

ارزش‌گذاری اقتصادی خانه‌های تاریخی محله جلفای اصفهان براساس 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 اجتماعی شان، مبنایی برای میزان تسهیلات لازم به منظور حفاظت از این عناصر ارزشمند است. از آنجایی که ارزیابی منفعت اجتماعی هر کالا یا خدمتی نیازمند ارزش‌گذاری اقتصادی آن است، هدف این نوشتار نیز ارزش‌گذاری اقتصادی خانه‌های بالریزش تاریخی برای آگاهی از میزان منفعت اجتماعی آنهاست. شایان یادآوری است که هدف این پژوهش در زمرة 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 در صدد 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 این‌رو، ارزش‌گذاری خانه‌های تاریخی براساس مفهوم تمایل به پرداخت مردم، با استفاده از روش ارزش‌گذاری 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 خانه‌های 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 بالریزش تاریخی تأثیرگذار هستند.

کلیدواژگان: منفعت اجتماعی، ارزش‌گذاری 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

تحلیل گران اقتصادی معاصر، سرمایه را به سه نوع؛ سرمایه فیزیکی یا مادی، انسانی و طبیعی یا زیست محیطی تقسیم کرده‌اند. تراسبی^۱ اقتصاددان استرالیایی و نظریه‌پرداز 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 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 می‌آفریند (تراسبی، ۱۳۸۹: ۷۱).

میراث فرهنگی، نمونه شاخص سرمایه فرهنگی است که مواردی مانند آثار هنری، معماری، دستاوردهای فرهنگی و نیز اندیشه‌ها، هنجارها و فهم مشترک محیط زندگی را که از نسل‌های پیش به ارت رسیده است، در بر می‌گیرد. تمامی موارد ذکر شده، این وجه مشترک را دارند که به دست نسل حاضر ایجاد نشده 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 جوانگویی 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 امیرکبیریان، ۱۳۸۱: ۱۵). از این رضورت 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 تحمل می‌شود. درنتیجه 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 مسئله

حفظات، بر آن هستند تا با برآورد منفعت اجتماعی خانه‌های تاریخی، میزان اهمیت آنها را نزد شهروندان ارزیابی کنند و مبنایی برای میزان تسهیلات لازم درجهت 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 بالرzes 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 منافع اجتماعی هنر"، در استرالیا انجام داده‌اند. آنها در نمونه‌آماری 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 داشته‌اند که هنر ارائه‌دهنده منافع عمومی جامعه نظری 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، نویسنده‌اند 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 گردنۀ 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 ارزش‌گذاری 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 بر مبنای تحلیل رگرسیونی معمولی و لوจیت همراه با استفاده از نرم‌افزارهای ایویوز^۸ و اکسل^۹ انجام شده است. همچنین جامعه آماری شامل شهروندان اصفهانی است که پرسشنامه‌های آنها در محدوده محله جلفا به صورت حضوری توزیع گردیده است. ضمن اینکه حجم نمونه جامعه آماری براساس فرمول کوکران^{۱۰} 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 ارزش‌گذاری اقتصادی اشاره می‌شود و درنهایت 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 تاریخی اقتصاد"، منفعت اجتماعی این‌گونه تعریف می‌شود: «کلیه دستاوردهای مربوط به رفاه که از یک تصمیم اتخاذ شده 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.» (توانایان‌فرد، ۱۳۸۵: ۹۹۲). برای برآورد منفعت باید ارزش‌های نهفته در کالا یا خدمات را که موجب مطلوبیت مصرف‌کننده می‌شوند، شناخت و سپس ارزش‌گذاری کرد. هنر و میراث فرهنگی افرون بر ارزش مالی یا مبالغه‌ای دارای ارزش‌هایی نظیر هویت اجتماعی، غرور ملی و احساس لذت هستند که از ماهیت کالای عمومی بودن آن ناشی می‌شود (Snowball, 2008: 77).

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 پائین‌تر از برآورد تمایل به پرداخت مردم است. آنان نتیجه‌گرفتند 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 ارزش‌گذاری عناصر میراثی، مطالعاتی شده است که نمونه‌هایی از آنها بدین قرار است: فلیحی و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای با نام "بررسی چارچوب نظری ارزش‌گذاری اقتصادی مکان‌های میراثی و تاریخی" چگونگی ارزش‌گذاری کالاهای غیر بازاری را که شامل کالاهای فرهنگی و تاریخی است، بررسی کرده‌اند. اهداف پژوهش یادشده مقایسه نظری روش‌های ترجیحات آشکارشده با ترجیحات بیان شده، شناسایی مزایا و معایب هریک از این روش‌ها و پیشنهاد روشی مناسب برای ارزش‌گذاری مکان‌های تاریخی و فرهنگی است. روش تحقیق آن هم، براساس مطالعات پیمایشی و میدانی است و نتایجش نشان می‌دهد که روش مناسب ارزش‌گذاری 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 (فلیحی 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^۷ 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، ۹۷: ۱۳۸۹). در این باره به مطالعات دیگری همچون "برآورد ارزش تغیری پارک ساعی در تهران با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط" از امامی میبدی 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 ارزش‌گذاری مشروط: یک مطالعه موردي برای سواحل دریای خزر" تألیف راسخی و همکاران (۱۳۹۱)، می‌توان اشاره نمود.

می‌کنند. انواع ارزش‌های اقتصادی بناهای تاریخی در جدول ۱ آورده شده است.

روش‌های ارزش‌گذاری اقتصادی

برای کمی کردن منافع کالاها و خدمات، ناگزیر باید آنها را ارزش‌گذاری کرد. از آنجایی که منافع کالا و خدمات در قالب منافع استفاده‌ای و غیر استفاده‌ای هستند، در ارزش‌گذاری آنها نیز به هر دو دسته از منافع توجه می‌شود که به آن "ارزش‌گذاری اقتصادی کل" می‌گویند. منافع استفاده‌ای کالاها و خدمات بازاری، آنهایی که در جریان عرضه و تقاضا مبادله می‌شوند، غالباً در بازار و با قیمت‌گذاری ارزیابی می‌شوند؛ اما بازار توانایی ارزش‌گذاری منافع کالاها و خدمات غیر بازاری نظیر کالاهای عمومی و همچنین منافع غیر استفاده‌ای را ندارد. بدین منظور برای ارزیابی منافع آن از دو روش کلی؛ رجحانات آشکارشده و رجحانات اظهارشده می‌توان بهره‌گرفت.

— رجحانات آشکار شده^{۱۱} (مشهود)

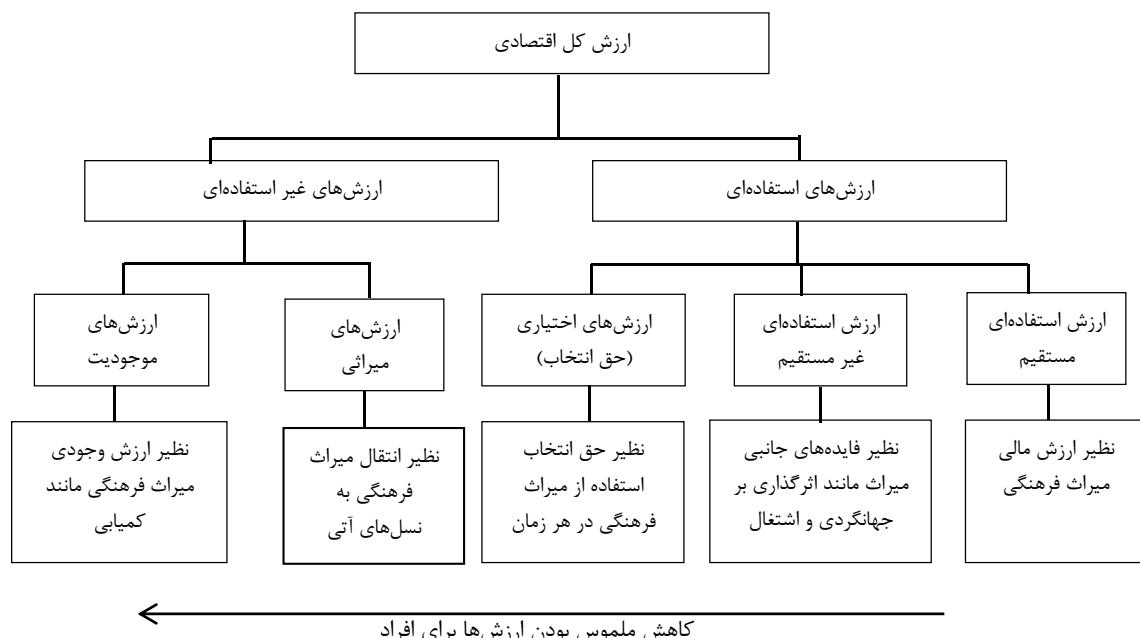
در روش رجحانات آشکار شده، تلاش می‌شود تا انتخاب‌های افراد در دنیای واقعی و هنگامی که به مبادلهٔ ثروت و خطر می‌پردازند، شناسایی و اندازه‌گیری شوند. به بیان دیگر رجحانات آشکار شده، ارزش و منافع کالا و خدمات مورد نظر را از طریق بررسی خریدهای انجام‌شده افراد در قیمت بازار، انجام می‌دهد. در این روش، تکنیک‌هایی وجود دارد که پیرای ارزشیابی یک محصول فاقد قیمت، از ارتباط آن با یک

اختیاری است و ارزش غیر استفاده‌ای به دو دسته میراثی وجودی تقسیم می‌شود (Munasinghe, 1992: 54).

مجموع ارزش‌های یادشده، ارزش کل اقتصادی کالا میراثی را تشکیل می‌دهد. ارزش استفاده‌ای مستقیم، به ظرفیت کالا یا خدمت در ایجاد رضایت برای ترجیحات و نیازهای انسان می‌پردازد.

ازش استفاده‌ای غیر مستقیم، به اثرات جانبی کالا یا خدمت نظیر تأثیر آن بر تولید یا اشتغال و ... بر می‌گردد. ارزش اختیاری، به مقدار پولی که شخص در حال حاضر مایل به پرداخت آن است، گفته می‌شود؛ برای حصول اطمینان از اینکه یک منبع در آینده در دسترس خواهدبود تا درباره استفاده از آن تصمیم‌گیری شود. به بیان دیگر، ارزش مورد انتظار استفاده منبع در آینده، مد نظر است. ارزش میراثی از منافعی که اشخاص با اطلاع از اینکه یک منبع برای فرزندان آنها و نسل‌های بعدی آنها بجا خواهدگذاشت، به دست می‌آید. ارزش وجودی از منافعی که یک شخص با آگاهی از اینکه یک منبع در حال حاضر وجوددارد یا در آینده وجود خواهددادشت، ناشی می‌شود. صرف نظر از اینکه تا به حال آن منبع را ندیده باشند یا از آن استفاده نکرده باشند (آجایی، ۱۳۸۵: ۱۲۴ و ۱۲۳).

بناهای بازدید تاریخی نیز افزون بر ارزش تجاری دارای ارزش‌های غیر استفاده‌ای نظیر زیباشناختی، اجتماعی، تاریخی و تعلق خاطره فرهنگی هستند که این عناصر، میراثی را همانند یک کالای عمومی دارای منافع اجتماعی



تصویر ۱. نمودار انواع ارزش‌های اقتصادی مساث فی هنگ (نگارندگان: بگفتہ؛ نمودار: Munasinghe, 1992).

هزینه سفر و روش قیمت‌گذاری هدونیک (اکبری و همکاران، ۱۳۸۶: ۴۳). روش هزینه سفر (TCM)^{۱۲}، 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 درباره یک کالا یا خدمت بازاری خاص که با کالا و خدمت مورد نظر (فائد بازار) مرتبط است، استفاده و برمبنای 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 بنای‌های باارزش تاریخی

| تعریف | ارزش تجاری | ارزش استفاده‌های مستقیم | ارزش استفاده‌های غیر مستقیم | ارزش غیر استفاده‌های مستقیم |
|---|-------------------------|-------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| ارزش بازاری یا به عبارتی قیمت اثر مورد نظر است. | | | | |
| نوسازی با توجه به استفاده مطلق از انرژی، ارزان‌تر است اما استفاده مجدد از ساختمان‌ها، حفظ منابع کمیاب و کاهش مصرف انرژی و مصالح ساخت و ساز و مدیریت بهینه منابع را همراه دارد. | ارزش منابع | | | |
| بنای‌های تاریخی همچون خانه‌های تاریخی قابلیت پذیرش عملکرددها و فعالیتهای متعدد را دارند و می‌توانند زمینه همکاری بین کاربری‌های متفاوت و سازگار را مهیاکنند. | تنوع عملکردی | | | |
| تنوع معماری در مقیاس گسترده، تنوع زیست محیطی را ایجاد می‌کند زیرا از دیدگاه سیستمی، تک تک اینهای زیر مجموعه نظام زیست محیطی شهر هستند که تنوع هدفمند آنها به تنوع زیست محیط منجر می‌شود. | تنوع محیطی | | | |
| جاده‌های زیباشناختی مکان‌های تاریخی می‌توانند از ترکیب بسیاری از ساختمان‌ها و نه ارزش‌های مجازی هر ساختمان خاص، حاصل و موجب تنوع زیباشناختی فضای شهری شوند. | ارزش تنوع معماری | | | |
| بنای‌های تاریخی افرون 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 زمینه مذهبی رسمی تفسیر کرد. چنانکه گوئی این اثر، اهمیت فرهنگی خاصی برای اعضای دین، قبیله یا دیگر گروه بندی‌های 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 آثارهای 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 بیان شده به وسیله اثر و ارزش آن برای مصرف کننده را در بر می‌گیرد. | ارزش نمادین فرهنگی | | | |
| ممکن است مؤلفه 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؛ تیزدیل و همکاران، ۱۳۸۸)

روش قیمت‌گذاری هدونیک (HPM)^(۱۳)، ارزش و منافع یک پروره 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، درواقع به ارزش گذاری برای کالاهای و خدمات شهری دست می‌زنند (عسگری، ۱۳۸۵). بالین همه، روش‌های هزینه سفر و قیمت‌گذاری هدونیک به دلیل عدم قابلیت ارزش‌گذاری ارزش‌های غیر استفاده‌ای برای ارزش‌گذاری منافع کالاهای میراثی، مناسب نیستند.
(Bedate et all, 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 دریافت شان (WTA) ^{۱۶} بهمنظور 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 واجذاری دارایی اش می‌سنجد. از دیدگاه نئوکلاسیک ^{۱۷}، ارزش یک کالا به مقدار پولی که مصرف کننده 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 اظهارشده، 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.

چار چوب نظری پژوهش با توجه به مفاهیم

چارچوب نظری پژوهش حاضر با یاری جستن از مباحث مطرح شده در راستای هدف آن، میتوانی بر مفهوم منفعت و برآورد آن براساس ارزش‌گذاری کل اقتصادی تدوین شده است. این چارچوب با ارزش‌گذاری ارزش‌های استفاده‌های و غیر استفاده‌های برمبنای رویکرد رجحانات اظهارشده و بهره‌گیری از روش ارزیابی مشروط (CVM) در نظر گرفته شده است (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 ارامنه ایروان برمی‌گردد
(تصویر ۳). کاربری غالب این محله با لبه‌های تجاری که
عملکردی در مقیاس شهر دارند، مسکونی است. براساس

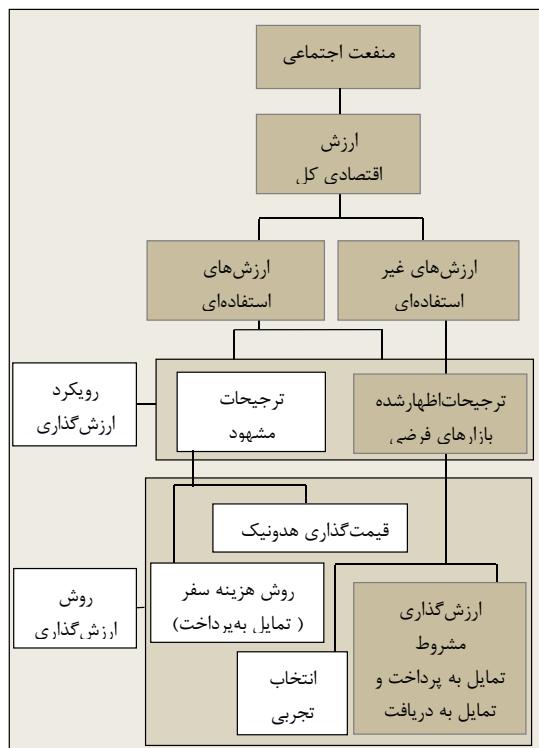
روش انتخاب تجربی (CEM)، بر این رویکرد مبتنی است که انتخاب‌های افراد را می‌توان به عنوان تابعی از ویژگی‌های پیشنهادی مربوط به موضوع انتخابی و بهره‌گیری از نظریه مطلوبیت تصادفی، مدل‌بندی کرد. زیرا انتخاب افراد براساس ویژگی‌های کالا با درجه‌ای از احتمال صورت می‌گیرد (Snowball and Willis, 2006: 25) مصرف‌کننده 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)، براساس اندازه‌گیری

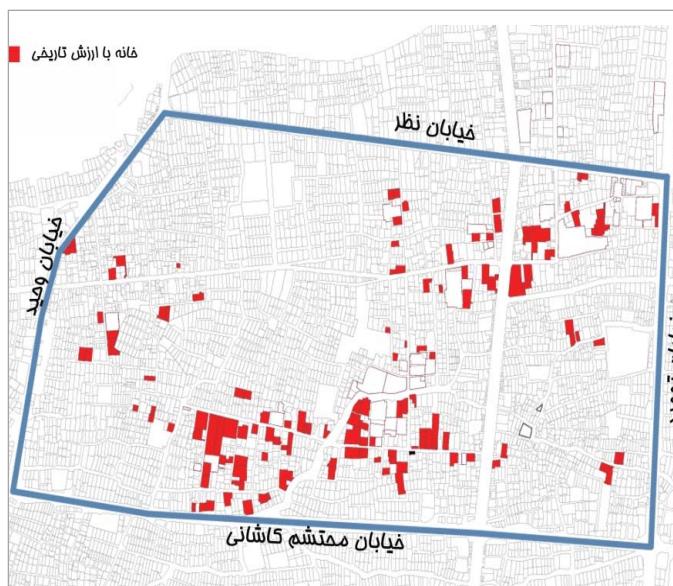
ارزش‌گذاری خانه‌های با ارزش تاریخی محله جلفا با استفاده از روش ارزیابی مشروط (CVM)

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 اینیه بالارزش 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 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 بالارزش تاریخی محدوده مطالعاتی، اصلی‌ترین پرسش پژوهش مطرح شد. پرسش بدین گونه بیان شد

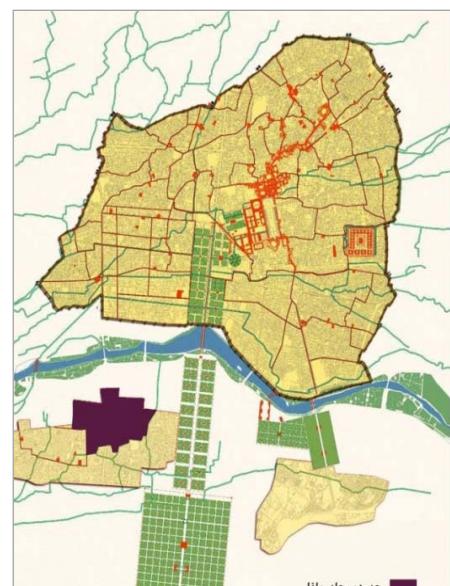
مطالعات طرح بازنگری طرح تفصیلی شهر اصفهان، تهیه شده در سال ۱۳۸۶، محله جلفا دارای ۱۴۱ خانه بالارزش تاریخی است که در این میان ۲۲ خانه، در فهرست آثار ملی ایران قرار دارد. قدمت خانه‌ها غالباً به دوران صفویه، قاجار و پهلوی بازمی‌گردد و بیش از ۷۰ درصد آنها دارای مالکیت خصوصی هستند. در تصویر ۴، پراکندگی خانه‌های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



تصویر ۲. نمودار چارچوب پیشنهادی پژوهش (نگارندگان).



تصویر ۴. پراکندگی خانه‌های بالارزش تاریخی محله جلفا در ساختار تاریخی اصفهان صفویه (مهندسین مشاور آتك-ب، ۱۳۸۶: ۱۵).



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

مشخص می‌کند که زنان تمایل به پرداخت بیشتری نسبت به مردان دارند. بیشترین تمایل به پرداخت را گروههای درآمدی ۱/۵-۲ 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 لوچیت**

برای ارزیابی عوامل مؤثر بر تمایل داشتن یا نداشتن به خرید خانه‌های تاریخی بین افراد، از برآورد مدل رگرسیونی لوچیت با نرم افزار 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 لوچیت 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 لوچیت در جدول ۳ آورده شده‌است. 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 می‌باید. 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 یک، تا حدودی با کد دو و خیر با کد سه ارزش‌گذاری شده‌است. 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 غیرآزاد) 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.

که «اگر شما توانایی مالی داشته باشید و خانه تاریخی باارزشی در محدوده محله جلفا با مساحت حدود ۵۰۰ متر مربع به قدمتی نسبت داده شده 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؟» پرسش نامه پژوهش، پیوست مقاله. در پرسش نامه قیمت‌های پیشنهادی، براساس درصدی از ارزش ملک مجاور تنظیم شده‌بود 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 خانه‌های 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 پرسش نامه‌ها، نخست داده‌ها به صورت توصیفی تحلیل شدند و سپس براساس مدل لوچیت^{۳۲} عوامل مؤثر بر تمایل به خرید خانه‌های تاریخی بررسی گردیدند. در ادامه، با بهره‌گیری از مدل رگرسیونی^{۳۳} با روش حداقل مربوط معمولی^{۳۴}، 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

مطلوب جدول ۲، نتایج توصیفی حاصل از پرسش نامه 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. افزون بر 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 شهرهوندانی 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،

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

| درصد متوسط تمایل به پرداخت در مقایسه با خانه غیرتاریخی مجاور | تمایل به خرید خانه تاریخی (درصد) | | تمایل به خرید خانه تاریخی (تعداد) | | متغیر وابسته | متغیر مستقل |
|--|-------------------------------------|-----|--------------------------------------|-----|----------------------------------|----------------------|
| | خیر | بله | خیر | بله | | |
| ۵/۴۷ | ۲۴ | ۷۶ | ۴۴ | ۱۳۸ | زن | جنسيت |
| ۳/۹۵ | ۳۱ | ۶۹ | ۶۲ | ۱۳۹ | مرد | |
| ۶/۵ | ۲۰ | ۸۰ | ۵۰ | ۱۹۸ | بله | |
| -۲/۹ | ۲۸ | ۷۲ | ۲۱ | ۵۳ | تا حدودی | |
| ۶/۵ | ۵۷ | ۴۳ | ۳۵ | ۲۶ | خیر | |
| ۴/۹۲ | ۲۱ | ۷۹ | ۱۹ | ۷۱ | 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 | ابتدايی | |
| ۲/۵ | ۴۷ | ۵۳ | ۷ | ۸ | سيكل | |
| ۱/۴۵ | ۳۴ | ۶۶ | ۲۸ | ۵۵ | دبيلم | سطح تحصيلات افراد |
| ۸/۹ | ۲۴ | ۷۶ | ۹ | ۲۸ | فوق ديبلم | |
| 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 | دكترا | |
| ۵/۲ | ۲۵ | ۷۵ | ۲۴ | ۷۱ | آزاد | |
| ۸/۵ | ۳۴ | ۶۶ | ۳۷ | ۷۱ | کارمند | |
| ۳/۱ | ۱۹ | ۸۱ | ۵ | ۲۱ | بازنثسته | |
| ۸ | ۲۹ | ۷۱ | ۲ | ۵ | بيكار | |
| ۳/۱ | ۲۵ | ۷۵ | ۱۶ | ۴۹ | دانشجو | |
| برابر | ۵ | ۹۵ | ۱ | ۱۸ | استاد | شغل افراد |
| ۰/۱۷ | ۷۱ | ۲۹ | ۲۹ | ۱۲ | خانه‌دار | |
| ۴/۱ | ۱۴ | ۸۶ | ۱ | ۶ | فرهنگي | |
| ۵/۷ | ۵۳ | ۴۷ | ۸ | ۷ | ساير | |
| ۱/۵ | ۳۶ | ۶۴ | ۲۵ | ۴۴ | 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 | افراد زير ۳۰ سال | سن |
| 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 بالاي ۶۰ سال | |
| ۴/۷ | ۲۸ | ۷۲ | ۹۲ | ۲۴۱ | ۲ و کمتر از ۲ فرزند | |
| ۵/۱ | ۲۸ | ۷۲ | ۱۳ | ۳۴ | ۳ تا ۴ فرزند | تعداد فرزندان |
| -۵ | ۳۳ | ۶۷ | ۱ | ۲ | ۵ و بيش از ۵ فرزند | |
| ۴/۷ | ۲۸ | ۷۲ | ۱۰۶ | ۲۷۷ | جمع کل | |

(نگارندگان)

دارند. با این 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 ارائه شده می‌توانند مدل را شرح دهند. دوربین واتسن مدل هم، نشان دهنده نبود خودهمبستگی است.

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

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

(نگارندگان)

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

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

(نگارندگان)

داده‌های مدل از ۲۷۷ پرسشنامه‌ای گرفته شد که پاسخ‌دهندگان آنها تمایل به خرید خانه تاریخی داشتند. در مدل رگرسیونی پژوهش متغیر وابسته، آخرین قیمت پذیرفته شده 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 ایوبوز 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 شده‌است 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. مشتبث بودن ضریب این متغیر با سطح اطمینان ۹۹ درصد، نشان‌دهنده پرداخت قیمت بالاتری از سوی افراد با مشاغل غیر آزاد همچون کارمند، استاد، فرهنگی و مواردی از این دست است. بازید 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 زیباشتاختی، 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 نظری زیباشتاختی 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 داده شد. براین اساس، پرسشنامه CVM تنظیم گردید و تحلیل و بررسی

داده‌های آن، بیانگر این بود که متوسط تمایل به پرداخت افراد برای خرید خانهٔ 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 رگرسیونی لوجیت، می‌توان به سطح تحصیلات و شغل افراد با سطح اطمینان ۹۹ درصد و بعد 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 خانهٔ 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 حوزهٔ میراث فرهنگی دربارهٔ میزان پرداخت تسهیلات مورد نیاز برای حفاظت از این عناصر ارزشمند باشد که این مسئله سرآغازی برای تدوین سیاست‌های لازم در این حوزه است. از سوی دیگر برآورد میزان منفعت اجتماعی خانه‌های بالارزش تاریخی، شاخصی برای ارزیابی کارآیی 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 انگیزهٔ لازم را برای حفاظت ایجاد کند و به نحوی هزینهٔ فرست حفظ و نگهداری خانه‌های تاریخی را که به واسطهٔ قوانین حفاظت از آثار تاریخی به مالکان تحمیل شده‌است، جبران کند.

پی‌نوشت

- 1- Throsby
 - 2- Thompson and Roberts
 - 3- Kim
 - 4- Changdeok Palace
 - 5- Dutta
 - 6- Prinsep Ghat
 - 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
- گردنہ پرینسپ، یکی از قدیمی‌ترین نقاط تفریحی کلکته هندوستان است که در سال ۱۸۴۱ م. جیمز پرینسپ انگلیسی آن را بنا کرد.

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

مَآخذ و مَنابع

- آجایی، جان آسافو (۱۳۸۵). اقتصاد محیط زیست برای غیر اقتصاددان، ترجمه سیاوش دهقانیان و زکریا فرجزاده، چاپ دوم، مشهد: دانشگاه فردوسی.

- اکبری، نعمت الله؛ شجری، هوشنگ و بیدرام، رسول (۱۳۸۶). برآورد تمایل به پرداخت مصرف کنندگان خودرو برای قیمت بنزین (با استفاده از روش CVM)، نشریه تحقیقات اقتصادی، ۷۹(۳۹-۵۸).

- 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(۲۰۲-۱۸۷).

- ترابسی، دیوید (۱۳۸۲). هفت پرسش درباره اقتصاد میراث فرهنگی، مجموعه جنبه‌های اقتصادی میراث فرهنگی، ترجمه علی اعظم محمد بیگی، ویراست مایکل هاتر وایلد ریز، تهران: امیرکبیر.

- توانایان‌فرد، حسن (۱۳۸۵). فرهنگ تاریخی اقتصاد، چاپ اول، تهران: نشر الکترونیکی و اطلاع‌رسانی جهان رایانه.

- حیاتی، باب الله؛ احسانی، مهدی؛ قهرمان‌زاده، محمد؛ راحلی، حسین و تقی‌زاده، مجید (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت بازدیدکنندگان پارک‌های ائل گلی و مشروطه شهر تبریز: کاربرد روش دو مرحله‌ای هکمن، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی، ج ۲۴، 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(۲)، ۲۲-۲۲.

- 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(۱)، ۱۱۵-۹۳.

- عسگری، علی (۱۳۸۵). اندازه‌گیری غیرقابل اندازه‌گیری‌ها، روش‌های کمی کردن منافع خصایص محیطی در برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، تهران: سمینار ارائه شده در دانشگاه تربیت مدرس، گروه شهرسازی.

- غرایاق زندی، داود (۱۳۷۹). مصالح جمعی یا منافع فردی: رهیافتی بر مباحث اسلامی و غربی، همايش بررسی علل و عوامل تقدم مصالح جمعی بر منافع فردی، نشریه الکترونیک پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران.

- (بازیابی شده در تاریخ ۱۴۰۱/۱/۲۵) <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(۱)، ۱۱۱-۸۹.

- فلیحی، نعمت؛ محمدی، هادی و نصیری، رقیه (۱۳۸۹). بررسی چارچوب نظری ارزش‌گذاری اقتصادی مکان‌های میراثی و تاریخی، مجموعه مقالات نخستین همايش ملی شناخت و معرفی مزیت‌ها و ظرفیت‌های احیا و بهره‌برداری از اماكن 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 وايلد ريزو، تهران: اميركبير.
- محمد مرادی، اصغر و اميركبيريان، آتوسا (۱۳۸۱). **معرفی تعدادی از ابنيه سنتی معماری ايران و تحليلى بر ویژگی‌های فضایی آنها**، تهران: اميركبير.
- مهندسین مشاور آتك-الف (۱۳۸۶). **شناخت بناهای واجد ارزش تاریخی مناطق ۵ و ۶ شهر اصفهان**, اصفهان: معاونت شهرسازی و معماری شهرداری اصفهان.
- مهندسین مشاور آتك-ب (۱۳۸۶). **ساختمان 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 Prisep 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.

پرسش‌نامه
با سمت عالی

شهروند گرامی، این پرسش‌نامه به منظور بررسی نظرات شما برای استفاده در یک پروژه پژوهشی با موضوع برآورد منعطف اجتماعی خانه‌های تاریخی شهر اصفهان، تنظیم شده است. هدف از سوالات مطرح شده در آن، فقط برای آگاهی یافتن از میزان اهمیت خانه‌های بالارزش تاریخی به عنوان میراث فرهنگی این شهر نزد شماست. ارائه نظرات واقعی شما بدون درنظر 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 ۲- سن:

۳- محل سکونت: شهر: خیابان: ۱۴

۴- وضعیت تأهل: مجرد متاهل ۵- میزان تحصیلات: تعداد فرزند:

| | | | |
|---|---------------------------------------|---------------------------------------|---|
| ۶- شغل: آزاد <input type="checkbox"/> | بیکار <input type="checkbox"/> | بازنیسته <input type="checkbox"/> | کارمند <input type="checkbox"/> |
| خانه‌دار <input type="checkbox"/> | سایر <input type="checkbox"/> | فرهنگی <input type="checkbox"/> | دانشآموز <input type="checkbox"/> |
| استاد <input type="checkbox"/> | دانشجو <input type="checkbox"/> | خیر <input type="checkbox"/> | بله <input type="checkbox"/> |

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 <input type="checkbox"/> | بین ۳۰۰۰۰۰ تا ۵۰۰۰۰۰ تومان <input type="checkbox"/> | بین ۵۰۰۰۰۰ تا ۷۵۰۰۰۰ تومان <input type="checkbox"/> | بین ۷۵۰۰۰۰ تا ۱۰۰۰۰۰ تومان <input type="checkbox"/> |
| بین ۱۰۰۰۰۰ تا ۱۵۰۰۰۰ تومان <input type="checkbox"/> | بین ۱۵۰۰۰۰ تا ۲۰۰۰۰۰ تومان <input type="checkbox"/> | بیش از ۲۰۰۰۰۰ <input type="checkbox"/> | |

خانه‌های تاریخی شهر اصفهان، از نمونه‌های میراث فرهنگی این شهر است که آئینهٔ هویت، شیوه زندگی، منش و اعتقادات، دانش و هنر گذشتگان ماست. از آنجایی که این شهر در بستر فرهنگی ایرانیان شکل گرفته است، زندگی در آن حس تعلق و خودمانی بودن را در کنار زیبائی‌های 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 خیر (فرایند پرسش‌نامه ادامه‌یابد)

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

بله خیر (فرایند پرسش‌نامه ادامه‌یابد)

- 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 پلاکِ غیر تاریخی همچوار با آن است.

بله (فرایند پرسشنامه ادامه‌یابد) خیر (فرایند پرسشنامه متوقف می‌شود)

✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۲۰٪ کمتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاکِ غیر تاریخی همچوار با آن است.

بله (فرایند پرسشنامه ادامه‌یابد) خیر (فرایند پرسشنامه متوقف می‌شود)

✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۱۰٪ کمتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاکِ غیر تاریخی همچوار با آن است.

بله (فرایند پرسشنامه ادامه‌یابد) خیر (فرایند پرسشنامه متوقف می‌شود)

✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، برابر قیمت یک متر مربع قطعه پلاکِ غیر تاریخی همچوار با آن است.

بله (فرایند پرسشنامه ادامه‌یابد) خیر (فرایند پرسشنامه متوقف می‌شود)

✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۵٪ بیشتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاکِ غیر تاریخی همچوار با آن است.

بله (فرایند پرسشنامه ادامه‌یابد) خیر (فرایند پرسشنامه متوقف می‌شود)

✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۱۰٪ بیشتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاکِ غیر تاریخی همچوار با آن است.

بله (فرایند پرسشنامه ادامه‌یابد) خیر (فرایند پرسشنامه متوقف می‌شود)

✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۲۰٪ بیشتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاکِ غیر تاریخی همچوار با آن است.

بله (فرایند پرسشنامه ادامه‌یابد) خیر (فرایند پرسشنامه متوقف می‌شود)

✓ قیمت هر متر مربع خانه تاریخی، ۳۰٪ بیشتر از قیمت یک متر مربع قطعه پلاکِ غیر تاریخی همچوار با آن است.

بله (فرایند پرسشنامه ادامه‌یابد) خیر (فرایند پرسشنامه متوقف می‌شود)



Received: 2013/07/08
Accepted: 2014/07/21

Economic Valuation of Historical Houses of Julfa Quarter of Isfahan According to the Concept of Willingness to Pay with the Social Benefit Approach

Rasoul Bidram* Mahmoud Mohammadi** Hajar Naseri Isfahani***

Abstract

Iranian historical houses have been built based on lifestyle, behavior and beliefs, knowledge and art which are based on Islamic-Persian identity. Their conservation is like respecting national identity and recognizing their social benefit is a criterion for the amount of necessary facilities to preserve these valuable elements. Since assessment of the social benefit of any product or service requires economic valuation, the aim of this paper is economic valuation of valuable historical houses for recognizing the amount of their social benefit. This study is an applied research and its methodology is survey research. The case study is Julfa historic quarter. This study aims to answer this question: how much is the economic value of historic houses of Julfa quarter? And which factors do affect citizens' willingness to pay for purchasing historic houses? Hence, economic valuation of historical houses based on the concept of willingness to pay is investigated by contingent valuation method (CVM). The results show that 90% of citizens were interested in historical houses and more than 70% of them said if they were rich, they would buy historical houses in the case study area. Meanwhile, they assessed the value of this area's historical houses 4/7% more than the average value of neighboring non-historical houses. This means that quantized value of the social benefit of historical houses is 4/7% more than their financial value in non-historical conditions. Based on the estimation results of regression models, the family size and career variables have affected the citizens' willingness to pay for the purchase of valuable historical houses.

Keywords: social benefit, economic valuation, willingness to pay, historical house, Julfa quarter of Isfahan

* Assistant Professor, Faculty of Art and Tourism Entrepreneurship, Art University of Isfahan

** Assistant Professor, Faculty of Architecture and Urbanism, Art University of Isfahan

*** MA, Art University of Isfahan