ارزش‌گذاری اقتصادی آنها و بهره‌گیری از مفهوم تمایل به پرداخت، به دنبال پاسخ به این سؤال‌ها هستند که ارزش اقتصادی خانه‌های تاریخی محله جلفا چه مقدار است و چه عواملی بر تمایل به پرداخت شهروندان برای خرید خانه‌های تاریخی اثر می‌گذارد.

پیشینه پژوهش

مطالعات گسترده‌ای در زمینه ارزش‌گذاری هنر و میراث فرهنگی برای شناخت مطلوبیت آن نزد مردم انجام شده است. یکی از اولین مطالعات در این باره، مطلوبیت هنر براساس مفهوم تمایل به پرداخت است. این تحقیق را تامسون و روبرت^۲ (۱۹۸۳) با عنوان "اندازه‌گیری منفعت اجتماعی هنر"، در استرالیا انجام داده‌اند. آنها در نمونه آماری خود از ساکنان شهر سیدنی سؤالاتی را درباره هنر از قبیل علاقه‌مندی به هنر، هزینه‌ها و منافع هنر، سهم بودجه عمومی در حمایت از اعتلای هنر، تمایل به پرداخت مردم برای حمایت از هنر پرسیده‌اند. ۸۰ درصد پاسخ‌دهندگان، به این موضوع اذعان داشتند که هنر ارائه‌دهنده منافع عمومی جامعه نظیر غرور ملی، کمک به درک فرهنگ ملی و نیز ارزشمند در آموزش عمومی است (Throsby et al, 1985: 591). حدود سه چهارم پاسخ‌دهندگان هم به افزایش یارانه هنر در سطحی بسیار بالاتر از حمایت دولت در شرایط موجود، رأی دادند. پس از آن، نویسندگان نتیجه گرفتند که مفهوم هنر به عنوان مفهومی لوکس و تشریفاتی نیست بلکه هنر نزد مردم بسیار ارزشمند است. کیم^۳ و همکاران (۲۰۰۷)، "کاخ چاندیاک"^۴؛ یک اثر میراث جهانی در کره جنوبی را براساس مفهوم تمایل به پرداخت ارزش‌گذاری کردند. در تحقیق مذکور مصاحبه‌شوندگان، گردشگران بازدیدکننده از اثر بودند که از آنها درباره ارزش فرهنگی و تاریخی کاخ و همچنین تمایل به پرداخت آنها برای بهبود خدمات و هزینه‌های نگهداری و حفاظت مجموعه، سؤالاتی پرسیده شد. پیرو اینها، محققان به این نتیجه رسیدند که متوسط تمایل به پرداخت مردم ۲٫۵ برابر بیشتر از قیمت بلیط ورودی است (Kim et al, 2007: 321). همچنین داتا^۵ و همکاران (۲۰۰۷)، گزارش مشابهی را از گردنه پرینسپ^۶ در هند تهیه کردند و از ساکنان کلکته، تمایل به

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع مطالعات کاربردی و روش تحقیق به کار گرفته شده در آن هم، توصیفی-تحلیلی از گونه پیمایشی است. نظر به اینکه در این پژوهش ارزش گذاری خانه‌های تاریخی محدوده مطالعاتی مبتنی بر مفهوم تمایل به پرداخت با استفاده از روش ارزیابی مشروط برآورد می‌شود، گردآوری داده‌های آنها نیز براساس روش میدانی و بهره‌گیری از پرسش‌نامه است. تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌ها نیز برمبنای تحلیل رگرسیونی معمولی و لوچیت همراه با استفاده از نرم‌افزارهای ایویوز^۱ و اکسل^۲ انجام شده است. همچنین جامعه آماری شامل شهروندان اصفهانی است که پرسش‌نامه‌های آنها در محدوده محله جلفا به صورت حضوری توزیع گردیده‌است. ضمن اینکه حجم نمونه جامعه آماری براساس فرمول کوکران^۱ با سطح اطمینان ۹۵ درصد، ۳۸۳ نفر تعیین شد. ۵۲۰ پرسش‌نامه به صورت نمونه تصادفی ساده، توزیع و ۳۸۳ پرسش‌نامه هم برگردانده شد.

مبانی نظری تحقیق

در این بخش، به ادبیات موضوع تحت قالب مفهوم منفعت و ارتباط آن با ارزش اقتصادی بناهای تاریخی و روش‌های ارزش گذاری اقتصادی اشاره می‌شود و در نهایت هم چارچوب نظری پژوهش ارائه می‌گردد.

منفعت

منفعت در لغت به معنای سود، فایده، نفع و حاصل است و غالباً بر مطلوبیت مادی، عرضی و اقتصادی اشاره دارد (غرایاق زندی، ۱۳۷۹: ۱۳۸). در "فرهنگ تشریحی اقتصاد"، منفعت اجتماعی این گونه تعریف می‌شود: «کلیه دستاوردهای مربوط به رفاه که از یک تصمیم اتخاذشده اقتصادی ناشی می‌شود. اعم از اینکه تصمیم‌گیرنده یک فرد باشد یا یک نهاد؛ یعنی مطلق رفاه مورد نظر است حتی آنچه شامل تصمیم‌گیرنده نیز شود.» (توانایان فرد، ۱۳۸۵: ۹۹۲). برای برآورد منفعت باید ارزش‌های نهفته در کالا یا خدمات را که موجب مطلوبیت مصرف‌کننده می‌شوند، شناخت و سپس ارزش گذاری کرد. هنر و میراث فرهنگی افزون بر ارزش مالی یا مبادله‌ای دارای ارزش‌هایی نظیر هویت اجتماعی، غرور ملی و احساس لذت هستند که از ماهیت کالای عمومی بودن آن ناشی می‌شود (Snowball, 2008: 77). از این رو در علم اقتصاد، ارزش کل اقتصادی کالا را مشتمل بر ارزش‌های استفاده‌ای و ارزش‌های غیر استفاده‌ای در نظر می‌گیرند (تصویر ۱). ارزش استفاده‌ای شامل ارزش استفاده‌ای مستقیم، استفاده‌ای غیر مستقیم و

پرداختشان را برای نوسازی سایت و توسعه آن به عنوان یکی از جاذبه‌های توریستی، پرسیدند. نتایج به دست آمده پژوهش آنها بیانگر این بود که هزینه نوسازی بسیار پائین تر از برآورد تمایل به پرداخت مردم است. آنان نتیجه گرفتند که سود حاصل از گردشگری، بر ارزش کل اقتصادی محوطه‌های تاریخی ارزشمند بسیار تأثیرگذار است ولی غالباً نادیده گرفته می‌شود (Dutta et al, 2007: 92).

در ایران نیز درباره ارزش گذاری عناصر میراثی، مطالعاتی شده است که نمونه‌هایی از آنها بدین قرار است: فلیچی و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای با نام "بررسی چارچوب نظری ارزش گذاری اقتصادی مکان‌های میراثی و تاریخی" چگونگی ارزش گذاری کالاهای غیر بازاری را که شامل کالاهای فرهنگی و تاریخی است، بررسی کرده‌اند. اهداف پژوهش یادشده مقایسه نظری روش‌های ترجیحات آشکارشده با ترجیحات بیان‌شده، شناسایی مزایا و معایب هریک از این روش‌ها و پیشنهاد روشی مناسب برای ارزش گذاری مکان‌های تاریخی و فرهنگی است. روش تحقیق آن هم، براساس مطالعات پیمایشی و میدانی است و نتایجش نشان می‌دهد که روش مناسب ارزش گذاری اقتصادی با توجه به وضع فعلی و تعداد بازدیدکنندگان آثار تاریخی متفاوت است و فراخور موقعیت، از روش‌های هزینه سفر، ارزیابی مشروط و انتخاب تجربی استفاده می‌شود (فلیچی و همکاران، ۱۳۸۹: ۴۵۲). فرج‌زاده و همکاران (۱۳۸۷) نیز در مطالعه‌ای تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان مجموعه تاریخی پاسارگاد و تحلیل عوامل مؤثر بر آن را برآورد کرده‌اند. نتایج تحقیقات آنها با بهره‌گیری از مدل پروبیت^۲ نشان داد که ابعاد خانوار، جنسیت و فاصله بازدیدکنندگان، اثر معناداری بر تمایل به پرداخت مردم دارند (فرج‌زاده و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۰۸). حیاتی و همکاران (۱۳۸۹) هم، در پژوهشی عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان پارک‌های ائل گلی و مشروطه تبریز را بررسی و مهم‌ترین عامل اثرگذار بر تمایل به پرداخت مردم را میزان رضایت از امنیت اجتماعی معرفی نمودند (حیاتی و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۷). در این باره به مطالعات دیگری همچون "برآورد ارزش تفریحی پارک ساعی در تهران با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط" از امامی میبیدی و قاضی (۱۳۸۷)، "برآورد تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان میراث تاریخی فرهنگی با استفاده از CVM: نمونه گنج‌نامه همدان" نگاشته عسگری و مهرگان (۱۳۸۰) و "اندازه‌گیری عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت گردشگران ساحلی با استفاده از روش ارزش گذاری مشروط: یک مطالعه موردی برای سواحل دریای خزر" تألیف راسخی و همکاران (۱۳۹۱)، می‌توان اشاره نمود.

می کنند. انواع ارزش های اقتصادی بناهای تاریخی در جدول ۱ آورده شده است.

روش های ارزش گذاری اقتصادی

برای کمی کردن منافع کالاها و خدمات، ناگزیر باید آنها را ارزش گذاری کرد. از آنجایی که منافع کالا و خدمات در قالب منافع استفاده ای و غیر استفاده ای هستند، در ارزش گذاری آنها نیز به هر دو دسته از منافع توجه می شود که به آن "ارزش گذاری اقتصادی کل" می گویند. منافع استفاده ای کالاها و خدمات بازاری، آنهایی که در جریان عرضه و تقاضا مبادله می شوند، غالباً در بازار و با قیمت گذاری ارزیابی می شوند؛ اما بازار توانایی ارزش گذاری منافع کالاها و خدمات غیر بازاری نظیر کالاهای عمومی و همچنین منافع غیر استفاده ای را ندارد. بدین منظور برای ارزیابی منافع آن از دو روش کلی؛ رجحانات آشکار شده و رجحانات اظهار شده می توان بهره گرفت.

- رجحانات آشکار شده (مشهود)

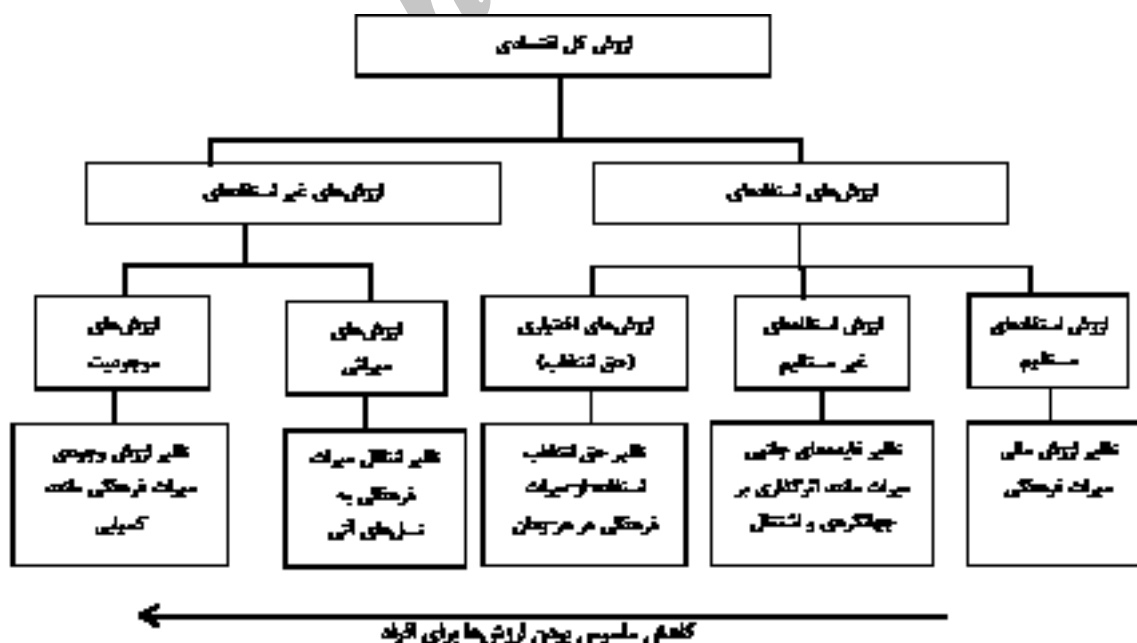
در روش رجحانات آشکار شده، تلاش می شود تا انتخاب های افراد در دنیای واقعی و هنگامی که به مبادله ثروت و خطر می پردازند، شناسایی و اندازه گیری شوند. به بیان دیگر رجحانات آشکار شده، ارزش و منافع کالا و خدمات مورد نظر را از طریق بررسی خریدهای انجام شده افراد در قیمت بازار، انجام می دهد. در این روش، تکنیک هایی وجود دارد که برای ارزشیابی یک محصول فاقد قیمت، از ارتباط آن با یک

اختیاری است و ارزش غیر استفاده ای به دو دسته میراثی و وجودی تقسیم می شود (Munasinghe, 1992: 54).

مجموع ارزش های یاد شده، ارزش کل اقتصادی کالای میراثی را تشکیل می دهد. ارزش استفاده ای مستقیم، به ظرفیت کالا یا خدمت در ایجاد رضایت برای ترجیحات و نیازهای انسان می پردازد.

ارزش استفاده ای غیر مستقیم، به اثرات جانبی کالا یا خدمت نظیر تأثیر آن بر تولید یا اشتغال و ... بر می گردد. ارزش اختیاری، به مقدار پولی که شخص در حال حاضر مایل به پرداخت آن است، گفته می شود؛ برای حصول اطمینان از اینکه یک منبع در آینده در دسترس خواهد بود تا درباره استفاده از آن تصمیم گیری شود. به بیان دیگر، ارزش مورد انتظار استفاده منبع در آینده، مد نظر است. ارزش میراثی از منفعی که اشخاص با اطلاع از اینکه یک منبع برای فرزندان آنها و نسل های بعدی آنها بجا خواهد گذاشت، به دست می آید. ارزش وجودی از منفعی که یک شخص با آگاهی از اینکه یک منبع در حال وجود دارد یا در آینده وجود خواهد داشت، ناشی می شود. صرف نظر از اینکه تا به حال آن منبع را ندیده باشند یا از آن استفاده نکرده باشند (آجایی، ۱۳۸۵: ۱۲۳ و ۱۲۴).

بناهای با ارزش تاریخی نیز افزون بر ارزش تجاری دارای ارزش های غیر استفاده ای نظیر زیباشناختی، اجتماعی، تاریخی و تعلق خاطر فرهنگی هستند که این عناصر، میراثی را همانند یک کالای عمومی دارای منافع اجتماعی



تصویر ۱. نمودار انواع ارزش های اقتصادی میراث فرهنگی (نگارندگان برگرفته از نمودار Munasinghe, 1992).

هزینه سفر و روش قیمت‌گذاری هدونیک (اکبری و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۳). روش هزینه سفر (TCM)^۲، 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

محصول دارای قیمت در بازار استفاده می‌کنند. به عبارتی، از رفتار قابل مشاهده افراد دربارهٔ یک کالا یا خدمت بازاری خاص که با کالا و خدمت مورد نظر (فاقد بازار) مرتبط است، استفاده و بر مبنای مشاهدات واقعی بازار، ارزش محصول فاقد بازار مشخص می‌شود. این تکنیک‌ها که اصطلاحاً روش قیمت‌گذاری غیر مستقیم نامیده شده‌اند، عبارتند از: روش

جدول ۱. انواع ارزش‌های اقتصادی بناهای باارزش تاریخی

تعریف	ارزش‌های استفاده‌ای		ارزش‌های استفاده‌ای
ارزش بازاری یا به عبارتی قیمت اثر مورد نظر است.	ارزش تجاری	ارزش استفاده‌ای مستقیم	
نوسازی با توجه به استفادهٔ مطلق از انرژی، ارزان‌تر است اما استفادهٔ مجدد از ساختمان‌ها، حفظ منابع کمیاب و کاهش مصرف انرژی و مصالح ساخت و ساز و مدیریت بهینه منابع را همراه دارد.	ارزش منابع		
بناهای تاریخی همچون خانه‌های تاریخی قابلیت پذیرش عملکردها و فعالیت‌های متعدد را دارند و می‌توانند زمینه همکاری بین کاربری‌های متفاوت و سازگار را مهیا کنند.	تنوع عملکردی	ارزش استفاده‌ای غیر مستقیم	
تنوع معماری در مقیاس گسترده، تنوع زیست محیطی را ایجاد می‌کند زیرا از دیدگاه سیستمی، تک تک ابنیه زیر مجموعهٔ نظام زیست محیطی شهر هستند که تنوع هدفمند آنها به تنوع زیست محیط منجر می‌شود.	تنوع زیست محیطی		
جاذبه‌های زیباشناختی مکان‌های تاریخی می‌توانند از ترکیب بسیاری از ساختمان‌ها و نه ارزش‌های مجزای هر ساختمان خاص، حاصل و موجب تنوع زیباشناختی فضای شهری شوند.	ارزش تنوع معماری	ارزش میراثی و ارزش موجودیت فرهنگی	ارزش غیر استفاده‌ای
بناهای تاریخی افزون بر القای ارزش زیباشناختی، دارای تداوم خاطره و یادمان فرهنگی نیز هستند و باعث ایجاد الفت بین فرد و اثر به دلیل تعلق خاطر به آنها می‌گردند.	ارزش تداوم خاطره فرهنگی		
ویژگی‌های زیبایی، هماهنگی، فرم و دیگر ویژگی‌های زیباشناختی که موجب رضایت خاطر بیننده از ادراک آنها می‌شوند.	ارزش زیباشناختی		
این ارزش را می‌توان در یک زمینهٔ مذهبی رسمی تفسیر کرد. چنانکه گوئی این اثر، اهمیت فرهنگی خاصی برای اعضای دین، قبیله یا دیگر گروه‌های فرهنگی دارد.	ارزش معنوی		
ممکن است اثر حامل معنای ارتباط با دیگران باشد و ممکن است به درک ماهیت جامعه‌ای که در آن زندگی می‌شود یا به حس جایگاه و هویت آدمی کمک کند.	ارزش اجتماعی		
آثار هنری و دیگر آبه‌های فرهنگی به عنوان گنجینه‌ها و حاملان معنا، وجود دارند. اگر قرائت یک نفر از اثری هنری شامل استخراج معنا باشد در این صورت، ارزش نمادین اثر ماهیت معنای بیان‌شده به وسیلهٔ اثر و ارزش آن برای مصرف‌کننده را در بر می‌گیرد.	ارزش نمادین		
ممکن است مؤلفهٔ مهم ارزش فرهنگی یک اثر هنری، پیوندهای تاریخی آن باشد و نشان‌دهنده آن است که چگونه این اثر هنری شرایط زندگی زمان آفرینش خود را بازتاب می‌دهد و چگونه با ایجاد احساس پیوستگی با زمان گذشته، زمان حال را روشن می‌سازد.	ارزش تاریخی		
این ارزش به این امر اشاره می‌نماید که اثر هنری واقعی، اصیل و منحصر به فرد است و ارزش‌های خود را بازتاب می‌دهد.	ارزش اصالت		

(تراسبی، ۱۳۸۹؛ تیزدل و همکاران، ۱۳۸۸)

(Mundy & McLean, 1998: 292; Snowball, 2008: 77). روش قیمت‌گذاری هدونیک (HPM)^{۱۳}، ارزش و منافع یک پروژه یا کالا و خدمت محیطی را بطور غیر مستقیم و از طریق تفاوت در قیمت مسکن، زمین یا اجاره‌های آنها به دست می‌آورد. با ثابت در نظر گرفتن سایر متغیرها، قیمت یا اجاره زمین و مسکن بسته به میزان کالا یا خدمت محیطی مورد نظر، تفاوت خواهد داشت. مردم با انتخاب مکان‌های مختلف برای سکونت، در واقع به ارزش‌گذاری برای کالاها و خدمات شهری دست می‌زنند (عسگری، ۱۳۸۵). با این همه، روش‌های هزینه سفر و قیمت‌گذاری هدونیک به دلیل عدم قابلیت ارزش‌گذاری ارزش‌های غیر استفاده‌ای برای ارزش‌گذاری منافع کالاهای میراثی، مناسب نیستند (Bedate et al, 2004: 105).

– رجحانات اظهار شده^{۱۴}

در این روش، با طراحی یک بازار فرضی برای محصول بدون قیمت، از افراد در مورد تمایل به پرداخت (WTP)^{۱۵} یا تمایل به دریافتشان (WTA)^{۱۶} به منظور بهبود یا عدم بهبود کیفی محصول مورد نظر 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. از دیدگاه نئوکلاسیک^{۱۷}، ارزش یک کالا به مقدار پولی که مصرف‌کننده بالقوه تمایل دارد برای به دست آوردن آن بپردازد یا مقدار پولی که دارنده کالا را تحریک و ترغیب می‌کند، در قبال از دست دادن قسمتی یا کل آن کالا به دست آورد، تعریف می‌شود (طلوعی و رشیدپور، ۱۳۸۷: ۲۰). به دلیل اینکه تکنیک مورد استفاده بر مبنای رجحانات اظهار شده، از قیمت‌های مشاهده شده بازاری استفاده نمی‌کند و مستقیماً از ذهنیت افراد در رابطه با کالای غیر بازاری بهره می‌گیرد، رویکرد قیمت‌گذاری مستقیم خوانده می‌شود (اکبری و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۴). این رویکرد در بردارنده تکنیک‌های ارزیابی مشروط و انتخاب تجربی است.

روش انتخاب تجربی (CEM)^{۱۸}، بر این رویکرد مبتنی است که انتخاب‌های افراد را می‌توان به عنوان تابعی از ویژگی‌های پیشنهادی مربوط به موضوع انتخابی و بهره‌گیری از نظریه مطلوبیت تصادفی، مدل‌بندی کرد. زیرا انتخاب افراد براساس ویژگی‌های کالا با درجه‌ای از احتمال صورت می‌گیرد (Snowball and Willis, 2006: 25) و رضایت‌مندی مصرف‌کننده نیز، از خود آن کالا ناشی نمی‌شود بلکه از ویژگی‌هایی که آن کالا را عرضه می‌دارند، به دست می‌آید (Karousakis et al, 2006: 4).

روش ارزیابی مشروط (CVM)^{۱۹}، براساس اندازه‌گیری

تمایل به پرداخت افراد برای کالاها و خدمات محیطی و مانند آنها در جهت به دست آوردن برآوردی دقیق از منافی که در اثر تغییر سطوح تولید یا قیمت بعضی از کالاها و خدمات عمومی و غیر بازاری به وجود می‌آید، است. این روش را نخستین بار در دهه ۱۹۶۰ م. دیویس^{۲۰} برای برآورد منافع تفریحات آزاد در اطراف یک رودخانه به کار برد. طی سال‌های بعد بسیاری از اقتصاددانان از دست‌آوردهای دیویس بهره گرفتند و برای ارزش‌گذاری کالاهای غیر بازاری نظیر کالاها و خدمات رفاهی و تفریحی، زیست محیطی و مانند آنها استفاده کردند. این امر برای این بود که دست کم فایده‌های اقتصادی کالاهایی را که در بازار رقابتی عرضه نمی‌شود، نسبت به سایر کالاها و خدمات محاسبه‌کنند (عسگری و مهرگان، ۱۳۸۰: ۹۸). روش CVM، مستلزم ساخت فرضی یا شبیه‌سازی بازار از طریق پرسش‌نامه‌ای است که در آن، پاسخ‌دهندگان به سؤالات مربوط به میزان تمایل خود به پرداخت یا دریافت، درباره تغییرات خاص موضوع مدنظر پاسخ می‌دهند (Eftec, 2006: 29). در سه دهه اخیر تحقیقات بسیاری چه تجربی و چه تئوری در مورد این روش انجام شده‌است. برای همین اداره ملی اقیانوس و جو ایالات متحده^{۲۱}، چند اقتصاددان مشهور را همراه گروهی جامعه‌شناس به کار گرفت تا در تحقیقات پیمایشی، روش ارزیابی مشروط را ارزیابی کنند. براساس گزارش این گروه، مطالعات مبتنی بر روش ارزشیابی یادشده، می‌تواند برآوردهای قابل اعتمادی را به‌ویژه درباره ارزش‌های غیر استفاده‌ای و برای تخمین منافع افرادی که از کالا یا خدمات مورد نظر استفاده مستقیم نمی‌کنند، انجام دهد (NOAA, 1993: 7).

چارچوب نظری پژوهش با توجه به مفاهیم

چارچوب نظری پژوهش حاضر با یاری‌جستن از مباحث مطرح‌شده در راستای هدف آن، مبتنی بر مفهوم منفعت و برآورد آن براساس ارزش‌گذاری کل اقتصادی تدوین شده‌است. این چارچوب با ارزش‌گذاری ارزش‌های استفاده‌ای و غیر استفاده‌ای بر مبنای رویکرد رجحانات اظهار شده و بهره‌گیری از روش ارزیابی مشروط (CVM) در نظر گرفته شده‌است (تصویر ۲).

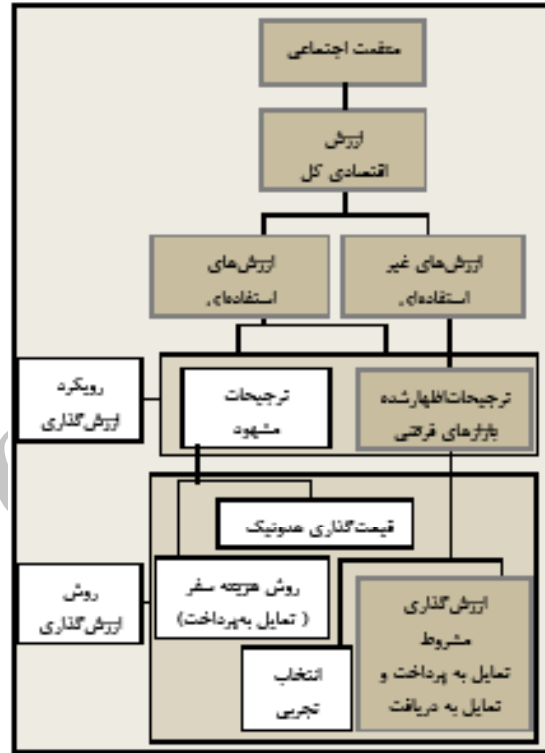
معرفی قلمرو مکانی پژوهش؛ محله تاریخی جلفای اصفهان

محله جلفای اصفهان واقع در جنوب رودخانه زاینده‌رود، یکی از محلات تاریخی این شهر است که سابقه شکل‌گیری آن به دوران صفوی جهت اسکان آرامنه ایروان برمی‌گردد (تصویر ۳). کاربری غالب این محله با لبه‌های تجاری که عملکردی در مقیاس شهر دارند، مسکونی است. براساس

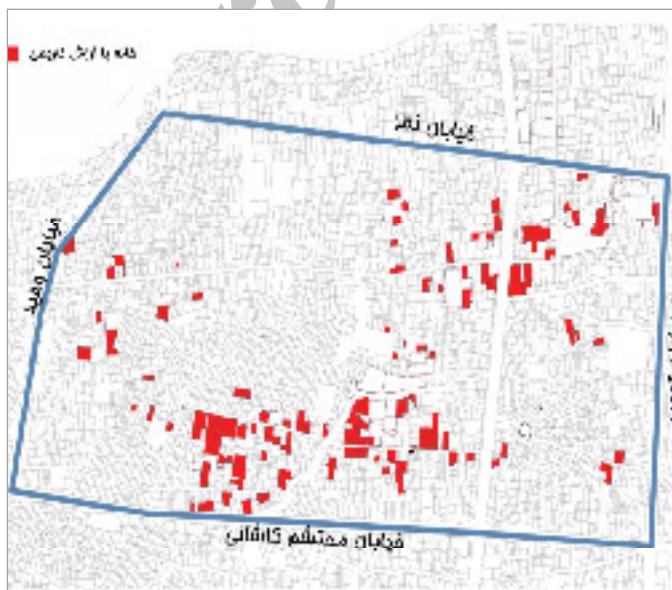
ارزش‌گذاری خانه‌های با ارزش تاریخی محله جلفا با استفاده از روش ارزیابی مشروط (CVM)

تمایل به پرداخت مردم برای کالا یا خدمتی، نشان‌دهنده میزان مطلوبیت یا رضایت‌مندی آنها از آن کالا یا خدمت است چراکه مطلوبیت، اساس ارزش در اقتصاد است. با توجه به آنکه خانه‌های ارزشمند تاریخی همچون سایر ابنیه با ارزش تاریخی به دلیل ویژگی‌های میراثی و فرهنگی خود به مثابه کالایی عمومی هستند و همه شهروندان می‌توانند به نحوی از آنها سود ببرند، در این پژوهش میزان مطلوبیت خانه‌های تاریخی نزد مردم، مبنای برآورد منفعت اجتماعی خانه‌های تاریخی قرار گرفته است. در این راستا برای برآورد مطلوبیت خانه‌های تاریخی و به عبارتی ارزش‌گذاری آنها براساس مفهوم تمایل به پرداخت (WTP)، از روش ارزیابی مشروط (CVM) استفاده شده است. براساس روش ارزش‌گذاری مشروط، در بازاری فرضی برای فروش یک خانه تاریخی با آگاه‌کردن افراد از ویژگی‌های آن، تمایل به پرداخت مردم برای خرید خانه تاریخی مورد پرسش قرار می‌گیرد. بدین منظور پرسش‌نامه‌ای تهیه و به صورت حضوری بین ساکنین محله توزیع شد. پرسش‌نامه شامل سؤالاتی در ارتباط با خصوصیات اجتماعی و اقتصادی پاسخ‌دهندگان اعم از سن، جنس، سطح تحصیلات، شغل، هزینه‌های خانوار و مواردی از این دست و همچنین علاقه‌مندی و شناخت آنها از خانه‌های تاریخی بود. سپس با توضیح ویژگی‌های معماری و تاریخی خانه‌های تاریخی به صورت شفاهی از سوی پرسشگر و به کمک تصویرهای چند نمونه از خانه‌های با ارزش تاریخی محدوده مطالعاتی، اصلی‌ترین پرسش پژوهش مطرح شد. پرسش بدین گونه بیان شد

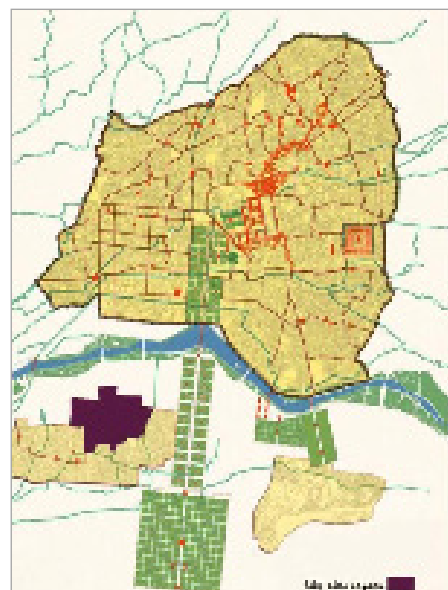
مطالعات طرح بازنگری طرح تفصیلی شهر اصفهان، تهیه‌شده در سال ۱۳۸۶، محله جلفا دارای ۱۴۱ خانه با ارزش تاریخی است که در این میان ۲۲ خانه، در فهرست آثار ملی ایران قرار دارد. قدمت خانه‌ها غالباً به دوران صفویه، قاجار و پهلوی بازمی‌گردد و بیش از ۷۰ درصد آنها دارای مالکیت خصوصی هستند. در تصویر ۴، پراکندگی خانه‌های با ارزش تاریخی در محله جلفا نشان داده شد.



تصویر ۲. نمودار چارچوب پیشنهادی پژوهش (نگارندگان).



تصویر ۴. پراکندگی خانه‌های با ارزش تاریخی محله جلفای اصفهان (نگارندگان براساس مطالعات مهندسین مشاور آتک - الف، ۱۳۸۶).



تصویر ۳. موقعیت مکانی محله جلفا در ساختار تاریخی اصفهان صفویه (مهندسین مشاور آتک - ب، ۱۳۸۶: ۱۵).

که «اگر شما توانایی مالی داشته‌باشید و خانه تاریخی باارزشی در محدوده محله جلفا با مساحت حدود ۵۰۰ متر مربع به قدمتی نسبت داده‌شده به دوران صفوی یا قاجار و دارای ارزش معماری ممتاز برای خرید به شما پیشنهاد شود، آیا تمایل به خرید آن دارید؟ در صورت تمایل، با توجه به قیمت‌های پیشنهادی، نهایتاً تا چه قیمتی حاضر به خریداری آن هستید؟» (پرسش‌نامه پژوهش، پیوست مقاله). در پرسش‌نامه قیمت‌های پیشنهادی، براساس درصدی از ارزش ملک مجاور تنظیم شده بود تا اهمیت خانه‌های تاریخی محدوده مطالعه در مقایسه با خانه‌های غیر تاریخی همان محدوده، سنجیده شود. همچنین نوسان قیمت‌ها در بازار، ذهن پرسش‌شونده را از اصل مطلب، بیان اهمیت خانه تاریخی نزد وی، دور نسازد. چراکه رقم پیشنهادی افراد، میزان اهمیت خانه‌های تاریخی را با تمام ارزش‌های وجودی آن، نزد مردم مشخص می‌کند.

- تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها، نخست داده‌ها به صورت توصیفی تحلیل شدند و سپس براساس مدل لوجیت^{۲۲} عوامل مؤثر بر تمایل به خرید خانه‌های تاریخی بررسی گردیدند. در ادامه، با بهره‌گیری از مدل رگرسیونی^{۲۳} با روش حداقل مربعات معمولی^{۲۴}، عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت افراد برای خرید خانه‌های تاریخی تحلیل شد. برآورد مدل‌های رگرسیونی هم، با استفاده از نرم‌افزار ایویوز انجام گرفت.

- تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها

مطالب جدول ۲، نتایج توصیفی حاصل از پرسش‌نامه تکمیل شده CVM را نشان می‌دهد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود ۷۲ درصد از پاسخ‌دهندگان، تمایل به خرید خانه‌های تاریخی محدوده مطالعاتی را داشتند و با توجه به تمایل بیش از ۷۰ درصدی پاسخ‌دهندگان به خرید خانه‌های تاریخی، استفاده از روش ارزیابی مشروط (CVM) توجیه‌پذیر است. همچنین متوسط تمایل به پرداخت افراد برای خرید هر متر مربع خانه باارزش تاریخی، ۴/۷ درصد بیشتر از قیمت هر متر مربع ملک مسکونی غیر تاریخی مجاور آن بود. افزون‌بر اینها، تحلیل توصیفی متغیرهای مستقل بر تمایل به خرید خانه‌های تاریخی، بیانگر این بود که تمایل به خرید افرادی که شناختی از این خانه‌ها دارند، بیشتر از شهروندانی است که آنها را ندیده‌اند. افرادی با سطح تحصیلات دکترا و نیز گروه شغلی استادان بیشترین تمایل به خرید خانه‌های تاریخی و افراد خانه‌دار و دانشجویان کمترین تمایل به خرید آنها را داشتند. همچنین تحلیل توصیفی متغیرهای مستقل بر تمایل به پرداخت برای خرید چنین خانه‌هایی،

مشخص می‌کند که زنان تمایل به پرداخت بیشتری نسبت به مردان دارند. بیشترین تمایل به پرداخت را گروه‌های درآمدی ۲-۱/۵ میلیون تومان و کمترین تمایل به پرداخت را خانوارهایی با بعد خانوار بیش از ۷ نفر دارند.

ارزیابی عوامل مؤثر بر تمایل به خرید خانه‌های تاریخی بین افراد براساس مدل لوجیت

برای ارزیابی عوامل مؤثر بر تمایل داشتن یا نداشتن به خرید خانه‌های تاریخی بین افراد، از برآورد مدل رگرسیونی لوجیت با نرم‌افزار ایویوز استفاده می‌شود. بدین منظور متغیر وابسته تمایل به خرید خانه تاریخی، موافق یا مخالف بودن برای خرید خانه‌های تاریخی است. به بیان دیگر، متغیر وابسته یک متغیر مجازی است که مقدار صفر را برای مخالفت و مقدار یک را برای موافقت با خرید خانه‌های تاریخی برمی‌گزیند. از آنجایی که متغیر وابسته یک متغیر فرضی با دو مقدار صفر و یک است، مدل لوجیت برای تعیین رابطه بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته به کار گرفته می‌شود. در اینجا متغیرهای مستقل عبارتند از: سن^{۲۵}، میزان تحصیلات^{۲۶}، مخارج ماهیانه^{۲۷}، شغل^{۲۸}، تعداد فرزندان^{۲۹} و بازدید^{۳۰} از خانه‌های تاریخی. نتایج به دست آمده از برآورد مدل لوجیت در جدول ۳ آورده شده است. این نتایج نشان می‌دهد که تغییرات سن با سطح اطمینان ۹۰ درصد، دارای تأثیر معنادار و منفی است؛ به احتمال ۹۰ درصد با افزایش سن، تمایل به خرید خانه تاریخی نیز کاهش می‌یابد. متغیر تعداد فرزندان (بعد خانوار) به احتمال ۹۰ درصد، دارای تأثیر معنادار و مثبت است و متغیر مخارج ماهیانه بر تمایل به خرید خانه‌های تاریخی تأثیر معناداری ندارد. متغیر تحصیلات با سطح اطمینان ۹۹ درصد، تأثیر مثبت و معنادار دارد؛ هرچه تحصیلات افراد بیشتر باشد، تمایل آنان برای خرید خانه‌های تاریخی بیشتر می‌شود. همچنین بازدید آنها، از متغیرهای کیفی دیگری است که پاسخ بله به آن با کد یک، تا حدودی با کد دو و خیر با کد سه ارزش‌گذاری شده است. این متغیر به احتمال ۹۹ درصد، تأثیر مثبت و معناداری بر تمایل افراد به خرید خانه‌های تاریخی دارد. منفی بودن ضریب آن، نشان‌دهنده این موضوع است افرادی که از این خانه‌ها دیدن کرده‌اند، تمایل بیشتری به خرید آن دارند و متغیر شغل هم که به صورت کمی با کدهای یک (شغل آزاد) و دو (شغل غیر آزاد) آورده شده، تأثیر معناداری ندارد.

برآورد مدل رگرسیونی ارزیابی عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت افراد

برای ارزیابی عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت افراد برای خرید خانه تاریخی، از مدل رگرسیونی معمولی استفاده گردید.

جدول ۲. اطلاعات توصیفی تمایل به پرداخت برای خرید خانه‌های با ارزش تاریخی محله جلفا

درصد متوسط تمایل به پرداخت در مقایسه با خانه غیر تاریخی مجاور	تمایل به خرید خانه تاریخی (درصد)		تمایل به خرید خانه تاریخی (تعداد)		متغیر وابسته		
	بله	خیر	بله	خیر	متغیر مستقل		
							بله
۵/۴۷	۲۴	۷۶	۴۴	۱۳۸	جنسیت	زن	
۳/۹۵	۳۱	۶۹	۶۲	۱۳۹		مرد	
۶/۵	۲۰	۸۰	۵۰	۱۹۸	شناخت از خانه تاریخی براساس بازدید از آن	بله	
-۲/۹	۲۸	۷۲	۲۱	۵۳		تا حدودی	
۶/۵	۵۷	۴۳	۳۵	۲۶		خیر	
۴/۹۲	۲۱	۷۹	۱۹	۷۱	محدوده محل سکونت	ساکن محدوده جلفا	
۴/۹۷	۳۰	۷۰	۸۰	۱۸۳		ساکن محله‌های غیر تاریخی	
۱/۹۵	۲۳	۷۷	۷	۲۳		ساکن محله‌های تاریخی غیر جلفا	
۷/۵	۴۳	۵۷	۳	۴	سطح تحصیلات افراد	ابتدایی	
۲/۵	۴۷	۵۳	۷	۸		سیکل	
۱/۴۵	۳۴	۶۶	۲۸	۵۵		دیپلم	
۸/۹	۲۴	۷۶	۹	۲۸		فوق دیپلم	
۸/۳	۵۴	۴۶	۷	۶		دانشجو	
۴/۶	۲۸	۷۳	۴۴	۱۱۶		کارشناسی	
۶/۴	۱۳	۸۷	۸	۵۳		کارشناسی ارشد	
برابر	۰	۱۰۰	۰	۷		دکتر	
۵/۲	۲۵	۷۵	۲۴	۷۱		آزاد	
۸/۵	۳۴	۶۶	۳۷	۷۱		کارمند	
۳/۱	۱۹	۸۱	۵	۲۱	شغل افراد	بازنشسته	
۸	۲۹	۷۱	۲	۵		بیکار	
۳/۱	۲۵	۷۵	۱۶	۴۹		دانشجو	
برابر	۵	۹۵	۱	۱۸		استاد	
۰/۱۷	۷۱	۲۹	۲۹	۱۲		خانه‌دار	
۴/۱	۱۴	۸۶	۱	۶		فرهنگی	
۵/۷	۵۳	۴۷	۸	۷		سایر	
۱/۵	۳۶	۶۴	۲۵	۴۴		مخارج خانوار (هزار تومان)	کمتر از ۳۰۰
۶/۱	۲۶	۷۴	۲۱	۶۱			۳۰۰ - ۵۰۰
۴	۲۲	۷۸	۱۷	۶۱			۵۰۰ - ۷۵۰
۶/۱	۳۰	۷۰	۲۵	۵۷	۷۵۰ - ۱۰۰۰		
۳/۳	۲۵	۷۵	۱۱	۳۳	۱۰۰۰ - ۱۵۰۰		
۱۰/۳	۱۸	۸۲	۳	۱۴	۱۵۰۰ - ۲۰۰۰		
۲/۱	۳۶	۶۴	۴	۷	بیش از ۲۰۰۰		
۴/۹	۲۸	۷۲	۲۷	۹۷	سن	افراد زیر ۳۰ سال	
۵	۲۸	۷۲	۳۴	۱۲۳		افراد ۳۰ تا ۴۵ سال	
۳/۶	۲۸	۷۲	۹	۴۲		افراد ۴۵ تا ۶۰ سال	
۴/۷	۲۵	۷۵	۵	۱۵		افراد بالای ۶۰ سال	
۴/۷	۲۸	۷۲	۹۲	۲۴۱	تعداد فرزندان	۲ و کمتر از ۲ فرزند	
۵/۱	۲۸	۷۲	۱۳	۳۴		۳ تا ۴ فرزند	
-۵	۳۳	۶۷	۱	۲		۵ و بیش از ۵ فرزند	
۴/۷	۲۸	۷۲	۱۰۶	۲۷۷		جمع کل	

(نگارندگان)



دارند. باین همه، سطح اطمینان این متغیر کمتر از ۹۰ درصد است و این بدان معناست که ارتباط معنادار قوی وجود ندارد. R^2 مدل، بالا بوده و حدود ۷۰ درصد است و نشان می‌دهد که متغیرهای توضیحی ارائه‌شده می‌توانند مدل را شرح دهند. دوربین واتسن مدل هم، نشان‌دهنده نبود خودهمبستگی است.

جدول ۳. ارزیابی عوامل مؤثر بر تمایل افراد به خرید خانه‌های تاریخی

متغیر	ضرایب	آماره z	prob
عرض از مبدأ	۱,۵	۱,۸۷	۰,۰۶
Age	-۰,۱۷	-۱,۶۷	۰,۰۹
Ex	۰,۱۲	۱,۰۷	۰,۲۸
Child	۰,۳۲	۱,۶۴	۰,۰۹
Edu	۰,۲۲	۲,۶۹	۰,۰۰
Visit	-۰,۶۸	-۳,۹۶	۰,۰۰
Job	-۰,۱۱	-۰,۳۳	۰,۷۳
Log likelihood		-۱۶۴,۰۳	

(نگارندگان)

جدول ۴. ارزیابی عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت افراد برای خرید خانه‌های تاریخی

متغیر	ضرایب	آماره t	Prob
عرض از مبدأ	۴,۹۴	۵,۴	۰,۰۰
Age	۰,۰۵	۰,۵۷	۰,۵۶
Edu	-۰,۰۸	-۱,۰۳	۰,۳۰
Ex	۰,۱۷	۱,۸۶	۰,۰۶
job	۰,۷	۲,۴۳	۰,۰۱
Child	-۰,۳۸	-۲,۳۵	۰,۰۱
Visit	-۰,۳۹	-۱,۵۰	۰,۱۱
R-squared		۰,۷۰	
Durbin-watson		۱,۳۵	

(نگارندگان)

داده‌های مدل از ۲۷۷ پرسش‌نامه‌ای گرفته‌شد که پاسخ‌دهندگان آنها تمایل به خرید خانه تاریخی داشتند. در مدل رگرسیونی پژوهش متغیر وابسته، آخرین قیمت پذیرفته‌شده از سوی هر پاسخگو (تمایل به پرداخت نهایی) بود. به دلیل آنکه قیمت خانه‌های تاریخی در مقایسه با ملک غیر تاریخی مجاور آن، در پرسش‌نامه ارائه شده بود، در نرم‌افزار ایویوز هم براساس درصدی از قیمت ملک غیر تاریخی مجاور و به صورت کد وارد شد. متغیرهای مستقل نیز عبارتند از: سن، میزان تحصیلات، مخارج ماهیانه، شغل، تعداد فرزندان و بازدید از خانه‌های تاریخی. نتایج حاصل از برآورد مدل با استفاده از روش حداقل مربعات معمولی در جدول ۴ آورده شده است.

همان‌گونه که از نتایج بر می‌آید، متغیرهای مخارج ماهیانه، شغل افراد که به دو دسته آزاد با کد یک و غیر آزاد با کد دو تقسیم شده است و تعداد فرزندان، متغیرهای معنادارند. اما متغیرهای سن و میزان تحصیلات، بر قیمت پیشنهادی افراد برای خرید خانه‌های تاریخی، تأثیری ندارند. بنابراین هرچه هزینه خانوار که به عنوان شاخصی از درآمد خانوار است بیشتر باشد، قیمت پیشنهادی آنان برای خرید خانه‌های تاریخی با سطح اطمینان ۹۰ درصد بیشتر است. به احتمال ۹۹ درصد هر چه تعداد فرزندان خانواده بیشتر باشد، قیمت پیشنهادی هم کمتر خواهد بود. همچنین متغیر شغل، متغیری کیفی است که به دو دسته آزاد و غیر آزاد تقسیم‌بندی شد. مثبت بودن ضریب این متغیر با سطح اطمینان ۹۹ درصد، نشان‌دهنده پرداخت قیمت بالاتری از سوی افراد با مشاغل غیرآزاد همچون کارمند، استاد، فرهنگی و مواردی از این دست است. بازدید از خانه‌های تاریخی از متغیرهای کیفی دیگری است که با پاسخ بله با کد یک، تا حدودی با کد دو و خیر با کد سه ارزش‌گذاری شده است. منفی بودن ضریب این متغیر، نشان‌دهنده این موضوع است افرادی که از خانه‌های تاریخی دیدن کرده‌اند، به پرداخت قیمت بالاتر نیز تمایل

نتیجه‌گیری

خانه‌های تاریخی با ارزش‌های زیباشناختی، اجتماعی، تاریخی، فرهنگی، معنوی و نمادین در قالب هنر معماری، بازتاب هویت اسلامی- ایرانی است که از سرمایه‌های فرهنگی جامعه محسوب می‌شود و همه افراد از منافع آن بهره‌مند می‌گردند. برای برآورد میزان منفعت اجتماعی این عناصر میراثی، باید ارزش‌های آنها شناسایی و سپس ارزش‌گذاری اقتصادی شوند. اما ارزش‌گذاری اقتصادی منفعت اجتماعی خانه‌های تاریخی به خاطر دارابودن ارزش‌های کیفی، بسیار دشوار است و به سختی می‌توان ارزش‌هایی نظیر زیباشناختی و تداوم خاطره فرهنگی را کمی و قیمت‌گذاری کرد. بدین منظور در این پژوهش براساس مفهوم تمایل به پرداخت و با استفاده از روش ارزیابی مشروط (CVM)، میزان مطلوبیتی که خانه‌های تاریخی برای شهروندان ایجاد می‌کنند، مبنای منفعت اجتماعی آن، قرار داده‌شد. براین اساس، پرسش‌نامه CVM تنظیم گردید و تحلیل و بررسی

داده‌های آن، بیانگر این بود که متوسط تمایل به پرداخت افراد برای خرید خانه تاریخی در محدوده محله جلفا معادل ۴/۷ درصد بیشتر از ارزش ملک غیر تاریخی مجاور آن است. از ویژگی‌های مؤثر اجتماعی و اقتصادی افراد در تمایل به خرید خانه‌های تاریخی براساس برآورد مدل رگرسیون لوجیت، می‌توان به سطح تحصیلات و شغل افراد با سطح اطمینان ۹۹ درصد و بُعد خانوار و سن افراد با سطح اطمینان ۹۰ درصد اشاره نمود. این بدان معناست که تأثیرگذاری متغیرهای سطح تحصیلات و شغل افراد با درصد احتمال وقوع بسیار زیادی تأیید می‌گردد. با بررسی ویژگی‌های مؤثر اجتماعی و اقتصادی در تمایل به پرداخت افراد براساس برآورد مدل رگرسیون معمولی مشخص شد که به احتمال ۹۹ درصد با افزایش بعد خانوار، تمایل به پرداخت نیز کاهش می‌یابد و افرادی با مشاغل غیر آزاد اعم از فرهنگیان، کارمندان و استادان دانشگاه‌ها و ... تمایل به پرداخت بالاتری نسبت به مشاغل آزاد دارند و با افزایش درآمد خانوار به احتمال ۹۰ درصد، تمایل به پرداخت افراد برای خرید خانه تاریخی افزایش می‌یابد. در مقاله حاضر تلاش شد تا میزان اهمیت خانه‌های تاریخی نزد شهروندان در قالب مفهوم منفعت اجتماعی و با ارزش‌گذاری اقتصادی آن، سنجیده شود. نتایج این بررسی نشان داد که ارزش ریالی منفعت اجتماعی خانه‌های تاریخی، ۴/۷ درصد بیشتر از ارزش مالی آن در شرایط غیر تاریخی است. ارزش‌گذاری خانه‌های تاریخی و برآورد منفعت اجتماعی آنها، می‌تواند شاخصی برای سیاست‌گذاران حوزه میراث فرهنگی درباره میزان پرداخت تسهیلات مورد نیاز برای حفاظت از این عناصر ارزشمند باشد که این مسأله سرآغازی برای تدوین سیاست‌های لازم در این حوزه است. از سوی دیگر برآورد میزان منفعت اجتماعی خانه‌های باارزش تاریخی، شاخصی برای ارزیابی کارایی سیاست‌های تشویقی و حمایتی مرتبط با حفاظت آثار تاریخی است؛ زیرا سیاست‌های تشویقی حفاظت از آثار تاریخی که برای مالکان در نظر گرفته می‌شود، باید انگیزه لازم را برای حفاظت ایجاد کند و به نحوی هزینه فرصت حفظ و نگهداری خانه‌های تاریخی را که به واسطه قوانین حفاظت از آثار تاریخی به مالکان تحمیل شده است، جبران کند.

پی‌نوشت

- 1- Throsby
- 2- Thompson and Roberts
- 3- Kim
- 4- Changdeok Palace
- 5- Dutta
- 6- Prinsep Ghat
گردنه پرنسپ، یکی از قدیمی‌ترین نقاط تفریحی کلکته هندوستان است که در سال ۱۸۴۱ م. جیمز پرنسپ انگلیسی آن را بنا کرد.
- 7- Probit regression
- 8- Eviews
- 9- Excel
- 10- Cochran Formula
- 11- Revealed Preference
- 12- Travel Cost Method
- 13- Hedonic Price Method
- 14- Stated Preference
- 15- Willingness to Pay
- 16- Willingness to Accept
- 17- New Classical
- 18- Choice Experiment Method
- 19- Contingent Valuation Method
- 20- Davis

- 21- NOAA
- 22- Logit Model
- 23- Regression Model
- 24- OLS
- 25- Age
- 26- Education
- 27- Expenditure
- 28- Job
- 29- Chid
- 30- Visit

منابع و مآخذ

- آجایی، جان آسافو (۱۳۸۵). اقتصاد محیط زیست برای غیر اقتصاددانان، ترجمه سیاوش دهقانیان و زکریا فرج‌زاده، چاپ دوم، مشهد: دانشگاه فردوسی.
- اکبری، نعمت‌الله؛ شجری، هوشنگ و بیدرام، رسول (۱۳۸۶). برآورد تمایل به پرداخت مصرف‌کنندگان خودرو برای قیمت بنزین (با استفاده از روش CVM)، نشریه تحقیقات اقتصادی، (۷۹)، ۵۸-۳۹.
- امامی میبدی، علی و قاضی، مرتضی (۱۳۸۷). برآورد ارزش تفریحی پارک ساعی در تهران با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط، فصل‌نامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، سال دوازدهم، (۳۶)، ۱۸۷-۲۰۲.
- تراسبی، دیوید (۱۳۸۲). هفت پرسش درباره اقتصاد میراث فرهنگی، مجموعه جنبه‌های اقتصادی میراث فرهنگی، ترجمه علی اعظم محمد بیگی، ویراست مایکل هاتر و ایلد ریزو، تهران: امیرکبیر.
- _____ (۱۳۸۹). اقتصاد و فرهنگ، ترجمه کاظم فرهادی، چاپ چهارم، تهران: نی.
- توانایان فرد، حسن (۱۳۸۵). فرهنگ تشریحی اقتصاد، چاپ اول، تهران: نشر الکترونیکی و اطلاع‌رسانی جهان رایانه.
- حیاتی، باب‌الله؛ احسانی، مهدی؛ قهرمان‌زاده، محمد؛ راحلی، حسین و تقی‌زاده، مجید (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان پارک‌های ائل‌گلی و مشروطه شهر تبریز: کاربرد روش دو مرحله‌ای حکمن، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی، ج ۲۴، (۱)، ۹۸-۹۱.
- راسخی، سعید؛ کریمی، سعید و حامدی رستمی، منیره (۱۳۹۱). اندازه‌گیری عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت گردشگران ساحلی با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط: یک مطالعه موردی برای سواحل دریای خزر، نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال اول، (۲)، ۳۲-۱۳.
- طلوعی اشلقی، عباس و رشیدپور، علی (۱۳۸۷). نقدی بر روش‌های موجود ارزش‌گذاری کالاهای فرهنگی، مجموعه مقالات ارزش‌گذاری کالاهای فرهنگی و هنری، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- عسگری، علی و مهرگان، نادر (۱۳۸۰). برآورد تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان میراث تاریخی فرهنگی با استفاده از CVM: نمونه گنج‌نامه همدان، نشریه پژوهش‌های اقتصادی، (۲)، ۱۱۵-۹۳.
- عسگری، علی (۱۳۸۵). اندازه‌گیری غیرقابل اندازه‌گیری‌ها، روش‌های کمی کردن منافع خصایص محیطی در برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، تهران: سمینار ارائه‌شده در دانشگاه تربیت مدرس، گروه شهرسازی.
- غرایاق زندی، داود (۱۳۷۹). مصالح جمعی یا منافع فردی: رهیافتی بر مباحث اسلامی و غربی، همایش بررسی علل و عوامل تقدم مصالح جمعی بر منافع فردی. نشریه الکترونیک پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران.
- (بازیابی شده در تاریخ ۱۳۹۱/۱/۲۵) <http://database.irandoc.ac.ir/articles/316336>
- فرج‌زاده، زکریا؛ سلطانی، غلامرضا و روستایی، مهدی (۱۳۸۷). برآورد تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان مجموعه تاریخی پاسارگاد و تحلیل مؤثر بر آن: روش ارزش‌گذاری مشروط (CVM)، فصل‌نامه پژوهش‌های اقتصادی، سال نهم، (۴)، ۸۹-۱۱۱.
- فلیحی، نعمت؛ محمدی، هادی و نصیری، رقیه (۱۳۸۹). بررسی چارچوب نظری ارزش‌گذاری اقتصادی مکان‌های میراثی و تاریخی، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی شناخت و معرفی مزیت‌ها و ظرفیت‌های احیا و بهره‌برداری از اماکن تاریخی و فرهنگی، تهران: سمیرا.

- کبالت، کریستین (۱۳۸۲). بهینه‌سازی استفاده از میراث فرهنگی، مجموعه جنبه‌های اقتصادی میراث فرهنگی، ترجمه علی اعظم محمد بیگی، ویراست مایکل هاتر وایلد ریزو، تهران: امیرکبیر.
- محمد مرادی، اصغر و امیرکبیریان، آتوسا (۱۳۸۱). معرفی تعدادی از ابنیه سنتی معماری ایران و تحلیلی بر ویژگی‌های فضایی آنها، تهران: مؤسسه تعاون سازمان میراث فرهنگی کشور.
- مهندسین مشاور آتک- الف (۱۳۸۶). شناخت بناهای واجد ارزش تاریخی مناطق ۵ و ۶ شهر اصفهان، اصفهان: معاونت شهرسازی و معماری شهرداری اصفهان.
- مهندسین مشاور آتک- ب (۱۳۸۶). ساختار کالبدی مناطق ۵ و ۶ شهر اصفهان، اصفهان: معاونت شهرسازی و معماری شهرداری اصفهان.
- Bedate, A.; Herrero, L.; & Sanz, J. (2004). Economic valuation of the cultural heritage: Application to four case studies in Spain. *Journal of Cultural Heritage*, 5(1): 101-111.
- Dutta, M.; Banerjee, S.; & Husain, Z. (2007). Untapped demand for heritage: A contingent valuation study of Prispes Ghat, Calcutta. *Tourism Management*, 28: 83-95.
- EFTEC in association with Environmental Futures Limited. (2006). Valuing Our Natural Environment. Final Report, Annexes NR0103, For the UK Department for Environment, Food and Rural Affairs.
- Karousakis, K. & Birol, E. (2006). Investigating household preference for Kerbside Recycling Services in London: A choice experiment approach. *Journal of Environmental Management*, 18: 1-21.
- Kim, S.; Wong, K.; & Cho, M. (2007). Assessing the economic value of a world heritage site and willingness to pay determinants: A case of Changdeok Palace. *Tourism Management*, 28: 317-322.
- Munasinghe, M. (1992). *Environmental economics and sustainable development*. Washington DC: The World Bank.
- Mundy, B. and McLean, D. (1998). Using the contingent valuation approach for natural resource and environmental damage application. *Appraisal Journal*, 66(3): 290-298.
- NOAA (1993). Report of the NOAA Panel on contingent valuation. National Oceanic and Atmospheric Administration Federal Register 58,10
- Snowball, J. D. (2008). *Measuring the value of culture: Methods and examples in cultural economics*. Verlag Berlin Heidelberg: Springer.
- Snowball, J. D. & Willis, K. G. (2006). Building cultural capital: Transforming the South African National Art Festival. *South African Journal of Economic*, 74: 25-26.
- Thompson, M. E. & Roberts, K. J. (1983). *An Empirical Application of Contingent Valuation Technique to Value Marine Resources*. Transaction of the American Fisheries Society.
- Throsby, D. & Withers, G. (1985). What price culture? *Journal of Cultural Economics*, 9(2): 597-614.

باستغالی
 پرسش‌نامه

شهروند گرامی، این پرسش‌نامه به منظور بررسی نظرات شما برای استفاده در یک پروژه پژوهشی با موضوع برآورد منفعت اجتماعی خانه‌های تاریخی شهر اصفهان، تنظیم شده‌است. هدف از سؤالات مطرح‌شده در آن، فقط برای آگاهی‌یافتن از میزان اهمیت خانه‌های باارزش تاریخی به عنوان میراث فرهنگی این شهر نزد شماست. ارائه نظرات واقعی شما بدون در نظر گرفتن ملاحظات جانبی، پرسشگر را در رسیدن به اهدافش یاری می‌کند. لذا خواهشمند است در این زمینه با ایشان همکاری فرمائید.

- مشخصات عمومی پرسش‌شونده

- ۱- جنسیت: مرد زن سن: ۲- سن:
- ۳- محل سکونت: شهر: خیابان:
- ۴- وضعیت تأهل: مجرد متأهل تعداد فرزند: ۵- میزان تحصیلات:
- ۶- شغل: آزاد کارمند بازنشسته بیکار خانه‌دار دانشجو استاد دانش‌آموز فرهنگی سایر:
- ۷- آیا علاقه‌مند به آثار تاریخی هستید؟ بله خیر
- ۸- آیا خانه‌های تاریخی اصفهان را دیده‌اید؟ بله خیر تاحدودی
- ۹- میزان هزینه شما در ماه چند تومان است؟
 کمتر از ۳۰۰۰۰۰ تومان بین ۳۰۰۰۰۰ تا ۵۰۰۰۰۰ تومان بین ۵۰۰۰۰۰ تا ۷۵۰۰۰۰ تومان
 بین ۷۵۰۰۰۰ تا ۱۰۰۰۰۰۰ تومان بین ۱۰۰۰۰۰۰ تا ۱۵۰۰۰۰۰ تومان بین ۱۵۰۰۰۰۰ تا ۲۰۰۰۰۰۰ تومان
 بیش از ۲۰۰۰۰۰۰

خانه‌های تاریخی شهر اصفهان، از نمونه‌های میراث فرهنگی این شهر است که آئینه‌ی هویت، شیوه زندگی، منش و اعتقادات، دانش و هنر گذشتگان ماست. از آنجایی که این شهر در بستر فرهنگی ایرانیان شکل گرفته‌است، زندگی در آن حس تعلق و خودمانی بودن را در کنار زیبایی‌های ناشی از فرم و تزئیناتی که دارد، به ساکن خود القا می‌کند. ضمن اینکه، چنین خانه‌هایی قابلیت پذیرش برخی از فعالیت‌های دیگر افزون بر سکونت مانند فعالیت‌های آموزشی، فرهنگی، تجاری و اداری را نیز دارند.

- نظر به آنچه بیان شد، آیا شما به عنوان یک شهروند اصفهانی، به خانه‌های تاریخی شهر علاقه‌مند هستید؟
 بله (فرایند پرسش‌نامه ادامه یابد) خیر (فرایند پرسش‌نامه متوقف می‌شود)

- اگر شما توانایی مالی داشته‌باشید و تسهیلاتی همچون وام، بخشودگی مالیاتی و بخشودگی عوارض شهرداری در رابطه با خانه‌های تاریخی، در اختیارتان قرار می‌گرفت و خانه‌ای تاریخی باارزشی در محدوده جلفا با مساحت حدود ۵۰۰ متر مربع به قدمتی نسبت داده‌شده به دوران صفوی یا قاجار و دارای ارزش معماری ممتاز برای خرید به شما پیشنهاد داده شود، آیا تمایل به خرید آن دارید؟

- بله (فرایند پرسش‌نامه ادامه یابد) خیر (فرایند پرسش‌نامه متوقف می‌شود)

- نهایت قیمتی که شما حاضر به پرداخت آن برای هر متر مربع از خانه تاریخی هستید، چقدر است؟
- ✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۳۰٪ کمتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاک غیر تاریخی همجوار با آن است.
بله (فرایند پرسش نامه ادامه یابد) خیر (فرایند پرسش نامه متوقف می شود)
- ✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۲۰٪ کمتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاک غیر تاریخی همجوار با آن است.
بله (فرایند پرسش نامه ادامه یابد) خیر (فرایند پرسش نامه متوقف می شود)
- ✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۱۰٪ کمتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاک غیر تاریخی همجوار با آن است.
بله (فرایند پرسش نامه ادامه یابد) خیر (فرایند پرسش نامه متوقف می شود)
- ✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، برابر قیمت یک متر مربع قطعه پلاک غیر تاریخی همجوار با آن است.
بله (فرایند پرسش نامه ادامه یابد) خیر (فرایند پرسش نامه متوقف می شود)
- ✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۵٪ بیشتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاک غیر تاریخی همجوار با آن است.
بله (فرایند پرسش نامه ادامه یابد) خیر (فرایند پرسش نامه متوقف می شود)
- ✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۱۰٪ بیشتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاک غیر تاریخی همجوار با آن است.
بله (فرایند پرسش نامه ادامه یابد) خیر (فرایند پرسش نامه متوقف می شود)
- ✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۲۰٪ بیشتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاک غیر تاریخی همجوار با آن است.
بله (فرایند پرسش نامه ادامه یابد) خیر (فرایند پرسش نامه متوقف می شود)
- ✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۳۰٪ بیشتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاک غیر تاریخی همجوار با آن است.
بله (فرایند پرسش نامه ادامه یابد) خیر (فرایند پرسش نامه متوقف می شود)