

## تحلیل اثر گذاری عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضای کاربری‌های تجاری در توسعه منطقه ثامن

میترا سیدزاده<sup>۱</sup>

دانشجوی دکتری پردیس بین الملل دانشگاه فردوسی مشهد

محمود هوشمند<sup>۲</sup>

استاد دانشگاه فردوسی مشهد

تاریخ پذیرش ۹۳/۱/۲۶

تاریخ دریافت ۹۲/۱۰/۲۲

### چکیده

سیاستگذاران برای دستیابی به قیمت و مقدار بهینه در بازارهای مختلف، از جمله بازار ساختمان سازی، به تجزیه و تحلیل عرضه و تقاضا می پردازند. در این تحقیق با استفاده از مصاحبه با کارشناسان که از طریق روش گلوله برفی انتخاب شدند، عوامل مؤثر بر تقاضا و عرضه کاربری‌های تجاری منطقه ثامن بر اساس نظریه‌های مطرح و شناسایی شده و مورد بررسی قرار گرفته است. برای تحلیل کیفی نتایج مصاحبه‌ها از روش کد گذاری تئوریک استفاده شد و بر همین اساس پرسشنامه تنظیم گردید. پس از بررسی پایایی پرسشنامه، شدت و مکانیزم تاثیر گذاری این عوامل مشخص گردید تا بتوان با تغییر مؤثرترین متغیرها، به بیشترین تاثیر بر عرضه و یا تقاضای کاربری‌های تجاری و نهایتاً ایجاد تعادل و توسعه در منطقه ثامن دست یافت. نتایج نشان می دهند متغیر زیر ساخت‌های خدماتی بزرگ‌ترین اثر مستقیم را بر تقاضای کاربری واحدهای تجاری دارد و بزرگ‌ترین اثر غیرمستقیم مربوط به متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری و بزرگ‌ترین اثر کل، مربوط به متغیرهای قیمتی است. اما در زمینه عوامل مؤثر بر عرضه کاربری‌های تجاری منطقه ثامن، متغیرهای قیمتی بزرگ‌ترین اثر مستقیم و کل، و متغیرهای سیاست‌های سازمان‌های متولی، بزرگ‌ترین اثر غیرمستقیم را دارند.

---

. نویسنده مسئول: Mitra\_seyedzadeh@yahoo.com،

M-hoshmand@um.ac.ir

**کلید واژه‌ها:** عرضه، تقاضا، کاربری تجاری، منطقه ثامن.

طبقه بندی JEL: O۱۸

## مقدمه

عرضه و تقاضا دو جزء اصلی بازار هستند. تغییرات هر کدام از آنها می‌تواند بازار را از تعادل خارج کرده و یا به آن بازگرداند. قانون عرضه و تقاضا، نخستین بار توسط کورنو در کتابی با عنوان *پژوهش در اصول ریاضی نظریه ثروت* در سال ۱۸۳۸ در فرانسه به چاپ رسید. تجزیه و تحلیل عرضه و تقاضا وسیله موثری برای بررسی عوامل و توصیف چگونگی تعیین قیمت و میزان تولید به شمار می‌رود. شناسایی عوامل موثر بر عرضه و تقاضا، ابزارهایی را در اختیار سیاستگذار قرار می‌دهد تا با کمک آنها قیمت و مقدار کالا را در بازار تغییر دهند و به سمت مقدار دلخواه حرکت نمایند. در بازار ساختمان سازی نیز مانند سایر بازارهای اقتصاد، عرضه و تقاضا نقش تعیین کننده ای در مقدار و قیمت تعادلی دارند. لذا شناسایی عوامل اثرگذار بر عرضه و تقاضای ساختمان از اهمیت خاصی برخوردارند.

از آنجا که دستیابی به تعادل در بازارهای مختلف می‌تواند زیربنای لازم برای دستیابی به توسعه را در کشور فراهم آورند، بررسی عوامل ایجاد کننده تعادل در بازارها از جمله بازار ساختمانی لازم می‌نماید. محدوده مورد مطالعه در این تحقیق، منطقه ثامن در شهر مشهد می‌باشد. با توجه به بررسی های اولیه و نظر کارشناسان این منطقه، عرضه واحدهای تجاری در منطقه ثامن نسبت به شهر مشهد در مقایسه با سالیان گذشته افزایش یافته، در حالی که در مقابل، تقاضا کاهش یافته است. از سوی دیگر تقاضای واحدهای اقامتی در منطقه ثامن بسیار بیشتر از تقاضای واحدهای تجاری است. به نظر کارشناسان دلیل آن، عرضه زیاد واحدهای تجاری و عدم توجه به عامل تقاضا می‌باشد. از این رو پیشنهاد شده است که از طریق عوامل موثر، عرضه و تقاضای واحدهای تجاری تحت تاثیر قرار داده شوند.

بنابراین با وجود عدم تعادل بین عرضه و تقاضای کاربری‌های تجاری منطقه ثامن، سوال اصلی تحقیق اینست که با تاثیر گذاری بر چه عواملی می‌توان این تعادل را برقرار نمود؟ و هدف این

مقاله شناسایی و تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر عرضه و تقاضای کاربری‌های واحدهای تجاری منطقه ثامن در شهر مشهد می‌باشد. سیاستگذاران منطقه ثامن می‌توانند در تصمیم‌گیری‌های آتی و همچنین تعدیل سیاستگذاری‌های پیشین از نتایج تحقیق حاضر استفاده نمایند.

در این تحقیق، با استفاده از روش تحقیق اسنادی، متون مرتبط با موضوع در تمام دنیا و تحقیقات و پایان‌نامه‌های انجام شده در ایران مطالعه شده و روش‌های مورد استفاده در آنها به منظور ارزیابی عرضه و تقاضا مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفته‌اند. سپس روش‌های مختلف بررسی عوامل موثر بر عرضه و تقاضا آسیب‌شناسی شده‌اند. با توجه به شرایط خاص شهر مشهد از یک سو و شرایط خاص تر منطقه ثامن از سوی دیگر انتظار می‌رود عوامل موثر بر عرضه و تقاضا تا حدی متفاوت با عوامل شناسایی شده در مبانی نظری باشند، لذا نباید به نتایج به دست آمده از مطالعات پیشین اکتفا نمود و اتخاذ روشی بهینه برای تعیین عوامل تاثیرگذار الزامی به نظر می‌رسد. بر همین اساس، ابتدا فهرستی از صاحب‌نظران و متخصصان در زمینه بافت پیرامون حرم مطهر امام رضا(ع) انتخاب شده و مصاحبه کیفی با کلیه اعضا صورت پذیرفته است. سپس متغیرهای استخراج شده از مصاحبه‌ها با متغیرهای استخراج شده از مبانی نظری مورد قیاس قرار گرفته‌اند و فهرست نهایی متغیرهای اثرگذار بر عرضه و تقاضای واحدهای تجاری تهیه شده است. در مرحله بعد، بر اساس متغیرهای اثرگذار، پرسشنامه‌ای که اثرگذاری عوامل مختلف بر عرضه و تقاضای واحدهای تجاری در منطقه ثامن را مورد پرسش قرار می‌دهد، تهیه و بر حسب مورد سنجش، در سطح منطقه ثامن توزیع گردیده است. سپس پرسشنامه‌ها با استفاده از روش‌های آماری مورد تحلیل قرار گرفته و نتایج، میزان اثرگذاری هر یک از عوامل را نشان می‌دهند.

### پیشینه تحقیق

مطالعات انجام شده پیشین در زمینه برآورد عرضه و تقاضای کاربری‌های عملکردی عموماً معطوف به کاربری مسکونی است و در زمینه برآورد عرضه و تقاضای کاربری‌های تجاری مطالعه چندانی انجام نشده است.

R. Muth (۱۹۷۳)، در پژوهشی با عنوان "تقاضا برای هر نوع مسکن" با ارائه الگویی که به نام خود وی معروف شد، تقاضای مسکن را به دست آورد. او به این نتیجه رسید که شکاف بین

موجودی واقعی مسکن و موجودی مطلوب آن طی یکسال بر اثر عوامل متعددی نظیر افزایش درآمد خانوارها، کاهش نرخ بهره و مالیات‌ها یا کاهش تسهیلات بانکی ایجاد می‌شود و در کوتاه مدت تقاضای قیمتی مسکن کم‌کشش است. او همچنین عواملی مانند شرایط وام دهی و تغییر در مقیاس خانه سازی و برخی عوامل دیگر در طرف عرضه را در کندی تعدیل بین شکاف موجود و میزان مطلوب مؤثر دانسته است. J. R. Kearl (۱۹۷۹)، درآمد دائمی و عواملی نظیر سن و شغل افراد را بر تقاضای مسکن مؤثر شمرده است. همچنین الگوی وی کاملاً متأثر از مفهوم درآمد دائمی فریدمن بوده است. Olsen (۱۹۸۹) با روشی کاملاً خرد محور، به دست آوردن تابع تقاضای مسکن را بر پایه مطلوبیت و حداکثر کردن آن را با توجه به یک قید ویژه انجام داده است، از نظر وی مطلوبیت مصرف کننده تابعی از مقادیر مختلف مصرف خدمات مسکن و سایر کالاها و خدمات در طول زندگی فرد است. Lodhi and Pasha (۱۹۹۱)، با مطالعه بافت فرسوده و بافت جدید شهر کراچی به بررسی خصوصیات ساختاری تقاضای مسکن پرداخته‌اند و با استفاده از تابع هدانیک، به این نتیجه رسیده است که میزان تحصیلات اثر مثبت بر روی مخارج مسکن داشته است. کمبود خدمات شهری نیز یکی از دلایل کمی میل به استفاده از مسکن در این مناطق بوده است. Arima (۱۹۹۲)، به بررسی ساختار تقاضای مسکن در شهر ایپادان پرداخته است. بر اساس یافته‌های تحقیق، تغییر در بعد خانوار و میزان تحصیلات سرپرست خانوار اثر معنی داری بر تقاضای مسکن دارد. Pasha and Butt (۱۹۹۶)، با استفاده از روش دو مرحله‌ای رزن، تقاضا برای خصوصیات مسکن در کشور پاکستان را مطالعه کرده‌اند. نتیجه تحقیق حاکی از پایین بودن کشش‌های درآمدی بوده و مقدار آن برای متغیرهای کیفی بیشتر از متغیرهای کمی شده است و کشش‌های قیمتی و متقاطع برآورد شده، به طور نسبی بالا بوده‌اند. Tiwari and Parikh (۱۹۹۸)، به بررسی تقاضا و سیاست‌گذاری در بخش مسکن مناطق شهری هند پرداخته‌اند. آنها پس از برآورد قیمت هدانیک با روش Rozen (۱۹۷۴) تقاضای مسکن را تخمین زدند.

در ایران نیز مطالعات ارزشمندی در این حوزه انجام شده است که از آن جمله می‌توان به تحقیقات ذیل اشاره نمود. Abedian and masoomian (۱۹۸۵)، به شناسایی طرف تقاضای بازار مسکن شهری و تعیین اهمیت هر یک از عوامل مؤثر بر قیمت بازار واحدهای مسکونی شهر تهران پرداختند و نشان می‌دهند که متغیرهای تعیین کننده قیمت، اولاً با توجه به نوع واحد مسکونی متفاوت است و ثانیاً، نواحی مختلف تهران آثار گوناگونی روی قیمت مسکن دارد. sangabi

(۱۹۹۰) تقاضای مسکن شهری در ایران را بر اساس داده‌های مقطعی و با الهام از مدل موث و اولسن برآورد کرده است. در نتایج تحقیق وی حساسیت بالای تقاضای واحدهای مسکونی بر حسب زیر بنا نسبت به تغییرات قیمت و درآمد، تأیید شده است. Abedian (۱۹۹۱) در پژوهشی دیگر تابع هدانیک در شهرهای کوچک ایران را تخمین می زند. نتایج نشان داده اند که در شهرهای نمونه، مساحت و زیربنای ساختمان نقش مهمی در قیمت ساختمان دارد و ضریب کشش متغیرهای مؤثر بر قیمت واحدهای مسکونی کوچکتر از یک است. Montazeri (۱۹۹۲)، نیز به برآورد تابع تقاضای مسکن شهری در استان یزد پرداخته است که متغیر وابسته را تعداد موجودی مسکن و متغیرهای مستقل را به ترتیب قیمت واحد مسکونی، شاخص بهای کالاهای مصرفی، درآمد خانوار شهری، نرخ بهره وام بانکی، میزان ازدواج و میزان جمعیت شهری در نظر گرفته است. نتایج به دست آمده، معنی داری متغیرهای یاد شده در توصیف تقاضای مسکن یزد را تأیید کرده است. Abunoori and Vakil kandi (۲۰۰۲)، در مطالعه ای خود تابع تقاضای مسکن را با استفاده از مدل هدانیک برای شهرستان ساری برآورد نموده اند. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که مهم ترین ویژگی های واحدهای مسکونی به ترتیب عبارتند از: سطح زیر بنا، مساحت زمین، تعداد اتاق، فاصله از خیابان اصلی و فاصله از مرکز شهر. Ghaderi (۲۰۰۳)، نیز تقاضای مسکن در مناطق شهری ایران را برآورد نموده است. یافته ها نشان دهنده اثر مثبت متغیرهای درآمدهای دائمی، جاری و موقتی، تاهل، سن، سرپرست، درآمد بدون کار، باسوادی سرپرست و تعداد افراد باسواد خانوار و اثر منفی اجاره هر متر مربع واحد مسکونی، بعد خانوار و تعداد افراد دارای درآمد خانوار روی تقاضای مسکن ملکی و استیجاری می باشد. کشش درآمدی تقاضا برای مسکن کمتر از یک است که این مقدار کشش، حکایت از ضروری بودن کالا دارد. Asnoashari and Farhanian (۲۰۰۷)، در مطالعه خود ضمن تبیین عوامل مؤثر بر تقاضای مسکن در ایران، روابط این متغیرها با یکدیگر را مورد شناسایی و ارزیابی قرار داده اند. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که مسکن در هر قیمتی مورد تقاضا بوده و علت عمده تکانه های بخش مسکن، ضعف در سمت عرضه است. Khoshakhlagh and others (۲۰۰۸)، با استفاده از اطلاعات مقطعی، تابع قیمت هدانیک و توابع تقاضای مسکونی در خمینی شهر را به صورت خطی لگاریتمی برآورد کرده و دریافته است که مسافت واحد مسکونی تا مرکز شهر بر قیمت واحد مسکونی اثر منفی داشته و کشش درآمدی واحد مسکونی تا مرکز شهر معادل ۰,۱۲- است. وزارت امور

اقتصادی و دارایی در "گزارش مشروح فعالیت‌های بخش خصوصی"، تقاضای مسکن را تابعی از قیمت مسکن، قیمت سایر کالاها (مکمل مسکن)، نرخ بهره، درآمد خانوار و بردار مشخصات رئیس خانوار در نظر گرفته و به این نتیجه دست یافته است که مسکن از نظر قیمتی کالایی کم کشش و از نظر درآمدی کالایی لوکس است. Hasani sadrabad and Moshfegh (۲۰۱۱)، تاثیر و اهمیت مسکن و نقش آن در اقتصاد کشور را در مناطق شهری استان تهران بررسی کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهند که روابط علیت بین متغیرهای قیمت مسکن، تسهیلات بانکی، تعداد خانوارها و درآمد خانوارها با تقاضای مسکن برقرار است. Rahimpoor and Ghahani (۲۰۱۱)، عوامل اثرگذار بر تقاضای واحدهای مسکونی را به دو دسته عوامل قیمتی و غیر قیمتی تقسیم نموده‌اند. از نظر آنها مهمترین عامل موثر بر تقاضا، بعد از قیمت واحدهای ساختمانی، درآمد تقاضاکنندگان می‌باشد.

## مواد و روش

### روش تحقیق

جهت انجام این تحقیق از روش‌های متنوعی کمک گرفته شده است که در این بخش به آنها اشاره می‌شود. جهت شناسایی عوامل موثر بر عرضه و تقاضای واحدهای ساختمانی از روش اسنادی استفاده شده و متون مرتبط با موضوع و تحقیقات و پایان نامه‌ها بررسی شده‌اند. سپس برای تطبیق عوامل شناسایی شده با عوامل اثرگذار بر عرضه و تقاضای واحدهای تجاری در منطقه ثامن، از روش مصاحبه با خبرگان کمک گرفته شده و نتایج حاصل از مصاحبه از طریق کدگذاری تئوریک تجزیه و تحلیل شده‌اند. در ادامه، برای تجزیه و تحلیل جوانب عرضه و تقاضای واحدهای تجاری در منطقه ثامن، سوالات و فرضیات تحقیق براساس متغیرهای اثرگذار استخراج شده، تدوین گشته و پس از تعیین جامعه و نمونه آماری، توسط پرسشنامه‌های طراحی شده مورد آزمون قرار گرفته‌اند. برای یافتن پاسخ سئوالات مطرح شده، ابتدا بین متغیر وابسته (تقاضا و عرضه کاربری‌های تجاری منطقه ثامن) و متغیرهای مستقل دو مدل رگرسیون برآزش شده است. سپس جهت رسم نمودار تحلیل مسیر از برآورد پارامترهای استاندارد شده معنی‌دار استفاده گردیده است و از طریق آن می‌توان اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل و وابسته را ملاحظه نمود.

### مبانی نظری

در این بخش با استفاده از روش تحقیق اسنادی، متون مرتبط با موضوع و تحقیقات و پایان نامه‌های انجام شده بررسی گردیده است و روش‌های مورد استفاده در آنها به منظور ارزیابی عرضه و تقاضا مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و متغیرهای موثر بر عرضه و تقاضای ساختمانی استخراج گردیده است. این بخش از این جهت حائز اهمیت است که نشان می‌دهد تا چه حد نظریات مطروحه در اقتصاد در دنیای واقع پاسخگو بوده اند.

از روش‌های معمول بررسی تقاضای کاربری‌های عملکردی روش مبتنی بر نیاز است در این روش برای هر کاربری عملکردی ابتدا تعداد تقاضا کنندگان را با تعداد ساختمان موجود با همان کاربری مقایسه و بر اساس استاندارد معینی، کمبود برآورد می‌شود. سپس با اعمال میزان رشد جمعیت و افزودن آن به ساختمان‌هایی با همان کاربری عملکردی که به دلیل استهلاک یا پایین بودن کیفیت در سال‌های آتی از رده خارج خواهند شد، تعداد ساختمان با کاربری عملکردی خاص که باید ظرف مدت معین ساخته شود، محاسبه می‌شود. Poormohamadi (۲۰۰۶)، مدل لجستیک روشی برای برآورد تقاضای کاربری عملکردی در یک شهر است. این روش براساس روند گذشته به پیش بینی آینده کاربری عملکردی مبادرت می‌کند (Rafiee, ۱۹۹۲).

روش برآورد تقاضای کاربری‌های عملکردی بر اساس درآمد، بر اساس میزان درآمد می‌توان تعیین کرد که هر گروه تقاضا کننده از نظر مقدار درآمد و سرمایه چه مقدار زیربنا و زمین با کاربری‌های عملکردی را می‌تواند در اختیار داشته باشند. اما در روش برآورد تقاضای کاربری عملکردی بر اساس اشتغال، با توجه به نوع شغل و یا صنف تا حدودی سطح درآمد، سطح سواد، نوع فرهنگ و در مجموع منزلت اجتماعی افراد را می‌یابند و بر اساس آن چشم انداز درآمد و قدرت اقتصادی تقاضا کنندگان در آینده ترسیم می‌گردد. روش دیگر بر اساس نرخ رشد فعالان در صنوف مختلف است که صنوف، تقاضا کنندگان کاربری عملکردی و نرخ رشد فعالان در این صنوف در سالهای گذشته را می‌یابد و سناریوهای مختلف مورد بررسی قرار می‌گیرند (Poormohamadi, ۲۰۰۶).

روش تجمعی عموماً برای کاربری مسکونی مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای پیش بینی واحد‌های مسکونی مورد نیاز ناشی از افزایش جمعیت، جمعیت پیش بینی شده را به بعد خانوار تقسیم، سپس تعداد خانوارهای پیش بینی شده بدست می‌آید و در نهایت تعداد مسکن مورد نیاز برآورد

می‌گردد. Ziari (۱۹۹۸)، روش نرخ سرپرست خانوار نیز یکی از روش‌هایی است که عمدتاً در مورد کاربری‌های مسکونی کاربرد دارد، که در آن جمعیت سال پایه را محاسبه و بعد جمعیت را بر اساس سن، جنس و وضعیت زناشویی پیش‌بینی و تقسیم‌بندی می‌کنیم. سپس در هر گروه نرخ‌های سرپرست خانوار را محاسبه و با جمع کردن تعداد آن‌ها در هر گروه، تعداد خانوارها و واحدهای مسکونی مورد نیاز آن‌ها برآورد می‌شود. بر اساس تابع تقاضای سنتی، مسکن به‌عنوان یک کالای همگن فرض شده و با حداکثرکردن تابع مطلوبیت تقاضاکننده براساس قید بودجه برحسب مسکن و سایر کالاها برآورد می‌گردد. بر خلاف این روش در برآورد تقاضای کاربری عملکردی بر اساس تابع قیمت هدانیک، مسکن به‌عنوان یک کالای چند بعدی تصور و سعی شده است تا برآورد تابع تقاضای مسکن بر اساس برآورد تقاضا برای هر یک از ویژگی‌های آن صورت گیرد. این مدل براساس کارهای نظری Lancaster (۱۹۹۶) و Rosen (۱۹۷۴) معرفی گشته است. تابع قیمت هدانیک عبارت از رگرسیون قیمت مشاهده شده یک کالا بر اساس صفات کیفی آن کالا می‌باشد.

مدل‌های جاذبه عموماً در کاربری‌های تجاری کاربرد دارند و به بررسی نحوه تخصیص مشتریان موجود در یک مرکز جمعیتی برای خرید به مجتمع‌های تجاری مختلف می‌پردازند. در این روش تأکید بر جریان‌های بالقوه بین مراکز است Rosen (۱۹۹۸). مدل لاری نیز عموماً در کاربری‌های تجاری کاربرد دارد و به برآورد میزان مشتریان واحدها و مجتمع‌های تجاری براساس شاخصه‌های سفر می‌پردازد. فعالیت‌های اقتصادی، جمعیت و کاربری اراضی شهری شاخصه‌های اصلی این مدل اند و کاربرد مدل به اطلاعاتی در رابطه با جمعیت، جمعیت شاغل، شاغلان در بخش اقتصاد پایه، بخش خدمات و صنعت نیاز دارد (Poormohamadi, ۲۰۰۶).

مدل سنجی فضایی در ادامه روش‌های کمی و مقداری برای مطالعات مختلف اقتصادی بوجود آمده است. منتها این تکنیک مدعی است که دارای قابلیت و کاربرد بهتری نسبت به اقتصاد سنجی مرسوم در مطالعات مکانی و منطقه‌ای است. بر اساس این روش می‌توان فاصله هر نقطه در فضا را از نقطه دیگر تعیین نمود (Asgari and Akbari, ۲۰۰۱).

از طریق بررسی برخی تئوری‌های عمومی تقاضا و همچنین تئوریها و مدل‌های تقاضای ساختمان با کاربری‌های عملکردی، متغیرهای مورد استفاده برای تخمین تقاضای کاربری عملکردی بدست آمده که عبارتند از ثروت تقاضاکننده، بازده واقعی سایر داراییها، بازدهی



واقعی دارایی، نرخ بهره اسمی وام‌ها، درآمد تقاضا کننده، میزان دسترسی به اعتبارات، قیمت کاربری عملکردی، قیمت انتظاری کاربری عملکردی، نرخ بازگشت سرمایه، شاخص سطح عمومی قیمت‌ها.

در این قسمت نظریات موجود در خصوص عرضه ساختمان مطرح گردیده و متغیرهای مورد استفاده در این مطالعات مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. از آنجاییکه عرضه ساختمان نیز مانند عرضه هر کالای دیگری از تئوری‌های پایه‌ای عرضه تبعیت می‌کند، برخی از نظریات بیان شده، نظریات پایه‌ای عرضه هستند که قابلیت تعمیم به عرضه ساختمان برای آنها وجود دارد.

در نظریه Lucas (۱۹۶۷) تولیدکنندگان ساختمان با کاربری عملکردی را به‌عنوان بنگاه در نظر می‌گیرد. سپس تابع تولید و یا عرضه آنها را مشابه با تابع تولید و عرضه هر بنگاه دیگر بدست می‌آورد. لوکاس در ابتدا نظریه بنگاه را که همه نهاده‌ها را متغیر فرض می‌کند بررسی کرده و سپس به اصلاح آن می‌پردازد. در نظریه عرضه Smith (۱۹۷۶)، به دلیل سهم جزئی ساختمان سازی جاری از کل موجودی ساختمان، اسمیت مدل جریان موجودی را در نظر گرفته است. فرضی که در نظر می‌گیرد این است که در هر زمان قیمت ساختمان و تعداد ساختمان‌های خالی را رابطه موجودی ساختمان و تقاضای ساختمان تعیین می‌کند. قیمت و تعداد ساختمان‌های خالی را عامل تعیین کننده در تصمیم‌گیری ساختمان سازی و تامین مالی هزینه باهدف کسب سود می‌داند. Shokoohinejad (۲۰۰۴) در مطالعه ای با پایه نظری بر اساس مدل اسمیت عرضه کاربری عملکردی را برآورد نموده است. وجه تشابه این مدل با مدل اسمیت در به کارگیری هزینه‌های ساخت و اعتبارات بانکی و قیمت می‌باشد که از جمله عوامل مهم و تعیین کننده در نظر گرفته شده‌اند. اما در استفاده از این متغیرها و تعاریف آنها تفاوت‌هایی وجود دارد.

در اواخر دهه ۸۰ مدل پویای عرضه ساختمان طراحی شد. بر اساس این مدل پویایی عرضه واحدهای ساختمانی جدید مستلزم این است که عرضه عوامل تولید آن بخش را نیز پویا در نظر گرفت که مسئله را پیچیده می‌کند. برای حل این مسئله، آنها در مدل خود نه تنها هزینه نهایی و کل را تابع سطح تولید واحدهای جدید (سرمایه‌گذاری) می‌دانند بلکه نرخ تغییرات تولید را نیز بر آن موثر می‌دانند.

طبق نظر، Eisner (۱۹۷۶) رفتار سرمایه‌گذاری از مقادیر جاری تولید (فروش) تبعیت نکرده و به جای آن سرمایه‌گذار به رفتار تقاضا کنندگان در گذشته و رابطه این تقاضا با ظرفیت تولید موجود

توجه خواهد داشت. شرایط اقتصادی و ساختار اقتصادی هر کشور تعیین کننده این است که تا چند دوره قبل تقاضا بر سرمایه گذاری زمان حال اثر می گذارد. بر اساس این نظریه نرخ های تغییر در تقاضا برای چند دوره زمانی که بیانگر تغییرات دائمی هستند بر مخارج سرمایه گذاری موثر است. از آنجایی که تصمیمات سرمایه گذاری در فواصل معینی انجام می شود و مستمر نیست و همچنین به این دلیل که با فرض آنکه تقاضای ساختمان در طول زمان جاری با افزایش جمعیت، افزایش سطح در آمد، تغییر سلیقه و ... افزایش می یابد. بخش ساختمان به سرعت نمی تواند جوابگو باشد. لذا تنها سهمی از سرمایه گذاری انجام شده در طول این دوره مربوط به تقاضای این دوره است و مسلماً سهمی از آن در دوره های آینده پاسخ داده می شود.

در برخی مقالات عرضه ساختمان از دو جهت بررسی شده است. عرضه موجودی ساختمان و عرضه واحدهای تولید شده جدید. متغیرهایی که عرضه ساختمان را تحت تاثیر قرار می دهند شامل قیمت ساختمان، هزینه ساخت واحد ساختمانی، قیمت زمین، قیمت مصالح ساختمانی، دستمزد نیروی انسانی، اعتبارات ساختمان و عرضه مصالح ساختمانی می باشند. با توجه به اینکه آماری در خصوص موجودی ساختمان ایران در دسترس نیست، در مدل وزارت اقتصاد و دارایی ایران، عرضه ساختمان را براساس عرضه واحدهای تولید شده (جدید الاحداث) لحاظ نموده است.

به طور کلی متغیرهای اثرگذار بر عرضه واحدهای ساختمانی، بر حسب مطالعات مختلف عبارتند از: قیمت ساختمان، زمین و مصالح ساختمانی، دستمزد نیروی انسانی، قیمت سرمایه (قیمت وام)، تعداد ساختمان های خالی، میزان و دسترسی به اعتبارات خصوصی و دولتی، عرضه عوامل تولید، ارزش افزوده بخش ساختمان، مالیاتها و عوارض.

### الگوی تحقیق

در یک جمع بندی کلی متغیرهای اثرگذار بر عرضه و تقاضای واحدهای ساختمانی با کاربری عملکردی مستخرج از مبانی نظری و ادبیات موضوع را می توان به صورت زیر عنوان نمود: همان طور که پیشتر نیز عنوان شد، از آنجایی که هدف مطالعه حاضر شناسایی عوامل اثرگذار بر عرضه و تقاضای واحدهای تجاری منطقه ثامن می باشد، لازم است علاوه بر جدول فوق، عوامل خاص اثرگذار بر عرضه و تقاضای این واحدها نیز احصاء گردند، که در این رابطه از مصاحبه با

نخبگان و صاحب نظران بهره گرفته شده است. مصاحبه به عنوان ابزار گردآوری داده‌ها، امکان برقراری تماس مستقیم با مصاحبه شونده را فراهم می آورد و با کمک آن می توان به ارزیابی عمیق تر ادراک ها، نگرش ها، علایق و آرزوهای آزمودنی ها پرداخت. روش انتخابی برای انجام مصاحبه ها در این تحقیق، روش مصاحبه با متخصصان می باشد. در این نوع مصاحبه به مصاحبه شونده نه به عنوان یک شخص، بلکه به قابلیتش به عنوان یک متخصص در یک حوزه خاص توجه می شود. متخصصان نه به عنوان یک مورد منفرد بلکه به منزله نمایندگان یک گروه (از متخصصان خاص) در نمونه گنجانده می شوند.

جدول ۱ - متغیرهای اثرگذار بر عرضه و تقاضای واحدهای ساختمانی با کاربری عملکردی

عوامل اثرگذار بر تقاضای واحدهای ساختمانی با کاربری عملکردی	عوامل اثرگذار بر عرضه واحدهای ساختمانی با کاربری عملکردی
قیمت کاربری عملکردی ثروت تقاضا کننده بازده واقعی سایر داراییها (سایر بازارها) اجاره یا درآمد دارایی افزایش ارزش دارایی طی زمان استهلاک مالیات شاخص سطح عمومی قیمت‌ها نرخ بهره اسمی وام‌ها درآمد تقاضا کننده میزان دسترسی به اعتبارات قیمت انتظاری کاربری عملکردی نرخ بازگشت سرمایه	قیمت کاربری عملکردی قیمت زمین قیمت مصالح ساختمانی دستمزد نیروی انسانی قیمت سرمایه (قیمت وام) تعداد ساختمان‌های خالی میزان و دسترسی به اعتبارات بخش خصوصی و دولتی عرضه عوامل تولید ارزش افزوده بخش ساختمان مالیات‌ها و عوارض

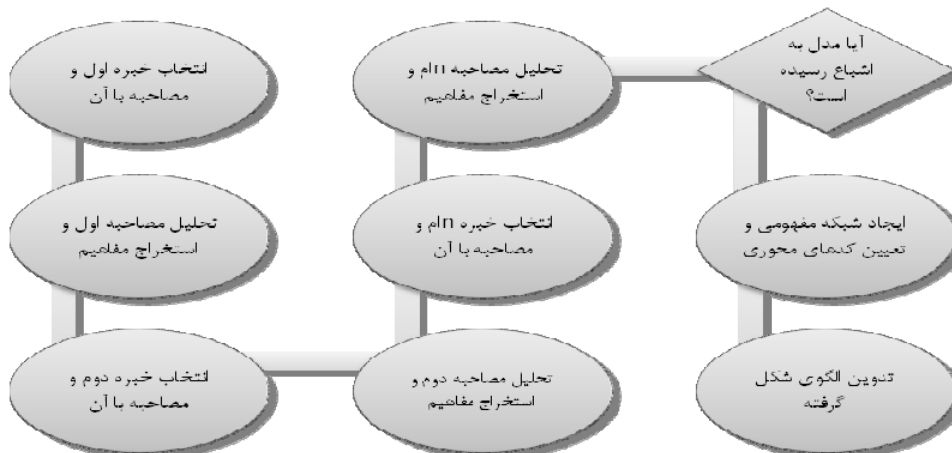
منبع: بررسی مطالعات ادبیات موضوع

به منظور مصاحبه، در ابتدا ۲۰ نفر از متخصصان و نخبگان آشنا با مسائل شهر مشهد و منطقه ثامن بر اساس روش گلوله برفی انتخاب گردیدند که ترکیب مصاحبه شونده‌گان عبارتست از: ۶ نفر از مدیران ارشد شهرداری منطقه ثامن، ۲ نفر از مدیران ارشد قطعات های مختلف در ثامن، ۲ نفر از کارشناسان شرکت مهندسان مشاور شهرساز و معمار طاش، ۴ نفر از مدیران پروژه های در حال

ساخت در ثامن، ۳ نفر از مدیران شرکت های مطرح ساختمانی در مشهد و ۳ نفر از مدیران ارشد شهری.

در مورد این شیوه گردآوری اطلاعات بایستی اظهار کرد که مصاحبه دارای محیطی بسیار واکنشی است و دارای تعصباتی از طرف مصاحبه گر و مصاحبه شونده است که روایی را تحت تأثیر قرار می دهد. از این رو تنها با طرح سوال اصلی تحقیق به عنوان سوال باز سعی شد تا از نظرات ایشان در تبیین فرضیه ها و طراحی سوالات پرسشنامه استفاده شود.

به منظور تجزیه و تحلیل داده های کیفی این پژوهش (نتایج حاصل از مصاحبه با خبرگان)، از روش کدگذاری تئوریک استفاده شده است. کدگذاری به فرآیندی از تحلیل اشاره دارد که از خلال آن مفاهیم تشخیص داده شده، ابعاد و خصوصیات آن در داده ها کشف می گردند. پروسه تحلیل داده های بدست آمده از مصاحبه با خبرگان در دو مرحله صورت گرفته است. این مراحل به ترتیب، کدگذاری باز و کدگذاری محوری هستند که در جدول (۴) آورده شده اند. کدگذاری باز به آن بخش از کار اطلاق می شود که به طبقه بندی کردن پدیده ها از یادداشت های کوتاه پرداخته می شود که نتیجه ی نهایی آن، نام نهادن و طبقه بندی کردن مفاهیم است. پس از این مرحله مفاهیم بدست آمده از کدگذاری باز به هم مربوط می شوند. این مرحله را کدگذاری محوری می نامند. فرآیند گردآوری و تجزیه و تحلیل داده های کیفی (نتایج حاصله از مصاحبه با خبرگان) در نمودار (۱) آورده شده است.



نمودار ۱- فرآیند گردآوری و تجزیه و تحلیل داده های کیفی (نتایج حاصله از مصاحبه با خبرگان)

جدول ۲: کدگذاری داده‌های کیفی

کدگذاری محوری (Axial Coding)	کدگذاری باز (Open Coding)	ردیف
متغیرهای کلان اقتصادی	سود توریستی مستغلات	۱-۱
	اثرگذاری سیاست‌های کلان اقتصادی	۲-۱
	سودآور بودن سایر بخش‌های جایگزین بخش صنعت ساختمان	۳-۱
	همکاری بانک‌ها برای ارائه تسهیلات برای ساخت واحدها	۴-۱
سیاست‌های سازمان‌های متولی	نامناسب بودن برنامه‌ریزی تملک و خرید در منطقه	۱-۲
	لزوم کاهش بروکراسی اداری	۲-۲
	مشکل‌ساز بودن مدیریت بافت	۳-۲
	لزوم تغییر نگاه راهبردی از توسعه تجاری خطی به مجتمع تجاری در مشهد	۴-۲
	همسو سازی سیاست‌های شهرداری مناطق نزدیک با منطقه ثامن	۵-۲
	وجود نهادی به‌منظور هماهنگ کردن سیاست‌های کلی در سطح شهر	۶-۲
	لزوم تعریف دقیق مشوق‌ها برای سرمایه‌گذاران	۷-۲
	لزوم تعریف مشوق‌ها بر اساس سرعت انجام پروژه	۸-۲
	لزوم بکاربردن مکانیزم‌های تشویقی به‌منظور افزایش عرضه	۹-۲
	لزوم تعیین مشوق‌های احتمالی قبل از صدور پروانه ساخت	۱۰-۲
	لزوم انجام تبلیغات گسترده جهت جذب زائران خارجی	۱۱-۲
	لزوم افزایش تبلیغات برای جذب ترکیب‌های مختلف از زائران	۱۲-۲

	بسترسازی جهت جذب گردشگران مسلمان و غیر مسلمان	۱۳-۲	
	اثر خارجی منفی تجاری‌های خطی	۱۴-۲	
	ایجاد اطمینان در سرمایه‌گذاران به‌منظور ورود آنها به بازار	۱۵-۲	
متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدها	در ساخت پروژه‌ها به زائران کم درآمد بیشتر توجه شود	۱-۳	۳
	داشتن برنامه مشخص برای اوقات غیر زیارتی زائر	۲-۳	
	در نظر گرفتن قشر کم‌درآمدتر در مدل‌سازی‌ها	۳-۳	
	لزوم توجه به سلايق زائرین با درآمدهای بالاتر به‌لحاظ ارائه خدمات	۴-۳	
	محور قرار دادن رائران و نیازهای آنها در مطالعات	۵-۳	
	لزوم انجام مطالعات شناخت ملیتی زائرین	۶-۳	
	کاهش تقاضا واحدهای تجاری به دلیل کم شدن ماندگاری زائرین	۷-۳	
	عدم توجه به سودآور کردن فعالیت در هر واحد در تدوین استراتژی‌های تأمین	۸-۳	
	مزیت داشتن واحدهای تجاری در مقیاس فروش	۹-۳	
	بالا بودن توجه اقتصادی واحدهای تجاری	۱۰-۳	
	رشد تقاضای مورد نیاز در صورت بالا رفتن سرعت تکمیل سایر پروژه‌ها	۱۱-۳	
	لزوم توجه به بعد زمان برای ایجاد تقاضا	۱۲-۳	
تاثیرگذاری رونق و رکود سایر مناطق شهری بر عرضه و تقاضای منطقه	۱۳-۳		

	برقراری توان رقابت با واحدهای اقامتی خارج از بافت	۱۴-۳	
	زمان بر بودن تملک	۱۵-۳	
	کوتاه بودن دوره بازگشت سرمایه واحدهای تجاری	۱۶-۳	
	پایین بودن هزینه‌های ساخت در واحدهای تجاری	۱۷-۳	
	حاکمیت روابط بر ضوابط در اجرای برنامه‌های عملیاتی ثامن	۱۸-۳	
	بالا رفتن سن زائرین	۱۹-۳	
زیرساخت‌های خدماتی	لزوم ایجاد فضاهای مناسب جهت جذب ترکیبی از زائران با درآمدهای مختلف	۱-۴	۴
	لزوم برقراری مدیریت یکپارچه گردشگری	۲-۴	
	افزایش تقاضا با توجه به ظرفیت‌های موجود	۳-۴	
	لزوم شناخت نیازهای زائرین و ارائه خدمات به آنها	۴-۴	
	عملکرد نامناسب خدمات شهری (مساله ترافیک، مبلمان شهری و ...) در منطقه ثامن	۵-۴	
	ارائه خدمات به زائران در ازاء مشارکت آنها در ساخت واحدهای تجاری	۶-۴	
	لزوم ایجاد زیرساخت‌های اولیه بر حسب نیازهای زائران	۷-۴	
قیمتی	کاهش تقاضا برای واحدهای تجاری به دلیل افزایش قیمت آن	۱-۵	۵
	وجود تقاضای کاذب برای واحدهای تجاری به منظور کسب سود در آینده	۲-۵	
تناسب پروژه‌ها با خواست و نیاز بهره‌برداران و خریداران	لزوم در نظر گرفتن نیازهای اولیه کسبه موجود و تعداد آنها در طرح	۱-۶	۶
	جمع‌آوری سرمایه‌های خرد مردم با کاهش مترایزهای فروش	۲-۶	

	لزوم نوآوری در طراحی واحدهای تجاری	۳-۶	
	لزوم بکاربردن نوآوری در ساخت احداث واحدهای تجاری	۴-۶	
	لزوم ساخت واحدهای تجاری با نوآوری و کیفیت بالا به منظور رقابت با واحدهای خارج از بافت	۵-۶	
	لزوم بکارگیری کلیه روش‌های امکان‌پذیر به منظور فروش واحدهای تجاری	۶-۶	
	تجربیات موفق سایر کشورها در خصوص مجتمع بودن واحدهای تجاری	۷-۶	
	لزوم توجه به صنوف و بهره‌برداران	۸-۶	
	قیمت عوامل تولید	بالا بودن قیمت پروانه‌ها و نقدی بودن آن.	
افزایش قیمت مصالح ساختمانی		۲-۷	
لزوم کاهش یافتن قیمت زمین		۳-۷	
کاهش عوارض پروانه به منظور کاهش فشار		۴-۷	
حجم سرمایه	توجه به تجربه سایر کشورها	۱-۸	۸
	لزوم ایجاد فضای مناسب جهت افزایش مشارکت مردم در طرح از طریق تعاونی‌های محلی	۲-۸	
	بالا بودن هزینه‌های تامین مالی	۳-۸	

منبع: نتایج حاصل از مصاحبه

پس از تطبیق و مقایسه متغیرهای موجود در مبانی نظری و متغیرهای بدست آمده از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها، عوامل نهایی اثرگذار بر عرضه و تقاضای واحدهای تجاری منطقه ثامن در شهر مشهد شناسایی گردیده اند و به منظور تدوین پرسشنامه، عوامل اثرگذار، در دسته‌های زیر تقسیم بندی شده اند.

**عوامل اثرگذار بر تقاضای واحدهای تجاری منطقه ثامن:** متغیرهای کلان، متغیرهای سیاستی سازمان‌های متولی، متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری، متغیرهای



قیمتی، متغیر زیرساخت‌های خدماتی، متغیر تناسب پروژه‌ها با خواست و نیاز بهره‌برداران و خریداران.

عوامل اثرگذار بر عرضه واحدهای تجاری منطقه ثامن: متغیرهای کلان، متغیرهای سیاستی سازمان‌های متولی، متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری، متغیرهای قیمتی، متغیر حجم سرمایه، متغیر قیمت عوامل تولید.

در ادامه، جوانب عرضه و تقاضای واحدهای تجاری در منطقه ثامن تجزیه و تحلیل قرار خواهند گرفت. برای این منظور سوالات و فرضیات تحقیق براساس متغیرهای اثرگذار استخراج شده فوق، تدوین گشته و پس از تعیین جامعه و نمونه آماری، توسط پرسشنامه‌های طراحی شده مورد آزمون قرار می‌گیرند. لازم به ذکر است که قبل از توزیع پرسشنامه میان نمونه آماری، روایی و پایایی پرسشنامه نیز بررسی خواهد شد.

**سوال اصلی اول:** عوامل شش گانه موثر بر تقاضای کاربری‌های تجاری منطقه ثامن، چگونه بر میزان تقاضای این کاربری‌ها اثر می‌گذارند؟

**سوال اصلی دوم:** عوامل شش گانه موثر بر عرضه کاربری‌های تجاری منطقه ثامن، چگونه بر میزان عرضه این کاربری‌ها اثر می‌گذارند؟

پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق شامل ۳ بخش است. در بخش اول سؤالات عمومی مربوط به پاسخگو شامل جنس، سن و میزان تحصیلات بررسی شده‌است. بخش دوم چگونگی اثرگذاری عوامل اثرگذار به‌عنوان متغیرهای مستقل بر هریک از هشت متغیر وابسته و در بخش سوم وضعیت متغیر وابسته به لحاظ عوامل مهم و کلیدی آن مورد پرسش قرار گرفته شده‌است. که بر اساس طیف لیکرت طراحی شده و دارای ۵ گزینه بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم و بسیار کم می‌باشد. استفاده از ابزار بهتر، صحت بیشتر نتایج را تضمین می‌کند که این امر خود کیفیت علمی پژوهش را افزایش خواهد داد. دو معیار عمده برای آزمون صحت و خوب بودن سنجها، روایی و پایایی است.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت از آنجاییکه پاسخ دهندگان به پرسشنامه اول به نسبت متوازی در گروه‌های مختلف سنی پراکنده شده‌اند، می‌توان انتظارات داشت که نظرات تمامی گروه‌های سنی لحاظ شده باشد. در زمینه سابقه فعالیت در زمینه کاربری‌های تجاری، نکته جالب بالا بودن درصد افراد با سابقه فعالیت بالای ۳۰ سال در زمینه کاربری‌های تجاری می‌باشد که

درصدی بالغ بر ۳۲ درصد کل پاسخ دهندگان را تشکیل داده‌اند. هر چه سابقه فعالیت افراد بیشتر باشد، آشنایی آنان با موضوع و شناخت مشکلات و عوامل اثرگذار بر کاربری‌های تجاری بیشتر خواهد بود. ۸۷ درصد پاسخ دهندگان به پرسشنامه اول را مردان تشکیل می‌دهند که با واقعیت مطابقت دارد. زمینه فعالیت در کاربری‌های تجاری عموماً در اختیار مردان می‌باشد و زمینه‌های کمتری برای فعالیت زنان در این زمینه وجود دارد. بالغ بر ۵۰ درصد پاسخ دهندگان تحصیلات کارشناسی و بالاتر دارند و از آنجاییکه پرسشنامه تخصصی بوده است، این امر دور از ذهن نیست. برای تعیین پایایی پرسشنامه ابتدا از طریق پیش آزمون، پرسشنامه بین یک نمونه تصادفی توزیع گردید و سپس با استفاده از نرم افزار Spss ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید که برابر ۰/۸۲ است که نشان می‌دهد پرسشنامه‌ها از پایایی بسیار بالایی برخوردار می‌باشد.

جامعه آماری این تحقیق عبارتند از، افراد مطلع و صاحب نظر در مورد عرضه و تقاضای کاربری‌های تجاری منطقه ثامن که شامل کارکنان و کارشناسان شهرداری منطقه ثامن، سرمایه‌گذاران، خریداران، کسبه، مدیران فروش پروژه‌ها، سهامداران و کلیه ذینفعان بازار عرضه و تقاضای واحدهای منطقه ثامن می‌باشد.

یکی از مراحل مهم در تحقیقات پیمایشی، مشخص نمودن دقیق چارچوب جامعه آماری و شیوه نمونه‌گیری است؛ به عبارت دیگر در تحقیقات پیمایشی هر چه بتوان تصویر گویاتری از جامعه مورد مطالعه ایجاد و براساس آن نسبت به تهیه طرح فنی نمونه‌گیری اقدام کرد، امکان افزایش دقت هرچه بیشتر در نتایج حاصله را می‌توان فراهم نمود. جامعه آماری این تحقیق عبارتند از: افراد مطلع و صاحب نظر در مورد عرضه و تقاضای کاربری‌های تجاری منطقه ثامن که شامل کارکنان و کارشناسان شهرداری منطقه ثامن، سرمایه‌گذاران، خریداران، کسبه، مدیران فروش پروژه‌ها، سهامداران و کلیه ذینفعان بازار عرضه و تقاضای واحدهای تجاری منطقه ثامن می‌باشد.

به منظور افزایش دقت، جهت انتخاب نمونه از شیوه نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است. برای تعیین حجم نمونه به سراغ علم آمار رفته و حجم نمونه با در نظر گرفتن میزان دقت و سطح اطمینان مورد نظر محاسبه شده است. برای تعیین تعداد نمونه مورد نیاز جهت برآورد پارامتر مورد نظر باید میزان اشتباه مجاز در برآورد پارامتر را در نظر گرفت. بنابراین برای تعیین حجم نمونه از روش فرمول کوکران با فرض مشخص نبودن حجم جامعه استفاده شده است. لذا با این فرض که  $p = 0.5$  (مقدار نسبت صفت موجود در جامعه)،  $Z = 1.96$  (مقدار متغیر نرمال واحد

استاندارد) و  $d = 0.1$  (مقدار اشتباه مجاز) باشد حجم نمونه به صورت زیر برابر با ۹۶ تعیین می گردد.

$$n = \frac{Z^2 pq}{d^2} = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = \frac{0.9604}{0.01} = 96.04 \rightarrow 96 \quad (1)$$

مقدار اشتباهات مجاز برای تعیین حجم نمونه این تحقیق،  $d=0.1$  در نظر گرفته شده است. دلیل این امر این است که پرسشنامه‌های مورد استفاده نسبتاً تخصصی می‌باشند. به این دلیل، تکمیل کننده پرسشنامه بایستی با حداقل‌های اولیه‌ای از اصطلاحات و مفاهیم اقتصادی آشنا باشد. روش مورد استفاده برای پاسخ به سوالات اصلی تحقیق، روش تحلیل مسیر می‌باشد که از جمله تکنیک‌های چندمتغیره است که علاوه بر بررسی اثرات مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، اثرات غیرمستقیم این متغیرها را نیز مدنظر قرار می‌دهد و روابط بین متغیرها را مطابق با واقعیت‌های موجود در تحلیل وارد می‌کند و با بیان منطقی، روابط و همبستگی مشاهده شده بین آنها را تفسیر می‌کند.

#### بررسی سوالات اصلی پرسشنامه

برای بررسی سوالات تحقیق، متغیرهای موثر بر عرضه و تقاضای کاربری‌های تجاری منطقه ثامن با توجه به ادبیات موضوع و مبانی نظری شناسایی شده و سپس بر اساس نظر متخصصان تدقیق گردیدند. همچنین به لحاظ آماری، اهمیت حضور آنها در مدل بررسی شده است. در مرحله بعد برای انتخاب مدل، نمودار پراکنندگی لگاریتم متغیر وابسته نسبت به لگاریتم متغیرهای مستقل رسم گردید (Gujarati, ۲۰۰۴). بررسی این نمودار نشان می‌دهد که استفاده از مدل لگاریتمی یا نیمه لگاریتمی در این تحقیق مناسب نمی‌باشد. همچنین با توجه به رابطه متغیر وابسته و مستقل، استفاده از مدل معکوس جایز نیست. بنابراین یک مدل خطی انتخاب گردید که با توجه به مبانی نظری نیز مورد تایید می‌باشد.

برای تخمین مدل از روش حداقل مربعات معمولی استفاده شده است. این روش یکی از مشهورترین و قدیمی‌ترین روش‌های تحلیل رگرسیون و جزو تخمین زنده‌های BLUE می‌باشد. در واقع این تخمین زنده دارای حداقل واریانس است. بدون تورش می‌باشد؛ یعنی امید پارامترهای تخمین زده شده با پارامترها برابرند. همچنین از نظر پارامترها خطی می‌باشد.

باشند (Gujarati, ۲۰۰۴). همچنین با توجه به اینکه در تخمین‌های حاضر، فروض کلاسیک نقض نشده‌اند، به نظر می‌رسد روش حداقل مربعات معمولی مناسب‌ترین روش جهت بررسی سوالات تحقیق می‌باشد.

**سوال اصلی اول - عوامل شش‌گانه موثر بر تقاضای کاربری‌های تجاری منطقه ثامن، چگونه بر میزان تقاضای این کاربری‌ها اثر می‌گذارند؟**

همان‌گونه که پیشتر بیان شد عوامل شش‌گانه فوق از نتایج حاصل از مبانی نظری و مصاحبه با خبرگان بدست آمده‌اند. همچنین اعداد مورد استفاده برای سنجش اثر هر یک از این عوامل از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده‌اند. برای پاسخ به این سؤال، ابتدا بین متغیر وابسته (تقاضای کاربری‌های تجاری منطقه ثامن) و متغیرهای مستقل یک مدل رگرسیون برآزش می‌دهیم و برای رسم نمودار تحلیل مسیر از برآورد پارامترهای استاندارد شده معنی‌دار استفاده خواهیم کرد. نتایج آنالیز واریانس و برآورد ضرایب متغیرهای مستقل در جدول (۳) گزارش شده‌است.

جدول ۳ - برآورد ضرایب مدل رگرسیون با متغیرهای ۶ گانه (تقاضای کاربری‌های تجاری منطقه ثامن)

P-value	آماره‌ی آزمون	برآورد پارامتر استاندارد	
۰/۰۱۵	۲/۴۸۳	۰/۲۰۷	متغیرهای کلان
۰/۰۱۰	۲/۶۳۴	۰/۲۴۱	متغیرهای سیاست سازمان‌های متولی
۰/۰۲۵	۲/۲۸۳	۰/۲۱۲	متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری
۰/۰۰۴	۲/۹۹۷	۰/۲۹۶	متغیرهای قیمتی
۰/۰۰۰	۵/۲۰۲	۰/۵۷۳	متغیر زیرساخت‌های خدماتی
۰/۰۰۰	۴/۹۸۱	۰/۵۶۷	متغیر تناسب پروژه‌ها با خواست و نیاز بهره‌برداران

$$F = ۲۲/۳۱۱$$

$$P\text{-value} = ۰/۰۰۰$$

$$R^2 = ۰/۵۹$$

منبع: محاسبات تحقیق

مقدار احتمال (P-value) رگرسیون از سطح آزمون ۰/۰۵ کوچک‌تر است لذا مشخص می‌شود که ترکیب خطی متغیرهای مستقل به شیوه معنی‌داری قادر به تبیین و پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته است و متغیرهای وارد شده در مدل توانسته‌اند ۵۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را

تبیین کنند. لذا برازش مدل رگرسیونی به متغیرهای تحقیق معنی دار است و با توجه به اینکه مقدار احتمال ضرایب کلیه متغیرهای مستقل کوچکتر از سطح آزمون ۰/۰۵ است. بنابراین وجود تمام آنها در مدل الزامی است و هیچ یک از مدل حذف نمی گردند.

در این مرحله بین متغیرهایی که در مدل باقی ماندند، متغیری که بیشترین مقدار برآورد پارامتر استاندارد را دارد (متغیر زیرساخت های خدماتی) به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته می شود و ۵ متغیر باقیمانده به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده و مدل رگرسیونی بر آنان برازش داده شده اند.

جدول ۴- برآورد ضرایب مدل رگرسیون با ۵ متغیر باقیمانده

P-value	آماره ی آزمون	برآورد پارامتر استاندارد	
۰/۰۰۰	۳/۸۷۶	۰/۲۸۱	متغیرهای کلان
۰/۶۴۸	۰/۴۵۸	۰/۰۳۹	متغیرهای سیاست سازمان های متولی
۰/۰۰۰	۳/۶۴۱	۰/۲۹۷	متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری
۰/۰۰۰	۴/۱۵۵	۰/۳۵۵	متغیرهای قیمتی
۰/۰۰۰	۵/۷۷۲	۰/۵۲۹	متغیر تناسب پروژه ها با خواست و نیاز بهره برداران

$$F = ۳۲/۸۵۸$$

$$P\text{-value} = ۰/۰۰۰$$

$$R^2 = ۰/۶۴$$

منبع: محاسبات تحقیق

با توجه به کوچک تر بودن مقدار احتمال از سطح آزمون، رگرسیون برازش داده شده به متغیرها معنی دار است و از بین ۵ متغیر مستقل موجود در مدل، اثر متغیرهای سیاست سازمان های متولی در مدل معنی دار نیست (با توجه به بزرگ تر بودن مقدار احتمال از سطح آزمون ۰/۰۵) و سایر متغیرها در مدل باقی می ماندند. در این مرحله، متغیری که بیشترین مقدار برآورد پارامتر استاندارد را دارد (متغیر تناسب پروژه ها با خواست و نیاز بهره برداران) به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته می شود و ۳ متغیر باقیمانده به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده و مدل رگرسیونی بر آنان برازش داده می شود.

جدول ۵- رآورد ضرایب مدل رگرسیون با ۳ متغیر باقیمانده

P-value	آماره‌ی آزمون	برآورد پارامتر استاندارد	
۰/۴۷۴	۰/۷۱۹	۰/۰۶۰	متغیرهای کلان
۰/۰۰۰	۵/۲۹۳	۰/۴۱۴	متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری
۰/۰۰۰	۷/۱۸۸	۰/۵۷۴	متغیرهای قیمتی
F = ۳۱/۰۱۴		P-value = ۰/۰۰۰	R <sup>۲</sup> = ۰/۴۹

منبع: محاسبات تحقیق

با توجه به کوچک‌تر بودن مقدار احتمال از سطح آزمون، رگرسیون برازش داده شده به متغیرها معنی دار است و از بین ۳ متغیر مستقل موجود در مدل، اثر متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری و متغیرهای قیمتی معنی دارند (با توجه به بزرگ‌تر بودن مقدار احتمال از سطح آزمون ۰/۰۵) و متغیرهای کلان از مدل حذف می‌شود. در این مرحله متغیری که بیشترین مقدار برآورد پارامتر استاندارد را دارد (متغیرهای قیمتی) به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شود و ۱ متغیر باقیمانده به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده و مدل رگرسیونی بر آنان برازش داده شده است.

جدول ۶- برآورد ضرایب مدل رگرسیون با ۱ متغیر باقیمانده

P-value	آماره‌ی آزمون	برآورد پارامتر استاندارد	
۰/۲۸۶	-۱/۰۷۳	-۰/۱۰۸	متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری
F = ۱/۱۵۱		P-value = ۰/۲۸۶	R <sup>۲</sup> = ۰/۰۱

منبع: محاسبات تحقیق

با توجه به بزرگ‌تر بودن مقدار احتمال از سطح آزمون، رگرسیون برازش داده شده به متغیرها معنی دار نیست و بر این اساس می‌توان گفت بین متغیر مستقل (متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری) و متغیر پاسخ هیچ رابطه خطی معنی داری وجود ندارد. بعد از شناخت روابط بین متغیرهای تحقیق، نمودار تحلیل مسیر را رسم شده است و در پیوست مقاله قابل مشاهده است. و بر اساس آن اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل و وابسته در جدول (۷) ذکر شده اند.

جدول ۷- اثر متغیرهای مستقل (ضرایب مسیر) بر متغیر وابسته (تقاضا تجاری ثامن)

اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	کل
۰/۲۰۷	۰/۱۲۱	۰/۳۲۸
۰/۲۴۱	---	۰/۲۴۱
۰/۲۱۲	۰/۵۳۰	۰/۷۴۲
۰/۲۹۶	۰/۷۰۳	۰/۹۹۹
۰/۵۷۳	---	۰/۵۷۳
۰/۵۶۷	۰/۳۰۳	۰/۸۷۰

متغیرهای کلان
متغیرهای سیاست سازمان‌های متولی
متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری
متغیرهای قیمتی
متغیر زیرساخت‌های خدماتی
متغیر تناسب پروژه‌ها با خواست و نیاز بهره‌برداران

منبع: محاسبات تحقیق

همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، علی‌رغم اینکه متغیر زیر ساخت‌های خدماتی با مقدار ۰/۵۷۳ بیشترین اثر مستقیم را بر متغیر پاسخ دارد اما در مجموع متغیرهای قیمتی با میزان ۰/۹۹۹ بیشترین اثر کلی را بر متغیر پاسخ داشته و بیشترین میزان اثر غیرمستقیم نیز مربوط به همین متغیر می‌باشد. میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم سایر متغیرها را می‌توان با توجه به نتایج جدول مذکور مورد بررسی قرار داد.

**سوال اصلی دوم-** عوامل شش‌گانه موثر بر عرضه کاربری‌های تجاری منطقه ثامن، چگونه بر میزان عرضه این کاربری‌ها اثر می‌گذارند؟

همانگونه که بیان شد عوامل شش‌گانه فوق از نتایج حاصل از مبانی نظری و مصاحبه با خبرگان بدست آمده‌اند. همچنین اعداد مورد استفاده برای سنجش اثر هر یک از این عوامل از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده‌اند. برای پاسخ به این سؤال از روش تحلیل مسیر استفاده می‌شود. به همین منظور، ابتدا بین متغیر وابسته (عرضه کاربری‌های تجاری ثامن) و متغیرهای مستقل یک مدل رگرسیون برازش می‌دهیم.

همان‌طور که در نتایج جدول فوق مشاهده می‌شود مقدار احتمال (P-value) رگرسیون از سطح آزمون ۰/۰۵ کوچک‌تر است؛ لذا مشخص می‌شود که ترکیب خطی متغیرهای مستقل به شیوه معنی‌داری قادر به تبیین و پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته است و متغیرهای وارد شده در مدل توانسته‌اند ۳۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند.

جدول ۸- برآورد ضرایب مدل رگرسیون با متغیرهای ۶ گانه (عرضه کاربری‌های تجاری منطقه ثامن)

P-value	آماره‌ی آزمون	برآورد پارامتر استاندارد	متغیرهای کلان
۰/۰۰۹	۲/۶۶۵	۰/۲۷۳	متغیرهای سیاست
۰/۰۳۰	۲/۲۰۰	۰/۲۹۴	سازمان‌های متولی
۰/۰۳۳	۲/۱۶۹	۰/۲۴۴	متغیرهای مبتنی بر سودآوری واحدهای تجاری
۰/۰۲۲	۲/۳۳۳	۰/۲۶۶	متغیر قیمت عوامل تولید
۰/۰۱۹	۲/۳۹۵	۰/۲۹۷	متغیر حجم سرمایه
۰/۰۰۰	۵/۳۱۹	۰/۶۳۴	متغیرهای قیمتی

$$F = ۹/۷۳۳$$

$$P\text{-value} = ۰/۰۰۰$$

$$R^2 = ۰/۳۹$$

منبع: محاسبات تحقیق

از این رو برازش مدل رگرسیونی به متغیرهای تحقیق معنی‌دار است و با توجه به اینکه مقدار احتمال ضرایب کلیه متغیرهای مستقل کوچکتر از سطح آزمون ۰/۰۵ است، وجود تمام آنها در مدل الزامی است و هیچ یک از مدل حذف نمی‌گردند. در این مرحله بین متغیرهایی که در مدل باقی ماندند، متغیری که بیشترین مقدار برآورد پارامتر استاندارد را دارد (متغیر قیمتی) به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شود و ۵ متغیر باقیمانده به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده و مدل رگرسیونی بر آنان برازش داده می‌شود.

جدول ۹- برآورد ضرایب مدل رگرسیون با ۵ متغیر باقیمانده

P-value	آماره‌ی آزمون	برآورد پارامتر استاندارد	متغیرهای کلان
۰/۵۲۶	۰/۶۳۷	۰/۰۵۶	متغیرهای سیاست
۰/۰۱۲	۲/۵۶۱	۰/۲۸۶	سازمان‌های متولی
۰/۰۲۱	۲/۳۴۴	۰/۳۲۲	متغیرهای مبتنی بر سودآوری واحدهای تجاری
۰/۱۱۱	۳/۴۶۹	۰/۳۲۳	متغیرهای قیمت عوامل تولید
۰/۹۹۳	۰/۰۰۸	۰/۰۰۱	متغیر حجم سرمایه

$$F = ۲۱/۶۰۹$$

$$P\text{-value} = ۰/۰۰۰$$

$$R^2 = ۰/۵۴$$

منبع: محاسبات تحقیق

با توجه به کوچک‌تر بودن مقدار احتمال از سطح آزمون، رگرسیون برازش داده شده به



متغیرها معنی دار است و از بین ۵ متغیر مستقل موجود در مدل، اثر متغیرهای سیاست سازمان‌های متولی و متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری معنی دارند (با توجه به کوچکتر بودن مقدار احتمال از سطح آزمون ۰/۰۵) و متغیرهای کلان، متغیرهای قیمت عوامل تولید و حجم سرمایه از مدل حذف می‌شوند. در این مرحله، بین متغیرهایی که در مدل باقی ماندند، تغییری که بیشترین مقدار برآورد پارامتر استاندارد را دارد (متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری) به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شود و متغیرهای باقیمانده در مدل به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده و مدل رگرسیونی بر آنان برازش داده می‌شود.

جدول ۱۰- برآورد ضرایب مدل رگرسیون با ۱ متغیر باقیمانده

P-value	آماره‌ی آزمون	برآورد پارامتر استاندارد	سیاستهای سازمان متولی
۰/۰۴۰	۲/۰۷۸	۰/۱۹۵	
	$F = ۳۵/۶۰۱$	$P\text{-value} = ۰/۰۰۰$	$R^2 = ۰/۴۲$

منبع: محاسبات تحقیق

با توجه به کوچکتر بودن مقدار احتمال از سطح آزمون، رگرسیون برازش داده شده به متغیرها معنی دار است و اثر متغیر موجود در مدل معنی دار است (با توجه به کوچکتر بودن مقدار احتمال از سطح آزمون ۰/۰۵). پس از شناخت روابط بین متغیرهای تحقیق، نمودار تحلیل مسیر را رسم شد که در پیوست مقاله قابل مشاهده است. و از طریق جدول (۱۱) می‌توان اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل و وابسته را ملاحظه نمود.

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، بیشترین اثر مستقیم با مقدار ۰/۶۳۴ مربوط به متغیرهای قیمتی و بیشترین اثر غیرمستقیم نیز مربوط به سیاست سازمان متولی است که متغیرهای قیمتی در مجموع نیز دارای بیشترین اثر کل بر روی متغیر پاسخ می‌باشد. کمترین میزان اثرگذاری بر متغیر پاسخ نیز مربوط به متغیرهای کلان با مقدار ۰/۲۷۳ است. میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم سایر متغیرها را می‌توان با توجه به نتایج جدول فوق مورد بررسی قرار داد.

## نتایج و بحث

همان‌طور که بیان شد، منظور از تقاضای کاربری‌های تجاری منطقه ثامن، تمایل و توانایی

خریداران، جهت خرید واحدهای تجاری در بافت پیرامون حرم مطهر امام رضا (ع) است و هدف از طراحی پرسشنامه سنجش میزان اثرگذاری هر یک از عوامل اثرگذار بر تقاضا و عرضه کاربری‌های تجاری منطقه ثامن می‌باشد که با استفاده از تحلیل مسیر اثر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر پاسخ محاسبه شده و در جداول (۷) و (۱۱) آمده‌اند. در این بخش ابتدا اثر هر یک از متغیرهای مستقل بر تقاضا به شرح ذیل بیان می‌گردند:

جدول ۱۱- اثر متغیرهای مستقل (ضرایب مسیر) بر متغیر وابسته (عرضه تجاری ثامن)

کل	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	
۰/۲۷۳	---	۰/۲۷۳	متغیرهای کلان
۰/۵۶۳	۰/۲۶۹	۰/۲۹۴	متغیرهای سیاست سازمان‌های متولی
۰/۴۴۴	۰/۲۰۴	۰/۲۴۴	متغیرهای مبتنی بر سودآوری واحدهای تجاری
۰/۲۶۶	---	۰/۲۶۶	متغیر قیمت عوامل تولید
۰/۲۹۷	---	۰/۲۹۷	متغیر حجم سرمایه
۰/۶۳۴	---	۰/۶۳۴	متغیرهای قیمتی

منبع: محاسبات تحقیق

۱. در بررسی میزان اثر متغیرهای مستقل بر میزان تقاضا مشاهده کردیم که متغیر زیرساخت‌های خدماتی بزرگترین اثر مستقیم و متغیرهای مبتنی بر سودآوری فعالیت واحدهای تجاری بزرگترین اثر غیرمستقیم و متغیرهای قیمتی بزرگترین اثر کل را بر تقاضای واحدهای تجاری منطقه ثامن دار هستند که نتیجه اخیر در راستای ادبیات موضوع و تئوری‌های تقاضاست. کاهش قیمت واحدهای تجاری، بر طبق قانون تقاضا، تقاضا برای واحدهای تجاری را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، افزایش انتظاری قیمت واحدهای تجاری در آینده منجر به افزایش تقاضا برای آنها در حال حاضر می‌شود. بنابراین خریداران با این اندیشه که واحدهای تجاری در آینده دارای قیمت بالاتری خواهند بود، اقدام به خرید سوداگرانه واحدهای تجاری منطقه ثامن می‌کنند. با توجه به اثر غیر مستقیم قیمتی خریداران زمانی حاضر به خرید واحدهایی با قیمت بالاتر خواهند شد، که این واحدها دارای ویژگی‌های خاصی بوده و متناسب با خواست و نیاز بهره برداران ساخته شده باشند.

لذا تقاضا برای مجتمع‌های تجاری معمولی و مشابه سایر مجتمع‌ها کاهش می‌یابد. افزایش قیمت واحدهای تجاری منطقه ثامن، این انتظار را در خریداران ایجاد می‌کند که وقتی قیمت بالاتری پرداخت می‌کنند، شرایط زیرساختی منطقه ثامن نیز باید بهبود یابد. لذا تقاضا برای مجتمع‌های تجاری در منطقه‌ای بدون زیرساخت‌های مناسب حمل و نقل، خدمات شهری و ... کاهش خواهد یافت. به عبارت دیگر زمانی که خریداران قیمت‌های بالاتری پرداخت می‌کنند از دو دسته از افراد انتظار ارائه خدمات بیشتری دارند: گروه اول سازندگان مجتمع‌های تجاری هستند که از آنها انتظار ارائه خدمات ساخت پروژه متناسب با نیازشان دارند و گروه دوم متولیان منطقه می‌باشند که انتظار بهبود زیرساخت‌های خدماتی را از آنها دارند و در نهایت تقاضایشان برای مجتمع‌هایی که فاقد این خدمات باشد کاهش خواهد یافت.

۲. متغیر تناسب پروژه‌ها با خواست و نیاز بهره‌برداران پس از متغیر قیمتی دارای بیشترین اثر کل بر تقاضای واحدهای تجاری منطقه ثامن می‌باشد. این اثر بیان می‌کند که افزایش ساخت و ساز متناسب با فعالیت‌های بهره‌برداران نهایی، افزایش حجم سرمایه‌گذاری بهره‌برداران نهایی در بافت، افزایش نوآوری و بهبود تکنولوژی در ساخت واحدهای تجاری، وجود امکانات لازم جهت پاسخگویی به نیازهای اولیه بهره‌برداران، افزایش تنوع در نحوه فروش واحدهای تجاری (پیش-فروش، بصورت اقساط و ...) و نهایتاً وجود تنوع در اندازه واحدهای تجاری، منجر به افزایش تقاضا برای واحدهای تجاری منطقه ثامن می‌شود. از سوی دیگر، ساخت پروژه‌هایی متناسب با خواست و نیاز بهره‌برداران، به خودی خود منجر به بهبود زیرساخت‌های منطقه نیز می‌گردد. به‌عنوان مثال برای ایجاد یک مجتمع مورد خواست بهره‌برداران، باید فضاهای دسترسی مناسب به مجتمع، احداث پارکینگ‌های مناسب و ... در آن ایجاد شود. که به عنوان بخشی از خدمات شهری محسوب می‌شود، رفت و آمد به منطقه و ماندگاری در آن را تسهیل و منجر به افزایش تقاضا برای واحدهای تجاری منطقه ثامن خواهد شد.

۳. متغیرهای مبتنی بر سودآوری واحدهای تجاری، متغیرهایی هستند که تغییر آنها موجب سودآورتر شدن فعالیت‌هایی می‌گردد که در واحدهای تجاری منطقه ثامن دایر هستند. زمانی فعالیت در یک واحد تجاری سودآورتر می‌شود که تقاضا برای کالا و خدمات ارائه شده در آن افزایش یابد و مشتریان بیشتری برای خرید به واحدهای تجاری مراجعه نمایند. این مشتریان در منطقه ثامن دو دسته هستند: زائرین و مجاورین. لذا متغیرهای مبتنی بر سودآوری واحدهای تجاری

را می‌توان شامل افزایش تعداد زائرین، زمان ماندگاری آنها، میانگین سنی آنها، افزایش درآمدشان، افزایش تعداد دفعات مراجعه مجاورین به منطقه ثامن، افزایش سرعت تکمیل سایر پروژه‌ها در منطقه ثامن، کم بودن فاصله نسبت به حرم و ... تعریف نمود. از سوی دیگر هرچه فعالیت‌های مستقر در واحدها و مجتمع‌های تجاری منطقه ثامن سودآورتر شوند، توان مالی فروشندگان بهبود می‌یابد و لذا به دنبال مغازه‌هایی هستند که بزرگ‌تر و متناسب‌تر با فعالیتشان باشد واحدهای تجاری بیشتری در منطقه تقاضا خواهد شد. از سوی دیگر سودآورتر شدن فعالیت‌های منطقه، صاحبان کسب و پیشه‌ای را که خارج منطقه ثامن مشغول به فعالیت هستند نیز تشویق به خرید واحدهای تجاری منطقه و فعالیت در منطقه ثامن به هدف سودآوری بیشتر می‌نماید. از سوی دیگر، افزایش سودآوری واحدهای تجاری و توانمند تر شدن صاحبان کسب و پیشه در منطقه ثامن، منجر به رونق و توسعه منطقه می‌شود.

۴. بهبود زیرساخت‌های خدماتی که به معنای بهبود کیفیت خدمات شهری در منطقه ثامن (مبلمان شهری، پارکینگ و ...)، بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل در منطقه ثامن و افزایش کیفیت خدمات سفر (قطار سریع‌السير، تنوع در زمان پروازها و ...) است نیز منجر به افزایش تقاضا برای واحدهای تجاری منطقه ثامن می‌گردد و به لحاظ اثر بر تقاضای واحدها، پس از متغیرهای مبتنی بر سودآوری واحدهای تجاری در رتبه چهارم قرار می‌گیرد. نکته جالب توجه اینست که بهبود زیرساخت‌های خدماتی، شهرداری منطقه ثامن نیاز به منابع مالی دارد. بهبود متغیرهای کلان مانند کاهش نرخ بهره وام‌های بانکی و افزایش قدرت وام دهی سیستم بانکی و ... تامین مالی برای شهرداری منطقه ثامن را سهل‌تر می‌نماید. متغیرهای کلان اقتصادی (افزایش قدرت وام، دهی سیستم بانکی، افزایش حجم نقدینگی در کشور، کاهش نرخ بهره وام‌های قابل دریافت جهت خرید واحدهای تجاری و پایین بودن نرخ بازدهی در بازارهای رقیب) عموماً منجر به افزایش نقدینگی در جامعه می‌شوند و به دنبال آن تقاضا در جامعه افزایش می‌یابد. از آنجایی که بخش ساختمان جزء بخش‌های سودآور اقتصاد ایران است بخشی از این نقدینگی به سمت بازار ساختمان و به سمت خرید واحدهای ساختمانی من جمله واحدهای تجاری حرکت نموده و تقاضا برای آنها را افزایش می‌دهد.

۵. متغیرهای کلان اقتصادی نیز در رتبه پنجم اثرگذاری بر تقاضای واحدهای تجاری منطقه ثامن قرار می‌گیرند. این متغیرها خاص تقاضا برای واحدهای منطقه ثامن نیستند و عموماً منجر به

افزایش نقدینگی در جامعه می‌شوند و به دنبال آن تقاضا در جامعه افزایش می‌یابد. و از آنجایی که بخش ساختمان جزء بخش‌های سودآور اقتصاد ایران است بخشی از این نقدینگی به سمت بازار ساختمان و به سمت خرید واحدهای ساختمانی من جمله واحدهای تجاری حرکت نموده و تقاضا برای آنها را افزایش می‌دهد. از متغیرهای کلان اثرگذار می‌توان به افزایش قدرت وام‌دهی سیستم بانکی، افزایش حجم نقدینگی در کشور، کاهش نرخ بهره وام‌های قابل دریافت جهت خرید واحدهای تجاری و پایین بودن نرخ بازدهی در بازارهای رقیب (مانند بازار طلا، بورس، واحدهای تجاری در سایر نقاط شهری و ...) اشاره نمود.

۶. اما متغیر نهایی، متغیر سیاست‌های سازمان متولی است. نتایج نشان می‌دهند که اتخاذ سیاست‌های درست و بهینه از سوی سازمان‌های متولی از جمله بالا رفتن تبلیغات سازمان مجری در جهت بهبود برند منطقه، افزایش توجه به برندینگ شهری، جلب مشارکت بیشتر مردم و مالکین در ساخت واحدهای تجاری، کاهش تعداد واحدهای تجاری بدون مجوز درون بافت و در سطح شهر، منجر به افزایش تقاضا برای واحدهای تجاری منطقه ثامن می‌گردد.

پس از بررسی عوامل موثر بر تقاضای واحدهای تجاری لازم است به تجزیه و تحلیل اثر عوامل ششگانه موثر بر عرضه این واحدها در منطقه ثامن پرداخته شود.

۱. در بررسی میزان اثر متغیرهای مستقل بر عرضه واحدهای تجاری ثامن مشاهده می‌شود که متغیرهای قیمتی بزرگترین اثر مستقیم و اثر کل و متغیرهای سیاست‌های سازمان‌های متولی بزرگترین اثر غیرمستقیم را دارند که این نتایج در راستای ادبیات موضوع تئوری‌های عرضه می‌باشد. افزایش قیمت انتظاری واحدها، منجر به افزایش انگیزه برای سودآوری فعالیت ساخت و ساز و به دنبال آن افزایش میزان عرضه برای واحدهای تجاری می‌گردد.

۲. متغیر سیاست‌های سازمان‌های متولی بزرگترین اثر کل را داراست و بیان می‌کند که افزایش ثبات سیاست‌های سازمان مجری در زمینه احداث واحدهای تجاری، تملک و ...، پایین بودن بروکراسی اداری به منظور کسب مجوز احداث واحدهای تجاری در منطقه ثامن (هزینه مبادله ساخت و ساز)، افزایش ارائه تضمین و بکارگیری مشوق برای سرمایه‌گذاری در بافت، بالا رفتن تبلیغات سازمان مجری در جهت بهبود برند منطقه ثامن، کاهش واحدهای تجاری بدون مجوز درون بافت و بالا بودن اندازه پلاک و ... منجر به افزایش عرضه برای واحدهای تجاری منطقه ثامن می‌شود. منطقه ثامن به دلیل شرایط و اهمیت خاصی که دارد، طرح تفصیلی جداگانه‌ای از سایر

نقاط شهر مشهد دارد. شهرداری منطقه ثامن، نیز قوانین مجزایی برای ساخت و ساز در این منطقه وضع کرده است که هر یک از این قوانین، اثرات خاص خود را بر ساخت و ساز واحدهای تجاری در این منطقه می‌گذارند. لذا علاوه بر قیمت واحدهای تجاری ساخته شده، سیاست‌های سازمان‌های متولی این منطقه بر سودآور بودن یا نبودن فرایند ساخت و ساز و به دنبال آن عرضه واحدهای تجاری اثر می‌گذارد. سیاست‌هایی که ساخت و سازهای منطقه ثامن را سودآورتر نمایند، منجر به افزایش عرضه واحدهای تجاری منطقه می‌گردند. علاوه بر اثر مستقیم این متغیر بر عرضه واحدهای تجاری، از طریق اثر بر سودآوری فعالیت‌های مستقر در واحدهای تجاری نیز بر عرضه واحدهای تجاری منطقه ثامن اثرگذار است. اثر غیرمستقیم دیگر مربوط به مکانیزم قیمت می‌شود. سیاست‌های سازمان‌های متولی منطقه ثامن، دارای اثرات فراوان بر روی قیمت انتظاری واحدهای تجاری در آینده می‌باشند. افزایش هزینه مبادله ساخت و ساز در منطقه ثامن بواسطه سیاست‌های سازمان‌ها متولی، نهایتاً بر قیمت واحدها اثرگذار است؛ و سپس از طریق تغییر انگیزه سرمایه‌گذاران و عرضه کنندگان در رابطه با سودآور بودن یا نبودن فعالیتشان، بر عرضه این واحدها تاثیر خواهد گذاشت.

۳. متغیرهای مبتنی بر سودآوری واحدهای تجاری، متغیرهایی هستند که از طریق افزایش تعداد زائرین و قدرت خرید آنان، بالا رفتن سرعت فرایند تملک، کاهش فساد در سیستم کارگزاری خرید املاک، مشخص شدن چشم انداز اقتصادی پروژه‌ها و کاهش دوران بازگشت سرمایه، موجب سودآورتر شدن احداث واحدهای تجاری و منجر به افزایش عرضه واحدهای تجاری می‌گردند. طبق اصول اقتصاد مهندسی (ارزیابی طرح‌های اقتصادی)، هرچه دوران بازگشت سرمایه با فرض ثابت بودن سایر شرایط بیشتر باشد، طرح اقتصادی از سودآوری کمتری برخوردار خواهد بود. لذا کاهش دوران بازگشت سرمایه در احداث واحدهای تجاری نیز منجر به افزایش عرضه واحدهای تجاری می‌گردد. سودآوری ساخت و ساز واحدهای تجاری از کانال غیرمستقیم قیمت واحدها نیز بر عرضه واحدهای تجاری منطقه ثامن اثرگذار می‌باشد.

۴. متغیر حجم سرمایه متغیر بعدی اثرگذار بر عرضه واحدهای تجاری است. یکی از مشکلات اصلی منطقه ثامن، مساله تامین مالی پروژه‌هاست. افزایش حجم سرمایه‌گذاری ساخت و ساز در واحدهای تجاری در منطقه ثامن از طریق متنوع کردن روش‌های تامین مالی، جلب مشارکت بیشتر مردم و مالکین و ... منجر به افزایش عرضه واحدهای تجاری در منطقه ثامن می‌شود.

۵. متغیرهای کلان اقتصادی نیز در رتبه پنجم اثرگذاری بر عرضه واحدهای تجاری منطقه ثامن قرار می گیرند. این متغیرها خاص عرضه برای واحدهای منطقه ثامن نیستند و عموماً منجر به افزایش نقدینگی در جامعه می شوند و به دنبال آن عرضه در جامعه افزایش می یابد و از آنجایی که بخش ساختمان جزء بخش های سودآور اقتصاد ایران است بخشی از این نقدینگی به سمت بازار ساختمان و ساخت و ساز در آنها من جمله واحدهای تجاری حرکت نموده و عرضه برای آنها را افزایش می دهد. از جمله متغیرهای کلان اثرگذار می توان به افزایش قدرت وام دهی سیستم بانکی، افزایش حجم نقدینگی در کشور، کاهش نرخ بهره وام های قابل دریافت جهت ساخت واحدهای تجاری و پایین بودن نرخ بازدهی در بازارهای رقیب اشاره نمود. افزایش حجم سرمایه گذاری ساخت و ساز در واحدهای تجاری در منطقه ثامن نیز از طریق متنوع کردن روش های تامین مالی، جلب مشارکت بیشتر مردم و مالکین و ... موجب بهبود تامین مالی پروژه ها و نهایتاً منجر به افزایش عرضه واحدهای تجاری در منطقه ثامن می گردد.

۶. اما متغیر نهایی، متغیر قیمت عوامل تولید است بر طبق مبانی نظری و تئوری های عرضه، افزایش قیمت عوامل تولید منجر به افزایش هزینه های تولید، کاهش سودآوری فرایند تولید و در نهایت کاهش تولید می گردد. کاهش قیمت عوامل تولید مانند مصالح ساختمانی، دستمزد کارگران و ...، کاهش تورم انتظاری قیمت عوامل تولید، پایین آمدن عوارض ساخت و ساز واحدهای تجاری در منطقه ثامن و نهایتاً کاهش قیمت زمین در منطقه ثامن از عوامل بسیار مهم اثرگذار بر افزایش عرضه واحدهای ساختمانی در منطقه ثامن هستند.

#### references

- ۱- Abedian darkoosh. Saeed and Masumian. Rasool. (۱۹۸۵). "Hedonic price in urban housing demand in Tehran.", Ministry of Finance and Economic Affairs.(in persian).
- ۲- Abedian darkoosh. Saeed. (۱۹۹۱). " Estimation of housing hedonic price in small cities in Iran" Journal of Urban Planning and Architectural Studies, Vol. ۱, pp. ۳۸-۴۴. (in persian)
- ۳- Abunoori. Esmaeel and Vakil kandi. Rasool. (۲۰۰۲). "estimation of housing demand by hedonic model (The case study of Sari)", Journal of Economic

- Sciences (Humanities and Social Sciences), vol ۴, pp.۲۰-۳۹. (in persian).
- ۴- Akbari. Nematolah and Agari. Ali. (۲۰۰۱). "Spatial econometric methodology, theory and application", Human science Journal of esfahan university, vol. ۱۴, pp.۹۳-۱۲۲. (in persian).
- ۵- Arimah, B.C. (۱۹۹۲). "Hedonic prices and demand for housing attributes in third world city: The case of Ibadan, Nigeria", Urban Stud, ۲۹: ۶۳۹-۶۵۱.
- ۶- Asnoashari. Abolghasem and Farhanian.Siedmohamadjavad. (۲۰۰۷). "Investigate the sensitivity of the influencing factors of demand for housing in Iran", Institute for Humanities and Cultural Studies, Vol ۴۱,۴۲, pp. ۷۸-۱۱۵. (in persian)
- ۷- Cournot, Augustin. (۱۹۲۷: [۱۸۳۸]). "Researches into the Mathematical Principles of the Theory of Wealth (translated by N. T. Bacon, ۱۸۹۷)", New York: Macmillan.
- ۸- Eisner, R. (۱۹۷۶). "A Permanent Income Theory for Investment", American Economic Review, No.۳, June, ۳۶۷-۹۰.
- ۹- Firooz jamali. Mohamadreza and Ghanbsri. Abolfazl. (۲۰۰۶). "Analysis of the trends in inequality in urban areas of the provinces of Iran.", Journal of Geographical Research, vol. ۹۵, pp. ۱-۲۸. (in persian).
- ۱۰- Ghaderi. Jafar. (۲۰۰۳). "Estimation of urban housing demand in Iran", Journal of economic research, Vol.۹,۱۰, pp.۱۱۲-۱۳۴. (in persian).
- ۱۱- Gujarati. N.Damodar. (۲۰۰۴). "Basic econometrics", Tehran University Publication. (in Persian).
- ۱۲- Hasani sadrabadi. Mohamadhosein and Moshfegh. Sara. (۲۰۱۱). "Investigating causal relationship factors in demand of Tehran urban housing ", Journal of Ecouronomic Research, Vol ۱۱(۱), pp.۱-۱۸. (in persian).
- ۱۳- Kearn, J. R. (۱۹۷۹). "Inflation Mortgage Sand Housing", Journal of Political Economy, Vol. ۸۷, No. ۵, pp. ۱۱۱۵-۱۱۳۷.
- ۱۴- Kelvin, J., "A New Approach to Consumer Theory Author(s)": Lancaster

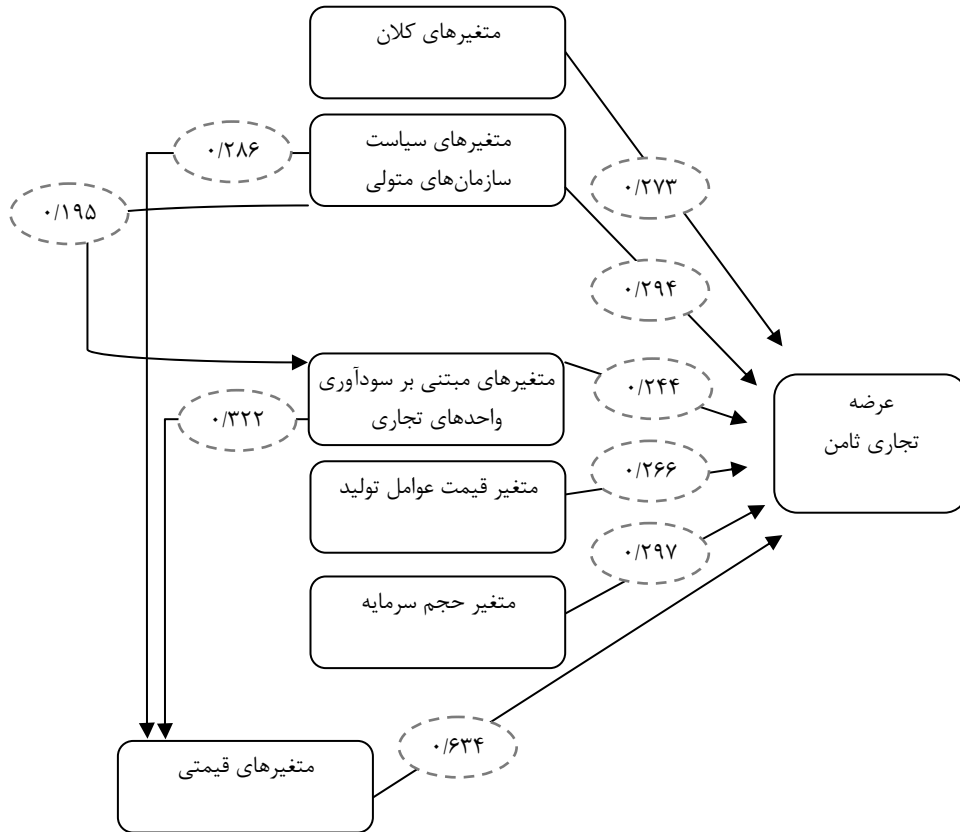


- Source: The Journal of Political Economy, Vol. ۷۴, No. ۲ (Apr., ۱۹۶۶), pp. ۱۳۲-۱۵۷.
- ۱۵- Khoshakhlagh. Rahman and others. (۲۰۰۸). "Estimating housing demand model by hedonic price (Case Study of Khomeini City) ", Journal of Economic Research, Vol. ۵۵, pp. ۹۹-۱۱۷. (in persian).
- ۱۶- Lodhi, A. and H.A. Pasha. (۱۹۹۱). "Housing demand in developing countries: A case study of Karachi in Pakistan", Urban Stud, ۲۸:۶۲۳-۶۳۴.
- ۱۷- Ministry of Economic Affairs and Finance. (۲۰۰۹). "report details the activities of the private sector". (in persian).
- ۱۸- Montazeri. Mohamad. (۱۹۹۲). "Estimation of urban housing demand in Iran", Master's thesis, Esfahan university . (in persian)
- ۱۹- Muth, R. (۱۹۷۳). "The Demand for non Form Housing", Reading in Urban Economics, pp. ۲۲۷-۲۴۵.
- ۲۰- Olsen, j. and P. Olsen. (۱۹۸۹). (Ed), "The Demand and Supply of Housing Service A Critical Survey of the Empirical Literature", Hand Book of Residential and Urban Economics, Vol. ۱۱.
- ۲۱- Pasha, H. and Butt, M., "demand for housing attributes in developing countries: a study of Pakistan", urban studies, (۱۹۹۶), ۱۱۴۱-۱۱۵۴.
- ۲۲- Rafiee. Minoos. (۱۹۹۲). "Urban Issues and Techniques collection", Research Center of Urban Planning and Architecture in Iran. (in persian)
- ۲۳- Rahimpur. Ali and Vakil ghahani. Seidali. (۲۰۱۱). "investigating effecting factors on supply and demand of housing market", Economic Statistics Department of the Central Bank of the Islamic Republic of Iran. (in persian)
- ۲۴- Robert, E. Lucas & Jr. (۱۹۶۷). "Adjustment Costs and the Theory of Supply," *Journal of Political Economy*, University of Chicago Press, vol. ۷۵, pages ۳۲۱.
- ۲۵- Rosen, S. (۱۹۷۴). "Hedonic Prices and Implicit Markets; Product Differentiation in Pure Competition", Journal of Political Economy, ۸۲, pp. ۵۵-۳۴.

- ۲۶- Sangabi fard sima. Asad. (۱۹۹۱).” Investigate urban housing demand in Iran”, Master's thesis, Tehran university. (in persian).
- ۲۷- Shokohinejad. Elham. (۲۰۰۴). "Measuring the effect of bank loans on housing supply (Urban)", Master's thesis, Ferdowsi university of Mashhad. (in persian)
- ۲۸- Smith, A. ([۱۷۶۲] ۱۹۸۵). "Lectures on Rhetoric and Belles Lettres [۱۷۶۲]", vol. *IV of the Glasgow Edition of the Works and Correspondence of Adam Smith* (Indianapolis: Liberty Fund, ۱۹۸۴).
- ۲۹- Tiwari, P. and J. Parikh. (۱۹۹۸). "Affordability, housing demand and housing policy in Urban India", *Urban Stud*, vol.۳۵: ۲۱۱۱-۲۱۲۹.
- ۳۰- Ziari. Keramat. (۱۹۹۸). "Analytical Models of poverty, income distribution and regional inequalities in Iran", *Journal of Geographical Research*, thirteen years, Vol.۱, pp. ۲۵-۴۲. (in persian).

پیوست‌ها

نمودار ۲- تحلیل مسیر متغیرهای عرضه تجاری ثامن



نمودار ۳- تحلیل مسیر متغیرهای تقاضای تجاری ثامن

