

## بررسی نگرش مالکان بافت فرسوده منطقه ثامن مشهد نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک و

عوامل مؤثر بر آن در سال ۸۸-۱۳۸۹

مهدی دانش (کارشناس ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد)

[danesh-m@mashhad.ir](mailto:danesh-m@mashhad.ir)

محمد مظلوم خراسانی (استاد جامعه‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، نویسنده مسؤل)

[mmkhorasani@um.ac.ir](mailto:mmkhorasani@um.ac.ir)

محسن نوغانی (دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد)

[noghani@um.ac.ir](mailto:noghani@um.ac.ir)

### چکیده

از جمله مسائل بسیار مهمی که مجریان و مسؤولان شهری در احیای بافت‌های فرسوده با آن مواجه می‌شوند، عدم توافقشان با مالکین در مورد قیمت املاک است؛ لذا در این تحقیق ضمن بررسی نگرش مالکان بافت فرسوده منطقه ثامن نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک، عوامل مؤثر بر آن نیز مورد توجه قرار گرفته است. روش تحقیق در این پژوهش پیمایشی است که از ابزار پرسش‌نامه برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه مالکان بافت فرسوده منطقه ثامن تشکیل می‌دهد. حجم نمونه در این تحقیق حدود ۲۵۰ نفر از مالکان است که به روش طبقه‌ای متناسب با سهم انتخاب شده است. از آن‌جا که این منطقه به ۴ قطاع تقسیم می‌شود، سعی شده است تا حجم نمونه، متناسب با سهم هر قطاع انتخاب شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که ۶۶/۲۶ درصد از مالکین نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک نگرشی منفی دارند، در حالی که تنها حدود ۱۱ درصد از آن‌ها دارای نگرش مثبت بوده و بقیه مالکان نگرشی خنثی نسبت به شیوه مذکور داشته‌اند. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان داده است که مؤثرترین متغیر بر نگرش مالکان به شیوه قیمت‌گذاری املاک، میزان اطلاعات صحیحی است که آن‌ها در مورد شیوه قیمت‌گذاری املاک دارند.

سایر متغیرهای اثرگذار بر نگرش مالکان به شیوه قیمت گذاری املاک، به ترتیب شدت تأثیر عبارت‌اند از: نگرش مالکان به طرح نوسازی و بهسازی، فاصله ملک تا حرم و در نهایت برخورد نزدیکان مالک با وی.

**کلیدواژه‌ها:** نگرش، بافت فرسوده، منطقه ثامن، قیمت گذاری، بهسازی، نوسازی.

#### ۱. مقدمه

شهرها حول یک نقطه و مرکز خاصی؛ مانند کنار رودخانه‌ها، بازارها، زیارت‌گاه‌ها، بنادر و غیره ایجاد شده‌اند. با افزایش جمعیت، بافت‌های جدیدتری حول مرکز به سمت خارج تشکیل می‌شود. با گذشت زمان فرسودگی به وجود می‌آید. فرسودگی؛ یعنی این‌که یک بافت نسبت به بافت دیگر به دلیل قدمت و یا فقدان برنامه توسعه و نظارت فنی بر شکل‌گیری آن، از کارایی کمتری برخوردار بوده است و یا ناکارآمدی آن بیشتر می‌شود. وقوع فرسودگی باعث بی‌سازمانی، عدم تعادل و عدم تناسب فضاهای شهری شده و به زدودن خاطرات جمعی، افول حیات شهری واقعی و شکل‌گرفتن حیات شهری روزمره‌ای کمک می‌کند. (حناچی و مژگانی، ۱۳۸۷: ۹ و حسینی، ۱۳۸۷: ۳۱).

فرسودگی بافت قدیمی شهرها از جهات بسیاری؛ مانند شرایط فیزیکی و ظاهری آن با لایه‌های بیرونی و جدید شهر تفاوت دارد.

علاو بر آن، بافت فرسوده قادر به پاسخگویی به نیازهای ساکنان و شهروندان خود نخواهد بود و ناکارآمد می‌شود. مسئولان و برنامه‌ریزان شهری به دنبال رفع نیازها و تأمین خدمات، دست به اقداماتی می‌زنند. یکی از این رویکردها ایجاد شهرک‌های اقماری است که باعث گسترش شهر و پیوند به بافت قدیمی شهرها می‌شود؛ اما امروزه این طرح به خاطر هزینه‌ها، از بین رفتن زمین‌های کشاورزی و تغییر کاربری اراضی کشاورزی و تخریب محیط زیست کمتر مورد توجه است و بیشتر به نوسازی و بهسازی بافت فرسوده قدیمی توجه می‌شود، البته این طرح هم با مشکلاتی روبه‌رو است، یکی از این مشکلات تخریب اماکن و مسأله و نگرش مالکیت بافت فرسوده نسبت به قیمت گذاری املاک است.

## ۱. بیان مسأله

ایران کشوری در حال توسعه است که با پدیده افزایش جمعیت و رشد شهرنشینی در اثر مهاجرت بی‌رویه روبه‌رو است، به گونه‌ای که جمعیت ایران طی سال‌های ۱۳۳۵ تا ۱۳۸۵، ۳/۷ برابر شده است. همچنین تعداد شهرهای کشور از ۶۱۲ به ۱۰۹۲ نقطه تا آذرماه ۱۳۸۸ افزایش یافته است. نسبت شهرنشینی از ۳۱ درصد در سال ۱۳۳۵ به ۶۸ درصد در سال ۱۳۸۵ تغییر یافته و در این مدت جمعیت شهرنشین بیش از ۸/۱ برابر افزایش یافته است و نرخ رشد شهرهای ۴/۳ درصد است. (مقایسه آمارهای شهری کلان‌شهرهای کشور، ۱۳۸۸: ۹-۴).

براساس پیش‌بینی در سال ۱۴۰۰ جمعیت ایران با تخمین به ۱۳۰ میلیون نفر می‌رسد و حداقل به ۲ برابر مساحت کنونی شهرها، جهت مسکن و خدمات شهری، نیاز به گسترش دارد. در کشور ایران حدود ۴۰ هزار هکتار بافت فرسوده شهری وجود دارد. شهر مشهد با نرخ رشد جمعیتی بین سال‌های ۱۳۳۵ تا ۱۳۸۵، ۴/۸ درصد گزارش شده است (مقایسه آمارهای شهری کلان‌شهرهای کشور، ۱۳۸۸: ۹-۴).

علاوه‌برآن، به دلیل وجود بارگاه حضرت ثامن‌الحجج (ع) و امکانات طبیعی و تاریخی، شاهد ورود سالانه میلیون‌ها نفر زائر و مسافر به این شهر هستیم؛ اما در شرایط حاضر، کمبودهایی در بافت فرسوده؛ مانند ساختمان‌های قدیمی، تداخل گذرهای پیاده و سواره، نارسایی در امر ترافیک، فقدان پارکینگ و فضای سبز، کمبود مراکز خدمات عمومی؛ مانند اماکن اقامتی مناسب و کمبود خدمات بهداشتی مناسب را می‌توان نام برد و در مجموع خدمات‌رسانی به زائران و مجاوران کاهش می‌یابد. (شرکت عمران و مسکن‌سازان، ۱۳۸۵: ۱).

توسعه شهرها به صورت شهرک‌های اقماری جوابگوی زندگی جدید نیستند و نمی‌توانند از فرهنگ گذشته حمایت کنند (بهادری، ۱۳۷۶: ۲).

اقدام عملی طرح نوسازی و بهسازی بافت اطراف حرم مطهر به دهه‌های گذشته قبل از انقلاب برمی‌گردد. طبق اسناد و مدارک موجود اقدامات نوسازی و بهسازی اطراف حرم به قرن دهم به‌ویژه دوره صفویه برمی‌گردد.

طرح نوسازی بافت فرسوده نیاز به مشارکت مردمی دارد و یکی از عوامل عدم مشارکت مردم، نبود اعتماد مالکان به نهادهای اجرایی این طرح‌ها است. تحقیقات رابطه مشارکت و اعتماد را به اثبات رسانیده‌اند (بهروان، ۱۳۸۷: ۹ و آئینی، ۱۳۸۸: ۲۰۳).

عامل اعتماد نه تنها از بعد نظری؛ بلکه در سطح تجربی در منطقه بافت فرسوده ثامن نشان می‌دهد که «مردم در شرایط حاضر به مسکن‌سازان اعتماد ندارند» و انگیزش و اعتمادسازی از طریق مذاکره در مشارکت اهمیت دارد (شرکت عمران و مسکن‌سازان ثامن، ۱۳۸۶: ۱۵-۱).

یکی از علل عدم اعتماد اختلاف نظر در مورد قیمت‌های «کارشناسی» املاک بین شهرداری و مالکان است (خدیوی، ۱۳۸۶: ۶۱). قیمت‌گذاری بافت فرسوده به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مسائل در ده‌های اخیر مطرح بوده است و نقش عمده‌ای در مشارکت مردمی ایفا می‌کند و به‌طور جدی و علمی به آن پرداخته نشده است (کهربایی، ۱۳۸۵: ۱۸۵).

اعتماد اجتماعی را می‌توان دید مثبت و حسن ظن درباره افراد جامعه دانست که تسهیل‌گر روابط اجتماعی است (عباس‌زاده، ۱۳۸۳: ۲۷۱).

بنا به نظریات آیزن و فیش باین می‌توان اعتماد را عاملی مهم و مؤثر بر رفتار کنشگران اجتماعی دانست (رفیع‌پور، ۱۳۷۲: ۱۱).

با توجه به قدیمی بودن ابنیه و فرسودگی آن‌ها، این منطقه دچار مسائل اجتماعی فراوانی همچون خرید و فروش مواد مخدر، سرقت، آلودگی محیط زیست و در مواقع خاص عدم دسترسی به ماشین‌های آتش‌نشانی و سایر خدمات شهری به علت کم‌عرض بودن معابر و کوچه‌ها شده است. به این دلیل موضوع تحقیق از دیدگاه مردم از اهمیت خاصی برخوردار بوده و به تبع آن، بر نگرش آن‌ها تأثیرگذار است.

در نتیجه، نگرش منفی مالکان منطقه ثامن نسبت به شیوه قیمت‌گذاری از طریق شهرداری باعث‌کننده اجرای طرح نوسازی شده است. در واقع، مالکان با ازدست‌دادن ملک خود در جوار حرم رضوی و نوسانات قیمت زمین نمی‌توانند با پول دریافتی، ملکی

جایگزین کنند و طبیعی است که در مقابل خرید ملک خود توسط شهرداری مقاومت می-کنند. بر این اساس، سؤالات این تحقیق به شرح زیر است:

۱- مالکان بافت فرسوده منطقه ثامن نسبت به نحوه قیمت گذاری املاک چه نگرشی دارند؟

۲- این نگرش تحت تأثیر چه عواملی شکل گرفته است؟

### ۱. ۲. ضرورت و اهداف تحقیق

مهم ترین معضل طرح بهسازی و نوسازی، بحث تملک اراضی است (عندلیب، ۱۳۸۵: ۵۲). برای تملک راه های گوناگونی پیشنهاد شده است، مثل خرید به قیمت مناسب و عادلانه، معوض املاک با توافق طرفین در منطقه ای دیگر به مالک تحویل داده شود. اجرای طرح توسط مردم براساس نقشه اولیه شده شرکت، مشارکت مردم منطقه بدون جابه جایی از محل زندگی و اجاره یا رهن در مدت اجرای طرح توسط شرکت و بازگشت به محل پس از پایان طرح، بازگذاشتن دست مالک در مشارکت بخشی از ارزش ملک و دریافت بخش دیگر، تحویل گرفتن ملک از مالک در قبال واگذاری سهام تا ۲۰ درصد افزایش. املاک معادل سازی شود و مالکان در طرح، مشارکت داده شوند تا ارزش افزوده هم نصیب مالکان شود (حسینی، ۱۳۸۷: ۳۹۵).

روش های فوق همه در نهایت، ناگزیر از قیمت گذاری املاک هستند و از روش های فوق، خرید ملک با قیمت عادلانه بیشتر مورد استقبال مالکان قرار گرفته است؛ اما در عمل، مالکان و شهرداری بر سر قیمت املاک تا کنون به توافق نرسیده اند؛ لذا ضروری است که بدانیم مالکان بافت فرسوده نسبت به شیوه قیمت گذاری چه نگرشی داشته اند و این نگرش تحت تأثیر چه عواملی ایجاد می شود؛ لذا اهداف تحقیق عبارتند از:

۱- توصیف و تحلیل نگرش مالکان بافت فرسوده منطقه ثامن نسبت به نحوه

قیمت گذاری املاک

۲- تبیین عوامل مرتبط با نگرش مالکان بافت فرسوده منطقه ثامن نسبت به نحوه قیمت‌گذاری املاک

## ۲. تعریف مفاهیم

### نگرش<sup>۱</sup>

نگرش عبارت است از یک گرایش روانی نسبت به شیئی که به وسیله ارزیابی همراه با قدری علاقه یا نفرت ظاهر می‌شود (ایگلی و چیکن، ۱۹۹۸).

آپورت نگرش را حالت آمادگی روحی و روانی می‌داند که از خلال تجربه و عمل شکل گرفته و بر پاسخ‌های فرد به اشیا و موقعیت‌های مرتبط آن تأثیرگذار است (آپورت، ۱۹۳۵: ۷۸۴).

نگرش را یک حالت عاطفی مثبت یا منفی نسبت به یک موضوع می‌دانند (گنجی، ۱۳۸۰) یا آمادگی روانی برای عمل یا عکس‌العمل در جهت خاصی را نگرش دانسته‌اند (یونگ، ۱۹۷۱: ۶۸۷).

### بافت

بافت شهر عبارت است از دانه‌بندی و درهم‌تنیدگی فضاها و عناصر شهری که به تبع ویژگی‌های محیط طبیعی، به‌ویژه توپوگرافی و اقلیم در محدوده شهر؛ یعنی بلوک‌ها و محله‌های شهری به‌طور فشرده یا گسسته و با نظم خاص جایگزین شده‌اند (شماعی و پوراحمد، ۱۳۸۴: ۸۲).

بافت‌های شهری را به سه دسته تقسیم می‌کنند: الف: بافت‌ها دارای میراث فرهنگی و تاریخی ب: بافت‌های شهری (فاقد میراث فرهنگی) ج: بافت‌های حاشیه‌ای (سکونت‌گاه‌های غیررسمی).

بافت‌های قدیمی که به ثبت سازمان میراث فرهنگی رسیده‌اند و بافت قدیمی شهری شامل بخش‌هایی می‌شود که قبل از ۱۳۰۰ شکل گرفته‌اند.

بافت فرسوده شهری به عرصه‌هایی از محدوده قانونی شهرها اطلاق می‌شود که به دلیل فرسودگی کالبدی و برخوردار نبودن از خدمات شهری آسیب‌پذیر شده‌اند و ارزش مکانی، محیطی و اقتصادی نازلی دارند (موسوی، ۱۳۸۵: ۵-۴ و حسینی، ۱۳۸۷: ۳۱)، البته تعریف فوق در مورد بافت فرسوده منطقه ثامن صدق نمی‌کند؛ زیرا در جوار حرم مطهر، موقعیت اقتصادی و تجاری بسیار مطلوبی وجود دارد. بافت‌های فرسوده، مسائل پیچیده اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی خاص خود را دارند. این محله‌ها از یک طرف دارای ریشه‌های سکونتی ارزشمند با غنای فرهنگی، اجتماعی و معماری است و از سوی دیگر به جهت فرسودگی شدید، نداشتن امکانات خدمات شهری و بهداشتی، وجود مشکلات اجتماعی و امنیتی و آسیب‌پذیری در برابر زلزله، سیل و آتش‌سوزی و عدم تطابق با زندگی امروزی شهری و شهرسازی با مشکلات روبنایی و زیرساختی مواجه هستند (موسوی، ۱۳۸۷: ۱۵).

### بهسازی

بهسازی اقداماتی است که به منظور بهبود کالبد که در نتیجه فعالیت، فرسایش یافته است، در کوتاه‌مدت صورت می‌پذیرد. در واقع، بهسازی موقعی صورت می‌گیرد که فرسودگی نسبی فضا از لحاظ کارکردی حادث شده باشد (حبیبی و مقصودی، ۱۳۸۶: ۱۸).

بهسازی اقداماتی را شامل می‌شود که در زمینه کالبدی همناخت با الگوی اولیه به حفظ و نگهداری بافت و عناصر آن می‌پردازد و در زمینه غیرکالبدی به رونق‌بخشی حیات درونی آن کمک می‌کند. بهسازی به حفاظت کامل از هر آنچه وجود دارد، می‌پردازد و به گذشته وفادار می‌ماند. بهسازی اقداماتی است در دو جهت: ۱- اقدامات پیش‌گیرانه قبل از فرسودگی ۲- اقدامات پس از وارد شدن آسیب و خسارات به ابنیه. معمولاً مداخله در امور بافت‌های تاریخی تابع مقررات و قوانین سازمان میراث فرهنگی است (عباسی و رضوی، ۱۳۸۵: ۲).

### نوسازی

برای نوسازی معانی مختلفی را مدنظر داشته‌اند:

۱- ایجاد بنایی جدید با از بین بردن تمامی آنچه که بوده است.

۲- اقدام به این که شهر رنگی نو به خود بگیرد، بدون این که الزاماً به تخریب فراگیر، نوسازی بناها و به دنبال شالوده‌های جدید شهرسازی باشند.

۳- نوسازی به شکل و ظاهر ساختمان‌های دو طرف معابر می‌پردازند، به طوری که ساکنان محلی احساس نوسازی می‌کنند (فلامکی، ۱۳۸۶: ۷۵).

نوسازی در زمانی انجام می‌شود که فضای شهری یا مجموعه‌ای از بناها و یا یک بنا از کارکردی مناسب برخوردار است؛ ولی فرسودگی بنا سبب کاهش بازدهی می‌شود و نوسازی اقداماتی را شامل می‌شود که بنا را حفظ کرده، بنا یا مجموعه و یا فضای شهر کهن را معاصرسازی کرده است و امکان بازدهی بهتر را فراهم می‌کند (حبیبی و مقصودی، ۱۳۸۶: ۱۹).

در فرآیند نوسازی، بازگرداندن زندگی شهری هر بافت از طریق نوکردن، توان بخشی و تجدید حیات انجام می‌شود (عباسی و رضوی، ۱۳۸۵: ۲).

### بازسازی

بازسازی با تغییرات کامل گذشته بناها و ایجاد شرایطی نو در بافت و اجزای آن صورت می‌گیرد، به طوری که با از بین بردن آن آثار گذشته و بنانهادن ساخت‌وسازهای جدید دنبال شود. در بازسازی هیچ گونه الزامی به حفظ بافت گذشته دیده نمی‌شود؛ بلکه با تخریب، پاک‌سازی و دوباره‌سازی صورت می‌پذیرد (عباسی و رضوی، ۱۳۸۵: ۲). بازسازی زمانی انجام می‌شود که بناها یا مجموعه و یا فضای شهری دچار فرسودگی کامل شده باشد.

### ۳. پیشینه تحقیق

#### ۳.۱. پیشینه‌های داخلی

تحقیقات داخلی به سه دسته تقسیم می‌شوند

۱- دسته اول تحقیقاتی هستند که به طور ضمنی به بررسی نگرش به قیمت‌گذاری پرداخته‌اند و قیمت‌گذاری به عنوان متغیر مستقل بر مشارکت را مطرح کرده‌اند (بهروان،

۱۳۸۷؛ حسینی، ۱۳۸۷؛ خدیوی، ۱۳۸۶).



هر سه تحقیق، متغیر مستقل مؤثر بر مشارکت؛ یعنی قیمت‌گذاری را مطالعه کرده‌اند؛ اما نقطه تفاوت تحقیق بهروان و حسینی در این است که تحقیق بهروان به ترجیحات مردم در قیمت‌گذاری املاکشان پرداخته و مشخص کرده است که از نظر مردم چه کسانی صلاحیت تعیین قیمت املاکشان را دارند؛ اما در تحقیق حسینی مسأله قیمت‌گذاری املاک را به‌عنوان یک گزینه برای مالک در کنار سایر گزینه‌های مشارکت مطرح کرده و سعی داشته است که ترجیح مالکان را در انتخاب نحوه مشارکت بررسی کند. در این طرح نظر مالکان به قیمت عادلانه بهترین گزینه نسبت به سایر گزینه‌های مشارکت است.

در تحقیق خدیوی به کیفیت قیمت‌گذاری به‌عنوان یکی از شروط مالکان و تمایل نسبت به فروش ملک پرداخته و قیمت‌گذاری عادلانه شرط فروش مالکان نتیجه‌گیری شده است.

۲- تحقیقاتی که به نگرش مالکان نسبت به طرح نوسازی و بهسازی پرداخته‌اند، در این تحقیق نگرش مالکان نسبت به قیمت‌گذاری املاک به‌عنوان متغیر مستقل فرعی در نظر گرفته شده و سعی نشده است که عوامل مؤثر بر آن را بررسی کنند (کهربایی، ۱۳۸۵).

در دو تحقیق فوق روش پژوهش، پیمایشی بوده است و به دنبال بررسی نگرش مالکان بافت فرسوده نسبت به نوسازی و بهسازی بوده و به‌طور جانبی به مسأله قیمت‌گذاری پرداخته‌اند. در دو تحقیق فوق به بررسی عوامل مؤثر بر نگرش مالکان نسبت به قیمت‌گذاری پرداخته نشده است و در هر دو تحقیق به بررسی روش‌های قیمت‌گذاری از نظر ساکنان متمرکز شده‌اند.

نقاط تفاوت در این است که کهربایی مسأله قیمت‌گذاری املاک را از جهت نحوه قیمت‌گذاری، حدود تقریبی ارزش ملک، قیمت عادلانه از نظر مالکان بررسی کرده است و معتقد است که این موارد می‌تواند با گرایش ساکنان نسبت به واگذاری املاک، نگرش آن‌ها نسبت به عملکرد شهرداری و طرح ملی نوسازی و بهسازی مرتبط بوده و آن‌ها را متأثر سازد؛ ولی در مجموع، قیمت املاک را مهم‌ترین دلیل عدم واگذاری املاک به شرکت مسکن‌سازان می‌داند.

۳- دسته آخر تحقیقات مربوط به نحوه و آثار قیمت‌گذاری و عوامل مؤثر بر قیمت املاک در منطقه ثامن و سایر نقاط شهر و یا کشور پرداخته‌اند (رهنما، ۱۳۸۴؛ شرکت عمران و مسکن‌سازان ثامن، ۱۳۸۵؛ شرکت مهندسان مشاور طاش، ۱۳۸۷؛ رفیعی، ۱۳۷۱). بیشتر رویکرد تحقیقات فوق اقتصادی بوده است، فقط در تحقیق رهنما آثار و نتایج خرید به روش فعلی را بر مردم مطالعه کرده است.

دو تحقیق دیگر رویکرد اجتماعی به مسأله قیمت‌گذاری نداشته؛ بلکه جنبه اقتصادی داشته و به دنبال پیدا کردن متغیرهای مؤثر بر قیمت املاک در این منطقه و به طور کلی املاک بوده است.

### ۲.۳. پیشینه‌های خارجی

با توجه به این‌که متغیر اصلی این تحقیق نگرش است، بیشتر در پیشینه خارجی به مفهوم نگرش پرداخته شده است و در باب مسأله نگرش نسبت به قیمت‌گذاری به طور مستقیم مواردی نبود.

کاون (Kown, 2008) با بررسی نگرش‌ها و حمایت ساکنان از اقدامات رشد و بازاریابی توریسم تحقیقی انجام داده است، وی از نظریات بازاریابی مکان، بازاریابی اجتماعی و تئوری مبادله اجتماعی در فرآیند بازاریابی توریسم استفاده کرده است. همچنین بر متغیرهایی نظیر میزان درگیری ساکنان با موضوع، رضایت، نفع و ضرر شخصی، تعلق اجتماعی و مسائل محیطی و اجتماعی تأکید کرده است. تحقیق فوق در سه منطقه توریستی در ایالت میشیگان انجام شد، جامعه آماری تمام مالکانی بودند که به صورت فصلی و یا دائمی در این منطقه ساکن بودند. حجم نمونه ۳۰۰۸ نفر از مالکان سه منطقه بود که به طور تصادفی انتخاب شدند.

در تحقیق مشخص شد که هر چه قدر افراد عقاید، تجربه عاطفی و درگیری بیشتری نسبت به اقدامات رشد و بازاریابی توریسم داشته باشند. نگرش مثبت‌تری نیز به آن خواهند داشت؛ به علاوه، قدرت اعتقادات در تعیین جهت نگرش نسبت به دو بعد دیگر نگرش؛ یعنی تجربه عاطفی و درگیری نیز مشخص شد. در نتیجه متغیرهای تجربه عاطفی، میزان درگیری فرد با موضوع نگرش آگاهی ذهنی افراد و منافع فرد با متغیر نگرش در ارتباط بوده است.

فاوو<sup>۱</sup> و کیا<sup>۲</sup> تحقیقی در مورد نگرش دانشجویان نسبت به اخلاق تجارت در سه کشور را انجام دادند، همچنین متغیر جنسیت را در این مطالعه مد نظر داشتند. جامعه آماری دانشجویان استرالیا، سنگاپور و هنگ‌کنگ بوده و در نتیجه بین نگرش دانشجویان این سه کشور نسبت به اخلاق تجارت وجود دارد، همچنین تفاوت معنی‌داری بین دانشجویان مرد و زن نسبت به اخلاق تجارت مشاهده شده است.

همچنین مقالاتی راجع به بازسازی، نوسازی و بهسازی بافت‌های فرسوده کشورها منتشر شده است که به مسأله عمده مشارکت مردمی در این طرح‌ها اشاره شده است.

به‌عنوان مثال می‌توان به کینگس (knights, 2008)، ایوانس (Evans, 2007) جی میگن (J. Maginn, 2007)، اسکات (Scott, 2002)، ویکاری (Vicari, 2001)، ادواردس (Edwards, 2001)، اتکینسون (Atkinson, 1999) و ادوکو (Uduku, 1999) اشاره کرد.

در تمام تحقیقات فوق مسائلی چون مشارکت، سیاست‌های مشارکتی، محرومیت و بازسازی، شمول اجتماعی در بازسازی، بازسازی و معلولان مطرح شده است و از این جهت به احیای بافت‌های فرسوده توجه کرده‌اند؛ اما مسأله اصلی در این تحقیق، عدم توافق شهرداری با مالکان در قیمت‌های کارشناسی املاک است و بیشتر از منابعی استفاده شده است که به بررسی تأثیر متغیرهای کلان اقتصادی؛ مانند میزان عرضه و تقاضا، کاهش فروش تراکم، تغییر کاربری‌ها و غیره بر قیمت زمین و مسکن پرداخته‌اند؛ برای مثال می‌توان به تحقیقات ترسا<sup>۳</sup> مایرز<sup>۴</sup> اشاره کرد.

#### ۴. چارچوب نظری

با توجه به تعاریف گوناگون از نگرش و اجماع بیشتر صاحب‌نظران، بر تعریف سه-بعدی تأکید شده است.

1. Phau
2. Kea
3. Teresa
4. Myers

جزوشناختی نگرش، جزو احساس نگرش و جزو آمادگی برای عمل نگرش در باب جزو شناختی نگرش چگونگی ایجاد و شکل گیری جزو شناختی را می توان این چنین مشاهده کرد

نگرش → ارزیابی + شناخت (عقیده) → موضوع + صفت

منظور از جزوشناسی نگرش، اطلاعات، عقاید، باورها و افکاری است که فرد درباره موضوع نگرش دارد (کولی، ۲۰۰۹: ۳۴؛ فیش باین و آیزن، ۱۹۷۵: ۱۲؛ کریمی، ۱۳۷۹: ۱۱).

در این تحقیق برای ساخت گویه هایی که ناظر به این جزو از نگرش هستند، از رابطه فوق استفاده شده است.

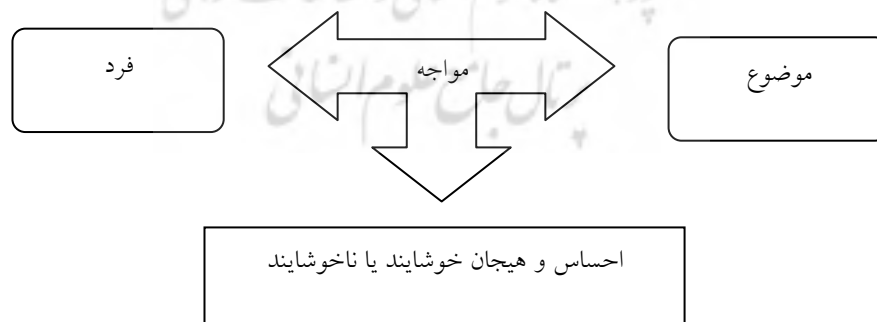
املاک را کارشناسان قیمت گذاری می کنند، شناخت ایجاد می کند.

کارشناسان قیمت گذار از دادگستری هستند نه شهرداری، شناخت بوجود می آورد.

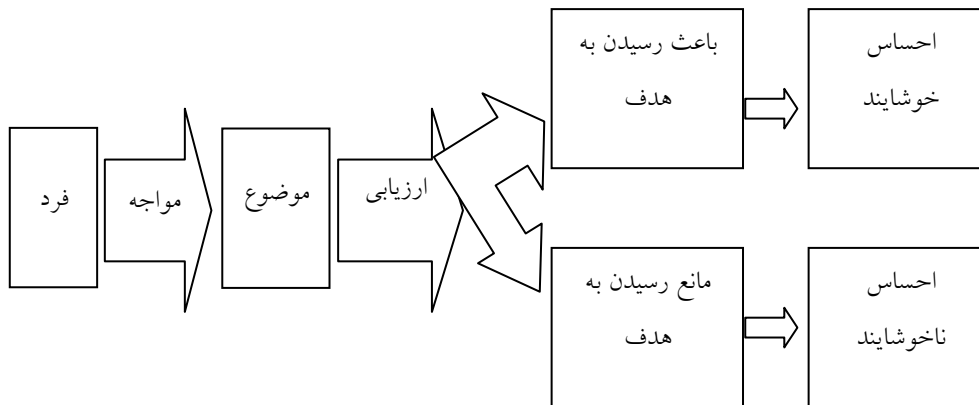
کارشناسان قیمت گذار تخصص لازم برای این کار را ندارند، جزو شناختی نگرش را فراهم می کند.

در گزاره فوق یک صفت همراه با ارزیابی به کارشناسان قیمت گذار نسبت داده شده و تخصص کارشناس را ارزیابی می کند.

جزو احساسی نگرش: فرآیند ایجاد و شکل گیری این جزو از نگرش در شکل زیر ملاحظه می شود.



شکل ۱- فرآیند شکل گیری جزو احساسی نگرش



شکل ۲- فرآیند شکل‌گیری جزو احساسی نگرش طبق نظر پیک

جزو احساسی، به احساسات فرد نسبت به ارزیابی برخی اشیا، اشخاص، مسائل و وقایع اشاره دارد. جزو احساسی به هیجان‌هایی اطلاق می‌شود که به موضوع نگرش مربوطاند؛ یعنی موضوع ممکن است خوشایند یا ناخوشایند باشد، عاطفه ضروری‌ترین جزو نگرش است (کوهلی، ۲۰۰۹: ۳۴؛ فیش باین و آیزن، ۱۹۷۵: ۱۲، کریمی، ۱۳۷۹: ۱۱).

از نظریات فوق در ارتباط با موضوع تحقیق به گزاره‌های زیر اشاره می‌شود:

- تصور فروش ملکم به قیمت کارشناسی، من را نگران می‌کند.
  - وقتی صحبت معامله ملکم با شهرداری می‌شود، احساس ترس و ضرر می‌کنم.
  - در هر یک از گزاره‌های فوق احساس خوشایند یا ناخوشایندی در فرد از مواجهه با قیمت پیشنهادی یا مواجهه با کارشناسان قیمت‌گذار ایجاد شده است.
- جزو آمادگی برای عمل:

نگرش شخص را آماده می‌کند تا در برخورد با موضوع نگرش رفتاری از خود نشان دهد، چنانچه نگرش شخص نسبت به موضوع مثبت باشد آماده کمک، ستایش، حمایت و پاداش می‌شود و برعکس (کریمی، ۱۱).

برای مثال اگر فرد نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک در محدوده ثامن نگرش مثبتی داشته باشد حاضر به انجام اعمالی نظیر دفاع از این شیوه در بین مالکان دیگر می‌شود، دیگران را تشویق به فروش ملکشان بر این اساس می‌کند. خودش حاضر به معامله با شهرداری می‌شود و در هر فرصتی از مزایای این روش برای دیگران صحبت می‌کند؛ اما برعکس اگر نگرش او منفی باشد همه‌جا از آن به بدی تعریف می‌کند و دیگران و خودش را از انجام معامله بر این اساس منع می‌کند. فرد در مواجهه با موضوع اقدام به مقوله‌بندی آن می‌کند، سپس آن را با مقوله‌های عاطفی و یا هنجاری ربط می‌دهد. از آن‌جا که مقوله‌های عاطفی متضمن هیجان و مقوله‌های هنجاری متضمن انجام رفتار صحیح در برابر موضوع نگرش است، این ارتباط موضوع با هر یک از این مقوله‌ها منجر به شکل‌گیری دو جزو عاطفی و آمادگی برای عمل نگرش می‌شود.

#### عوامل مؤثر بر نگرش

یکی از این عوامل تجربه‌های مستقیم و غیرمستقیم فرد است. مستقیم، برخوردهای خود فرد با موضوع نگرش (شیوه قیمت‌گذاری) به هر طریقی و غیرمستقیم، شنیده‌های قدیم و جدید و یا شیوه‌های قیمت‌گذاری در طرح‌های مشابه را می‌توان ذکر کرد که منجر به تأثیرگذاری بر ذهن مالک و ایجاد نگرش منفی یا مثبت می‌شود.

نظریات تجربه‌های مستقیم و غیرمستقیم را سیمونس و لینچ مطرح می‌کنند (کاون، ۲۰۰۸: ۲۶؛ کریمی، ۱۳۷۹: ۳۱ و ستوده، ۱۳۸۸: ۱۶۶).

یکی دیگر از عوامل مهم در ایجاد نگرش، نیازهای فرد است. در واقع، نتیجه ارزیابی فرد از موضوع نگرش از یک طرف تحت تأثیر نیازهای اوست، به این معنی که موضوع نگرش چقدر می‌تواند نیازهای او را برطرف کند و از طرفی تحت تأثیر منافع او است به این معنی که موضوع نگرش تا چه حدی می‌تواند برای او فایده و منفعتی داشته باشد و یا حامی منافع او باشد.

این مسأله را در رابطه با شیوه قیمت گذاری املاک در منطقه ثامن به این گونه می توان مطرح کرد که مالکان منطقه ثامن دارای نیازمندی های متعدد و متنوعی هستند، بنابراین تقاضای شهرداری برای خرید ملکشان را فرصتی تلقی می کنند که در آن به دنبال مرتفع کردن نیازهایشان در زندگی هستند؛ لذا در قیمت گذاری ملکشان به دنبال شیوه ای هستند که بتوانند حداکثر نیازهایشان را برطرف کنند؛ بنابراین نگرش آن ها نسبت به شیوه قیمت گذاری به نتیجه ارزیابی آن ها برمی گردد. چنانچه، آنچه که از طریق این شیوه قیمت گذاری به فرد برسد، تأمین کننده نیازهای او؛ مانند نیاز به مسکن، تأمین مسکن بچه ها، سروسامان دادن فرزندان، نقل مکان به نقطه ای بهتر و غیره نباشد، نگرش وی منفی بوده و اگر عکس آن اتفاق بیفتد، نگرشش مثبت خواهد بود.

با توجه به نظریه منافع که تحت تأثیر تئوری نگرش به سوی رفتار برنامه ریزی شده فیش باین و آیزن است (کریمی، ۱۳۷۹: ۶۶) که در رفتار انتظار و ارزیابی فایده مشاهده می شود که در موضوع تحقیق به منافع مالکان و انتظار آن ها از شیوه قیمت گذاری هنجار ذهنی و نگرش آن ها را به وجود می آورد. نگرش مالکان بر یکدیگر تأثیر گذاشته و از آنجا که قیمت گذاری را کارشناسان دادگستری انجام می دهند، عملکرد این نهاد می تواند بر نگرش مالکان مؤثر واقع شود. نیاز تعلق به گروه و جمع یکی از نیازهای مهم انسان است، می توان گفت که نگرش های شخص، نماینده اعتقادات و سنت های گروه هایی است که وی جزو آن ها است، همچنین فرد برای حفظ نگرش های خود به حمایت دیگران نیازمند است و از بین همه نگرش های گروه، آن دسته از نگرش ها را که برآورنده نیازهای اوست، برمیگزیند (کریمی، ۱۳۸۴: ۲۳۵). ساپ و هارود تئوری گروه مرجع را مطرح می کنند و گروهی است که به آن گرایش داریم و با معیارهای آن، خودمان و دنیا را ارزیابی می کنیم (رفیع پور، ۱۳۷۲: ۱۲). یکی از خصوصیات گروه مرجع دلبستگی هیجانی به آن است و گروه مرجع می تواند هر مجموعه ای از مردم (محلّه، روستا و غیره) باشد و می تواند چارچوب ارزشیابی را به وجود آورد (فرانزوی، ۱۳۸۱: ۱۴۷).

براساس مطالعات متعدد در منطقه ثامن، معلوم می‌شود که میانگین سکونت مالکان در حد بالایی بوده و روابط حسنه و صمیمی با همسایگان خود دارند و به‌طور غالب از سرمایه اجتماعی برخوردارند و بالأخره خاطرات تلخ و شیرین از خانه و محله دارند و به علت نزدیکی به حرم مطهر علاقه شدیدی به خانه و محله پیدا کرده‌اند؛ در نتیجه، فروش ملک برای مالکان بسیار سخت است و قیمت بالاتری را مطرح می‌کنند. به نظر مالکان این منطقه که در جوار حرم مطهر قرار دارد، بهترین نقطه شهر برای فعالیت‌های سودآور اقتصادی و تجاری است. اجاره‌بهای بالای مغازه‌ها و مراکز اقامتی و همچنین تغییر کاربری‌های غیرقانونی و متعدد منازل مسکونی به اقامتی شاهدهی بر این مدعا است.

افزایش زیرین و اجرای طرح نوسازی و بهسازی باعث افزایش قیمت‌ها شده و از نظر مالکان اجرای طرح باعث سودآوری بیشتری برای مالکان شده است؛ اما شیوه قیمت‌گذاری این میزان از قیمت را از دید مالکان توجه نکرده و باعث نگرش منفی شده است.

به‌طور کلی عوامل مؤثر بر قیمت مسکن به دو دسته تقسیم می‌شود:

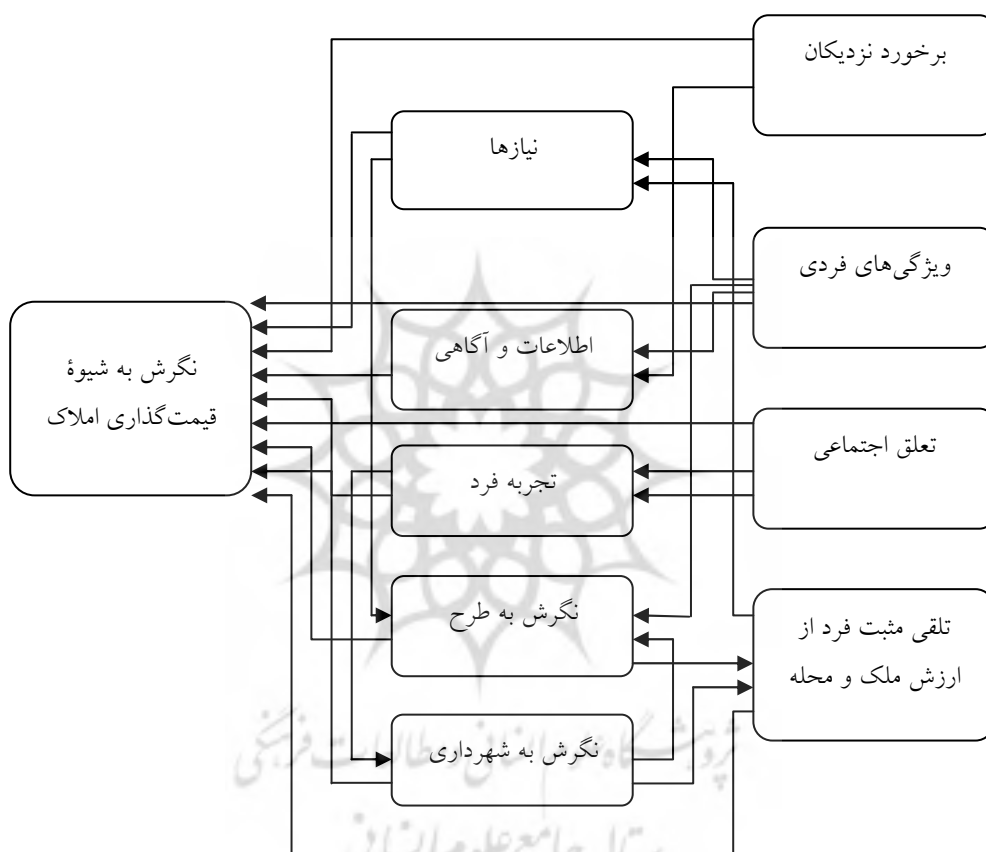
دسته اول تابع قانون عرضه و تقاضای بازار است و دسته دوم شامل عوامل غیربنیادی است که خارج از عملکرد بخش مسکن بر قیمت تأثیر می‌گذارند (قلی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۲۳). برخی نوسانات قیمت را تحت تأثیر عوامل کمی و کیفی تحلیل می‌کنند (دلال پورمحمدی، ۱۳۷۹: ۱۱۳)؛ مثلاً ارزش املاک تابعی از عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، مقررات دولتی، فیزیکی و محیطی است (رفیعی، ۱۳۷۰). مالکان منطقه ثامن تحت تأثیر نظرات دوستان، خویشاوندان و همسایگان قرار می‌گیرند، در ارتباط با شیوه قیمت‌گذاری به نظر آنها رجوع می‌کنند (لطفی، ۱۳۸۱: ۵۴؛ روشبلا، ماری و ادیل، ۱۳۷۱: ۱۲۴). ویژگی‌های فردی افراد هم نمایانگر برخی از صفات اجتماعی افراد و هم بر نگرش افراد تأثیرگذار هستند، افراد مسن‌تر محتاط‌تر هستند و علاقه و پیوند آن‌ها به محله و همسایه‌ها بیشتر است؛ در نتیجه، تعلق اجتماعی آن‌ها بیشتر بوده و بر نگرششان تأثیر می‌گذارد.



## ۵. فرضیه‌های تحقیق

- ۱) هر چه اطلاعات فرد بیشتر باشد، نگرش او نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک مثبت‌تر خواهد بود.
- ۲) هر چه برخورد نزدیکان فرد نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک مثبت‌تر باشد، نگرش فرد نیز به شیوه قیمت‌گذاری مثبت‌تر خواهد بود.
- ۳) هر چه تجربه منفی فرد بیشتر باشد؛ در نتیجه نگرش او نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک منفی‌تر خواهد بود.
- ۴) نگرش فرد به طرح نوسازی و بهسازی بافت فرسوده بر نگرش وی نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک تأثیر مثبتی دارد.
- ۵) نگرش فرد نسبت به شهرداری بر نگرش وی نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک تأثیر مثبتی دارد.
- ۶) هر چه تلقی مثبت فرد از ارزش ملک و محله خود بیشتر باشد، نگرش او نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک منفی‌تر است.
- ۷) نیازهای فرد بر نگرش او نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک تأثیر منفی دارد.
- ۸) تعلق اجتماعی فرد بر نگرش او نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک تأثیر منفی دارد.
- ۹) هر چه سن افراد بیشتر باشد، نگرش آنها نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک نیز منفی‌تر خواهد بود.
- ۱۰) نگرش زنان نسبت به نگرش مردان مثبت‌تر خواهد بود.
- ۱۱) هر چه نگرش فرد به شهرداری مثبت‌تر باشد، تلقی مثبت فرد از ارزش ملک و محله او نیز بیشتر می‌شود.
- ۱۲) هر چه نگرش به شهرداری فرد منفی‌تر باشد، نگرش به طرح نوسازی و بهسازی او نیز منفی‌تر خواهد بود.
- ۱۳) هر چه نیازهای فرد بیشتر باشد، نگرش او نسبت به طرح نوسازی و بهسازی منفی‌تر خواهد بود.

- ۱۴) هر چه نگرش فرد نسبت به طرح نوسازی و بهسازی بافت فرسوده مثبت‌تر باشد، تلقی مثبت فرد از ارزش ملک و محله وی نیز بیشتر خواهد بود.
- ۱۵) هر چه تعلق اجتماعی فرد بیشتر باشد، نگرش او نسبت به طرح نوسازی و بهسازی منفی‌تر خواهد بود.



شکل ۳- مدل تحلیل نظری

#### ۶. روش تحقیق

روش پژوهش با توجه به گستردگی جامعه آماری جنبه توصیفی-تبیینی و پیمایشی است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسش‌نامه است.

## ۷. جامعه آماری

جامعه آماری کلیه مالکان بافت فرسوده منطقه ثامن مشهد است که با نسبت‌های مختلف در ۴ قطاع توزیع شده‌اند. این مالکان بر مبنای کاربری ملکشان به مالکان تجاری، مسکونی و اقامتی تقسیم می‌شوند.

## ۷.۱. حجم نمونه

به دلیل این که مقدار  $N$  (تعداد مالکان منطقه ثامن) را نداریم، تعداد کل پلاک‌ها را به عنوان  $N$  در نظر گرفته و از فرمول کوکران زیر استفاده کردیم:

$$n = \frac{t^2 pq}{d^2} = \frac{1/96^2 \times 0/80 \times 0/20}{0/0025} = 250$$

$$1 + \frac{1}{N} \left( \frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right) = 1 + \frac{1}{7176} \left( \frac{1/96^2 \times 0/80 \times 0/20}{0/0025} - 1 \right)$$

جامعه آماری برابر با پلاک‌ها ۷۱۷۶ و حجم نمونه ۲۵۰ نفر در نظر گرفتیم. با توجه به محدودیت جامعه آماری از حیث تعداد و همچنین مشکلات مربوط به دسترسی به نمونه‌ها در برآورد حجم نمونه نسبت  $p$  و  $q$  نامساوی در نظر گرفته شده است.

روش نمونه‌گیری: روش نمونه‌گیری این پژوهش، نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب با سهم است که منظور از طبقه، همان قطاع‌های ۱، ۲، ۳، ۴ منطقه ثامن است در جدول زیر حجم نمونه هر قطاع محاسبه و ملاحظه می‌شود:

جدول ۱- تعداد پلاک‌های مسکونی در هر قطاع

| شماره قطاع     | تعداد پلاک‌های مسکونی |
|----------------|-----------------------|
| ۱              | ۲۱۸                   |
| ۲              | ۱۱۱۱                  |
| ۳              | ۱۸۷۱                  |
| ۴              | ۳۹۷۶                  |
| جمع کل پلاک‌ها | ۷۱۷۶                  |

جدول ۲- حجم نمونه در هر قطاع

| شماره قطاع   | تعداد پلاک‌ها |
|--------------|---------------|
| ۱            | ۱۰            |
| ۲            | ۴۰            |
| ۳            | ۷۰            |
| ۴            | ۱۴۰           |
| کل حجم نمونه | ۲۵۰           |

## ۲.۷. تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق

## ۲.۷.۱. تعریف متغیر وابسته: نگرش مالکان به شیوه قیمت‌گذاری املاک

منظور، کلیه باورها و عقاید، احساسات و عواطف و آمادگی‌های انجام اعمالی است که مالکان نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک در منطقه‌ی ثامن دارند.

در بعد شناختی نگرش به کارشناسان قیمت‌گذار و باورهای فرد نسبت به قیمت پیشنهادی در بعد عاطفی احساسات نسبت به شیوه قیمت‌گذاری و احساس رضایت و عدم رضایت از قیمت را بیان می‌کند. در بعد آمادگی برای عمل می‌توان به شیوه قیمت‌گذاری و آمادگی فروش به قیمت کارشناسان را تعریف کرد.

## ۲.۷.۲. تعریف عملیاتی متغیرهای مستقل

متغیر تجربه فرد در مورد شیوه قیمت‌گذاری به‌طور مستقیم و غیرمستقیم

متغیر نگرش به شهرداری با توجه به خواسته‌ها و حقوق مردم

متغیر نیازهای فعلی و مهم زندگی فرد با توجه به مقدار هزینه زندگی ماهانه

متغیر برخورد نزدیکان که منظور از آن برخورد افرادی است که فرد برای درستی یا غلط‌بودن تصمیم یا رفتارشان به رأی آن‌ها توجه می‌کند؛ مانند افراد خانواده، همسایه‌ها، افراد خبره و مشاوران املاک

متغیر نگرش به طرح نوسازی و بهسازی اطراف حرم که آیا این طرح به موقع تمام می‌شود و تا چه اندازه برای محله و مردم منافع در بر دارد و با آن موافق یا مخالف‌اند.

متغیر تعلق اجتماعی: وابستگی و تعلق خاطر افراد به محل زندگی که می‌تواند دلایل مختلفی؛ مانند خاطرات گذشته و اتفاقات خوشایند و ناخوشایند داشته باشد.

متغیر تلقی مثبت فرد از ارزش ملک و محله خود: با توجه به موقعیت ملک و فاصله آن تا محل کار و نزدیک بودن به حرم مطهر و از نظر اقتصادی و تجاری مالکان از آینده محله و ملک خود متأثر شده‌اند.

متغیر ویژگی‌های مالک؛ مانند سن، جنس، تحصیلات، شغل، محل کار، سابقه مالکیت، سابقه سکونت یا اشتغال در بافت، تعداد فرزند، تعداد خانوار ساکن در ملک

متغیر ویژگی‌های ملک: مساحت ملک، کاربری و نوع مالکیت ملک

۸. روایی و پایایی پرسش‌نامه

روایی پرسش‌نامه محتوایی است و پایایی آن با توجه به این که اغلب سؤالات به صورت طیف لیکرت طرح شده‌اند؛ لذا از ضریب آلفای کرانباخ برای دستیابی به دقت سنجش استفاده شده است: در جدول زیر ضرایب آلفای کرانباخ متغیرهای مستقل و وابسته مشاهده می‌شود.

جدول ۳- پایایی گویه‌های متغیرهای تحقیق

| نوع متغیر | نام متغیر                           | تعداد گویه‌ها | آلفای کرانباخ |
|-----------|-------------------------------------|---------------|---------------|
| وابسته    | نگرش مالکان نسبت به شیوه قیمت‌گذاری | ۸             | ۰/۸           |
| مستقل     | تعلق اجتماعی                        | ۴             | ۰/۵           |
| مستقل     | نگرش نسبت به طرح نوسازی و بهسازی    | ۴             | ۰/۶۴          |
| مستقل     | تلقی مثبت فرد از ارزش ملک و محله    | ۳             | ۰/۵۰          |
| مستقل     | تجربه مالک                          | ۴             | ۰/۵۷          |
| مستقل     | نگرش به شهرداری                     | ۴             | ۰/۶۹          |

#### ۹. یافته‌های تحقیق

##### ۹.۱. آماره‌های توصیفی ویژگی‌های پاسخگویان:

میانگین سن مالکان، ۶۱/۵ سال است. بیشتر مالکان مرد هستند. میانگین سطح تحصیلات مالکان ابتدایی است. بیشتر مالکان دارای شغل آزاد هستند. میانگین مدت مالکیت، ۳۳/۷

سال است. میانگین سابقه سکونت مالکان ۳۷/۵ سال است. میانگین تعداد فرزندان مالکان ۵ فرزند است. میانگین تعداد خانوار ساکن در ملک هر مالک ۱/۶ خانوار است. میانگین فاصله ملک هر مالک تا حرم به صورت پیاده ۹/۲ دقیقه است. میانگین مساحت ملک هر مالک ۱۴۴/۵ متر است. بیشترین کاربری املاک مسکونی است و بیشترین نوع مالکیت در این بافت ملکی است.

جدول ۴- آماره‌های توصیفی و ویژگی‌های فردی پاسخگویان

| متغیر                    | سطح سنجش | میانگین | میانه         | نما | انحراف معیار | واریانس | کمترین | بیشترین |
|--------------------------|----------|---------|---------------|-----|--------------|---------|--------|---------|
| سن                       | فاصله‌ای | ۶۱/۵    | ۶۱            | ۵۵  | ۱۲/۸۳        | ۱۶۲/۲۱  | ۳۰     | ۹۰      |
| جنس                      | اسمی     | -----   | ۱ (مرد)       | ۱   | -----        | ---     | ۱      | ۲       |
| تحصیلات                  | ترتیبی   | -----   | ۲ (ابتدایی)   | ۲   | ۱/۴۱         | ۲/۰۱    | ۱      | ۹       |
| شغل                      | اسمی     | -----   | ۲ (آزاد)      | ۲   | ---          | ---     | ۱      | ۷       |
| محل کار                  | اسمی     | -----   | ۱ (داخل بافت) | ۱   | ---          | ---     | ۱      | ۲       |
| مدت مالکیت               | فاصله‌ای | ۳۳/۷    | ۳۰            | ۳۰  | ۲۱/۴۰        | ۴۵۸/۱۸  | ۳      | ۱۵۰     |
| سابقه سکونت              | فاصله‌ای | ۳۷/۵    | ۳۵            | ۳۰  | ۲۰/۰۸        | ۴۰۳/۵۸  | ۲      | ۱۰۰     |
| تعداد فرزندان            | فاصله‌ای | ۵       | ۵             | ۴/۵ | ۲/۲۸         | ۵/۲     | ۰      | ۱۳      |
| تعداد خانوار ساکن در ملک | فاصله‌ای | ۱/۶     | ۱             | ۱   | ۰/۸۵         | ۰/۸۳    | ۱      | ۵       |
| فاصله تا حرم             | فاصله‌ای | ۹/۲     | ۱۰            | ۱۰  | ۵/۱۵         | ۲۶/۵۵   | ۲      | ۳۰      |
| مساحت ملک                | فاصله‌ای | ۱۴۴/۵   | ۱۲۵           | ۱۰  | ۱۲۰/۱۰       | ۱۴۴۲۵   | ۱۳/۵   | ۸۰۰     |
| نوع کاربری               | اسمی     | -----   | ۱ (مسکونی)    | ۱   | ---          | ---     | ۱      | ۵       |
| نوع مالکیت               | اسمی     | -----   | ۱ (ملکی)      | ۱   | ---          | ---     | ۱      | ۵       |

در مورد آماره‌های متغیرهای مستقل و وابسته، نتایج زیر حاصل شده است:

میانگین نمره نگرش مالکان به شیوه قیمت‌گذاری املاک ۱۶/۵ است. میانگین بعد شناختی نگرش مالکان ۸/۰۳ است. میانگین بعد عاطفی نگرش مالکان ۴/۶ است. میانگین بعد رفتاری نگرش مالکان ۳/۸ است. میانگین اطلاعات مالکان از شیوه قیمت‌گذاری املاک

۱. چون در قبل از انقلاب در منطقه ثامن خرابی‌ها و تعریض معابر اتفاق افتاد؛ لذا مقدار مساحت باقی‌مانده برای بعضی از قطعات اندک است.

۲/۲ است. میانگین تجربه منفی مالک ۹/۹۲ است. میانگین نگرش مالکان به شهرداری ۱۱/۲۹ است.

نمای شاخص برخورد نزدیکان مالک با مالک ۴؛ یعنی بیشتر نزدیکان مالکان در صورت فروش ملک با قیمت کارشناسی با آن‌ها مخالفت می‌کنند. میانگین تعلق اجتماعی مالکان در بازه بین ۴ تا ۲۰، ۱۲/۳۷ است؛ بنابراین می‌توان گفت که میزان تعلق اجتماعی مالکان در حد متوسط است. میانگین نگرش مالکان به طرح بهسازی و نوسازی در بازه بین ۴ تا ۲۰، ۸/۸۴ است؛ یعنی نگرش مالکان، طرح در حد منفی است. میانگین تلقی مثبت مالکان از ارزش ملک و محله خود در بازه ۳ تا ۱۵، ۹/۲۷ است. میانگین نیاز مالکان به پول ماهیانه برای رفع مشکلات و هزینه‌های زندگی شان ۸۸۰۰۰۰ تومان است. جدول زیر آماره‌های توصیفی متغیرهای وابسته و مستقل را نشان می‌دهد.

جدول ۵- آماره‌های توصیفی مستقل و وابسته

| توصیف متغیرهای وابسته و مستقل | سطح سنجش                         | میانگین | میانه | نما | انحراف معیار | واریانس | کمترین | بیشترین |
|-------------------------------|----------------------------------|---------|-------|-----|--------------|---------|--------|---------|
| وابسته                        | بعد شناختی                       | ۸/۰۳    | ۸     | ۴   | ۳/۰۴         | ۹/۲۹    | ۴      | ۱۷      |
|                               | بعد عاطفی                        | ۴/۶     | ۵     | ۴   | ۱/۷۰         | ۲/۹۱    | ۲      | ۱۰      |
|                               | بعد رفتاری                       | ۳/۸     | ۴     | ۲   | ۱/۸۶         | ۳/۴۸    | ۲      | ۱۲      |
|                               | شاخص نگرش                        | ۱۶/۵۶   | ۱۶    | ۱۵  | ۵/۳۹         | ۲۹/۱۰   | ۸      | ۳۵      |
| مستقل                         | اطلاعات فرد                      | ۲/۲۰    | ۲     | ۳   | ۰/۸۰         | ۰/۶۴    | ۱      | ۳       |
|                               | تجربه منفی مالک                  | ۹/۹۲    | ۱۰    | ۱۱  | ۳/۱۴         | ۹/۸۷    | ۴      | ۱۸      |
|                               | نگرش به شهرداری                  | ۱۱/۲۹   | ۱۱    | ۱۰  | ۳/۳۱         | ۱۰/۹۴   | ۶      | ۱۹      |
|                               | برخورد نزدیکان                   | ---     | ۳     | ۴   | ۱/۲۸         | ۱/۶۶    | ۱      | ۴       |
|                               | تعلق اجتماعی                     | ۱۲/۳۷   | ۱۲    | ۱۲  | ۲/۶۹         | ۷/۲۵    | ۴      | ۲۰      |
|                               | نگرش به طرح                      | ۸/۸۴    | ۹     | ۸   | ۲/۸۷         | ۸/۲۴    | ۴      | ۲۰      |
|                               | تلقی مثبت فرد از ارزش ملک و محله | ۹/۲۷    | ۹     | ۱۱  | ۲/۴۷         | ۶/۱۴    | ۳      | ۱۵      |
|                               | نیازها                           | ۰/۸۸    | ۰/۷۰  | ۱   | ۰/۵۸         | ۰/۳۴    | ۰/۲۰   | ۳       |

## ۲. آماره‌های استنباطی

## تحلیل‌های دو متغیره

جدول زیر متغیرهای مستقل را با نگرش نسبت به شیوه قیمت‌گذاری (متغیر وابسته)

نشان می‌دهد.

جدول ۶- همبستگی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته

| متغیرهای مستقل                                  | ضریب همبستگی | ضریب تعیین | ضریب تعیین تعدیل شده | سطح معنی‌داری | رابطه همبستگی |
|---|--------------|------------|----------------------|---------------|---------------|
| اطلاعات فرد                                     | ۰/۲۳۶        | ۰/۰۵۶      | ۰/۰۴۴                | ۰/۰۳۵         | دارد          |
| تجربه منفی فرد                                  | -۰/۳۸۱       | ۰/۱۴۵      | ۰/۱۴۰                | ۰/۰۰۰         | دارد          |
| نگرش فرد به طرح‌نوسازی                          | ۰/۵۴۲        | ۰/۲۹۴      | ۰/۲۹۱                | ۰/۰۰۰         | دارد          |
| نگرش فرد نسبت به شهرداری                        | ۰/۴۹۹        | ۰/۲۴۹      | ۰/۲۴۵                | ۰/۰۰۰         | دارد          |
| تلقی مثبت فرد از ارزش ملک و محله                | ۰/۱۸۲        | ۰/۰۳۳      | ۰/۰۲۹                | ۰/۰۰۶         | دارد          |
| نیازهای فرد                                     | -۰/۲۷۵       | ۰/۰۷۶      | ۰/۰۷۱                | ۰/۰۰۰         | دارد          |
| تعلق اجتماعی فرد                                | ۰/۱۰۹        | ۰/۰۱۲      | ۰/۰۰۸                | ۰/۰۹۱         | ندارد         |
| سن افراد  | ۰/۰۵۹        | ۰/۰۰۳      | -۰/۰۰۱               | ۰/۳۵۹         | ندارد         |
| نگرش مثبت نسبت به شهرداری و ارزش ملک            | ۰/۱۲۰        | ۰/۰۱۴      | ۰/۰۱۰                | ۰/۰۸۸         | ندارد         |
| نگرش منفی نسبت به شهرداری و طرح‌نوسازی و بهسازی | ۰/۰۵۵۷       | ۰/۳۱۰      | ۰/۳۰۷                | ۰/۰۰۰         | دارد          |
| نیازهای بیشتر فرد و نگرش منفی نسبت به طرح       | -۰/۳۱۶       | ۰/۱۰۰      | ۰/۰۹۶                | ۰/۰۰۰         | دارد          |
| نگرش مثبت فرد نسبت به طرح‌نوسازی و ارزش ملک     | ۰/۱۰۱        | ۰/۰۱۰      | ۰/۰۰۶                | ۰/۱۲۵         | ندارد         |
| تعلق اجتماعی فرد بیشتر و نگرش نسبت به طرح منفی  | ۰/۰۰۰        | ۰/۰۰۰      | -۰/۰۰۴               | ۰/۹۹۹         | ندارد         |
| سابقه مالکیت و نگرش به قیمت‌گذاری               | ۰/۰۰۷        | ۰/۰۰۰      | -۰/۰۰۵               | ۰/۹۲۹         | ندارد         |
| تعداد فرزندان                                   | ۰/۱۳۰        | ۰/۰۱۷      | ۰/۰۱۳                | ۰/۳۵          | ندارد         |



در مورد فرضیه برخورد نزدیکان فرد نسبت به شیوه قیمت گذاری اگر مثبت باشد، نگرش فرد هم نسبت به شیوه قیمت گذاری مثبت تر خواهد بود، چون آزمون فرضیه کندهال b سطح معنی داری ۰/۵۹۴ بیشتر از ۰/۰۵ است؛ لذا این فرضیه از آزمون رد عبور نمی کند. و در مورد فرضیه نگرش زنان نسبت به مردان مرتبط با شیوه قیمت گذاری مثبت تر خواهد بود؟ با آزمون t-test و سطح معنی داری ۰/۲۰۱ که بیشتر از ۰/۰۵ است و می توان گفت که این فرضیه تأیید نمی شود.

### رگرسیون چندگانه

برای تحلیل واریانس آزمون رگرسیون چندگانه و گام به گام استفاده شده است. در مجموع از ۱۵ متغیر مستقل چهار متغیر باقی ماندند، خلاصه مدل رگرسیون چندگانه در جدول زیر مشاهده می شود:

جدول ۷- خلاصه مدل رگرسیون چندگانه

| شماره گام | ضرب همبستگی | ضرب تعیین | ضرب تعیین تعدیل شده | خطای استاندارد برآورد | مقدار آماره F | سطح معنی داری |
|-----------|-------------|-----------|---------------------|-----------------------|---------------|---------------|
| ۱         | ۰/۵۳۰       | ۰/۲۸۱     | ۰/۲۴۹               | ۴/۲۰۷۷۷               | ۸/۶۱۲         | ۰/۰۰          |
| ۲         | ۰/۸۳۵       | ۰/۵۴۰     | ۰/۴۹۶               | ۳/۴۴۵۶۹               | ۱۲/۳۲۵        | ۰/۰۰          |
| ۳         | ۰/۸۱۸       | ۰/۶۷۰     | ۰/۶۲۰               | ۲/۹۹۲۴۴               | ۱۳/۵۰۹        | ۰/۰۰          |
| ۴         | ۰/۸۷۱       | ۰/۷۵۸     | ۰/۷۰۷               | ۲/۶۲۵۶۴               | ۱۴/۹۰۵        | ۰/۰۰          |

همان طور که ملاحظه می شود متغیرهای مستقل این پژوهش به مقدار ۰/۸۷۱ با متغیر وابسته همبستگی داشته و یا به عبارتی می توانند نزدیک به ۷۰ درصد از تغییرات نگرش به شیوه قیمت گذاری را توضیح دهند. مقدار آماره  $F=14/905$  و  $sig=0/000$  در سطح معنی داری قابل قبولی قرار دارد.

متغیرهای مستقل مؤثر بر نگرش به شیوه قیمت گذاری املاک در جدول زیر ملاحظه

می شود:

## جدول ۸- ضرایب رگرسیون چندگانه

| متغیرها            | B      | خطای استاندارد | Beta  | T      | سطح معنی داری |
|--------------------|--------|----------------|-------|--------|---------------|
| عرض از مبدأ        | -۵/۲۲۱ | ۲/۶۱۹          |       | -۱/۹۹۳ | ۰/۰۶۱         |
| نگرش به طرح نوسازی | ۰/۷۱۵  | ۰/۱۷۹          | ۰/۴۵۵ | ۳/۹۹۸  | ۰/۰۰۱         |
| اطلاعات فرد        | ۲/۸۸۳  | ۰/۶۶۳          | ۰/۴۹۵ | ۴/۳۵۱  | ۰/۰۰۰         |
| فاصله تا حرم       | ۰/۶۰۱  | ۰/۱۵۸          | ۰/۴۴۹ | ۳/۸۰۴  | ۰/۰۰۱         |
| برخورد نزدیکان     | ۱/۲۸۳  | ۰/۴۸۶          | ۰/۳۱۴ | ۲/۶۴۲  | ۰/۰۱۶         |

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود. هر چهار متغیر باعث نگرش مثبت‌تر نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک می‌شوند. متغیر اطلاعات فرد با بیشترین (Beta=۰/۴۹۵) تأثیر را بر نگرش مالکان دارد؛ یعنی اطلاعات بیشتر نسبت به شیوه قیمت‌گذاری باعث نگرش مثبت به شیوه قیمت‌گذاری می‌شود.

دومین متغیر که بیشترین میزان تأثیر را بر متغیر وابسته دارد، متغیر نگرش به طرح نوسازی و بهسازی اطراف حرم است. این متغیر با Beta=۰/۴۵۵ گویای این است که هر چقدر نگرش به طرح مثبت‌تر باشد، نگرش به شیوه قیمت‌گذاری هم مثبت‌تر می‌شود.

سومین متغیر، فاصله تا حرم است که بر نگرش فرد به شیوه قیمت‌گذاری با ضریب Beta=۰/۴۴۹ تأثیرگذار است، به این معنی که هر چه فاصله ملک تا حرم بیشتر باشد، نگرش وی نسبت به قیمت‌گذاری مثبت‌تر است. چهارمین متغیر برخورد نزدیکان با مالک با ضریب تأثیر Beta=۰/۳۱۴ که بر نگرش مالک بر شیوه قیمت‌گذاری تأثیر می‌گذارد؛ یعنی برخورد نزدیکان در مورد قیمت کارشناسی به صورت تأیید و تشویق باشد، نگرش مالک نسبت به شیوه قیمت‌گذاری مثبت‌تر است.

براساس نتایج رگرسیون بالا، معادله رگرسیونی استاندارد و غیراستاندارد متغیرهای

چندگانه به صورت زیر می‌توان نوشت:

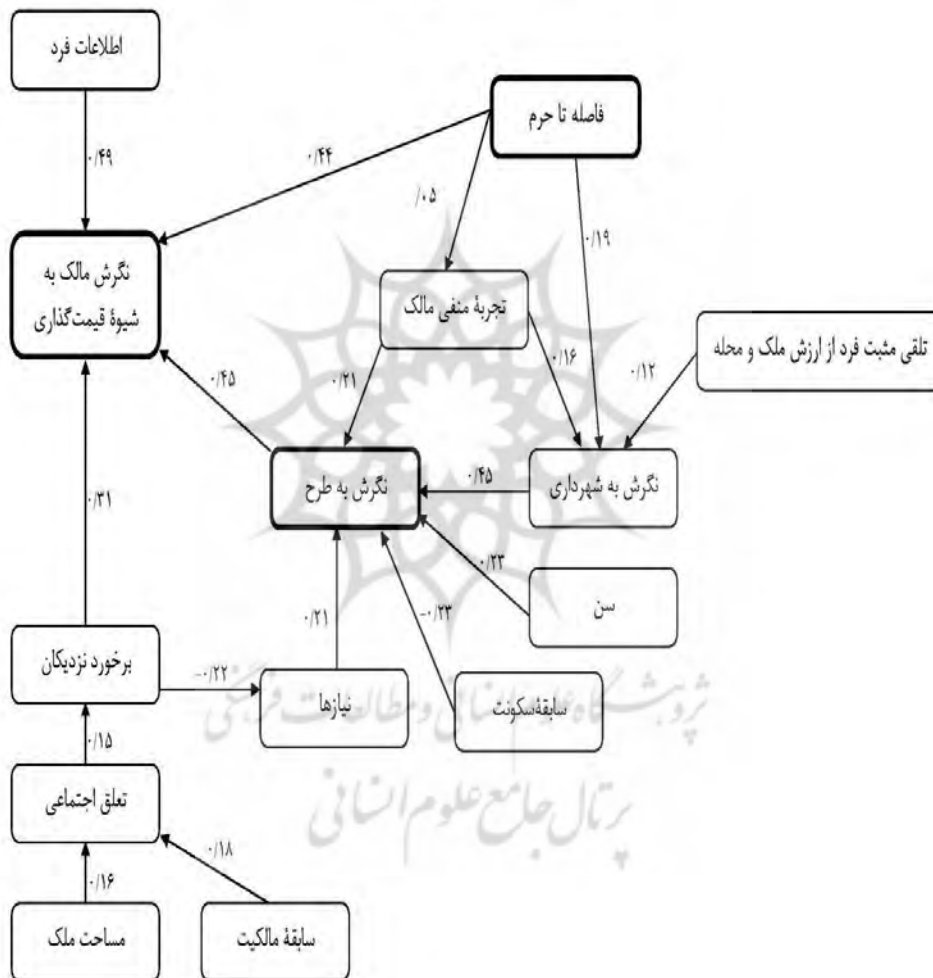
برخورد نزدیکان (۱/۲۸) + فاصله تا حرم (۰/۶۰) + نگرش به طرح (۰/۷۱) + اطلاعات فرد

$$y = -5/122 + (2/88) \text{ (معادله رگرسیون غیراستاندارد)}$$

برخورد نزدیکان (۰/۳۱) فاصله تا حرم (۰/۴۴) + نگرش به طرح (۰/۴۵) + اطلاعات فرد  
 $y = (۰/۴۹)$  (معادله رگرسیون استاندارد)

## تحلیل مسیر

شکل ۴- تحلیل مسیر



با استفاده از وزن بتا که همان ضریب مسیر است، مقدار اثر هر متغیر را تعیین می‌کنیم.  
 تحلیل مسیر مشخص می‌کند اثر هر متغیر تا چه حد مستقیم و تا چه حد غیرمستقیم است.

به این ترتیب، تحلیل مسیر به طریق فهم ساده‌ای اطلاعات زیادی درباره فرآیندهای علی فراهم می‌آورد. در تحلیل مسیر ضمن تأثیر اثر هر متغیر مستقیم بر متغیر وابسته، ضریب بتا را مورد توجه قرار داده و آن متغیری که بیشترین ضریب بتا را به خود اختصاص داده، به عنوان متغیر وابسته در مرحله بعد وارد سیستم می‌شود تا تأثیر متغیرهای مستقل بر آن بررسی شود. از این مرحله متغیر وابسته کنار گذاشته می‌شوند تا رابطه علی بین آن‌ها مشخص شود.

در این تحقیق در گام اول چهار متغیر، نگرش به طرح، اطلاعات فرد، فاصله تا حرم و برخورد نزدیکان به‌طور مستقیم با متغیر وابسته تحقیق که همان نگرش مالک به شیوه قیمت‌گذاری است، بررسی شد که در قسمت متغیرهای چندگانه ضرایب و تأثیر آن بیان شد.

گام دوم: چون متغیر نگرش به طرح با ضریب  $Beta = 0/455$  از سایر متغیرها بیشتر بوده، به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته می‌شود و بقیه متغیرها مستقل در نظر گرفته می‌شوند. در نتیجه، دو متغیر نگرش مالک به شهرداری با ضریب تعیین  $0/333$  و متغیر نیازها با ضریب تعیین  $0/44$  رابطه معنی‌داری با متغیر وابسته داشته‌اند.

گام سوم: از دو متغیر فوق؛ یعنی متغیر نگرش مالک به شهرداری را به دلیل داشتن ضریب تأثیر بیشتر به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته و مساحت ملک را به عنوان مستقل در نظر می‌گیریم.

گام چهارم: در این گام نیازهای مالکان را به‌عنوان متغیر وابسته در نظر می‌گیریم و تعلق اجتماعی را به‌عنوان متغیر مستقل مورد توجه قرار می‌دهیم.

#### ۱۰. نتیجه‌گیری

با توجه به ویژگی‌های فردی، میانگین بالای ویژگی‌هایی؛ چون سن، مدت سکونت، سابقه مالکیت، تعداد فرزندان، کاربری مسکونی و درصد قابل توجه تعداد مالکانی که در

ملک آنها بیش از یک خانوار زندگی می‌کنند، همچنین سطح تحصیلات پایین، فاصله اندک تا حرم بسیار قابل توجه هستند.

در توصیف نگرش مالکان نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک می‌توان گفت: ۶۶/۲۶ درصد از مالکان نسبت به شیوه قیمت‌گذاری نگرش منفی دارند و ۶۸ درصد از مالکان هیچ اطلاع درستی نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک نداشته‌اند؛ یعنی نمی‌دانستند که چه افرادی املاک را قیمت‌گذاری می‌کنند. ۴۲/۲۹ درصد از مالکان در حد کم و خیلی کم تجربه منفی نسبت به قیمت‌گذاری داشتند، ۴۰ درصد تا حدودی و ۱۷/۷۱ درصد زیاد و خیلی زیاد تجربه منفی نسبت به قیمت‌گذاری داشتند. ۶۰/۸۳ درصد از مالکان نسبت به شهرداری نگرش منفی و خیلی منفی داشتند.

حدود ۲۰ درصد از مالکان با اعضای خانواده، همسایه‌ها و افراد خبره در حد زیاد و خیلی زیاد راجع به قیمت ملک خود مشورت می‌کنند، ۴۴ درصد تا حدودی و ۳۵ درصد کم و خیلی کم، حدود ۳۴/۵ درصد از مالکان نسبت به محله احساس تعلق زیاد و خیلی زیاد دارند، ۲۳ درصد کم و خیلی کم و ۴۲/۵ درصد تا حدودی احساس تعلق نسبت به محله خود دارند. ۶۹/۵ درصد از مالکان نسبت به طرح بهسازی و نوسازی بافت فرسوده نگرش منفی داشتند، تنها ۴/۵ درصد نگرش مثبت به طرح دارند. حدود ۳۳ درصد از مالکان نسبت به ارزش ملک و محله‌شان در حد کم و خیلی کم و ۳۳/۵ درصد در حد زیاد و خیلی زیاد و ۴۳ درصد تا حدودی تلقی مثبتی از ارزش ملک و محله‌شان دارند.

۵۱/۳۸ درصد از مالکن ابراز داشته‌اند که در ماه بین ۲۰۰ تا ۷۶۰ هزار تومان درآمد دارند، ۳۲ درصد بین ۷۶۰ تا ۱۳۲۰۰۰۰ تومان درآمد را لازمه رفع نیازهایشان می‌دانند و ۱۶ درصد بالاتر از رقم فوق را برای برطرف کردن نیازهایشان اعلام کرده‌اند.

در نتایج تحلیل‌های دومتغیره هرچه قدر اطلاعات فرد بیشتر باشد، نگرش او نسبت به قیمت‌گذاری مثبت‌تر خواهد بود و با یافته‌های کاوان، آبرا جانو و سینگ مطابقت می‌کند و هر چه تجربه منفی فرد بیشتر باشد، در نتیجه نگرش او نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک منفی‌تر خواهد بود و با تحقیق دومارشی و کاوان همخوانی دارد.

نگرش فرد به طرح نوسازی و بهسازی بافت فرسوده بر نگرش وی نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک تأثیر مثبتی دارد. نگرش فرد نسبت به شهرداری بر نگرش وی نسبت به شیوه قیمت‌گذاری تأثیر مثبتی دارد. هرچه تلقی مثبت فرد از ارزش ملک و محله خود بیشتر باشد، نگرش او نسبت به شیوه قیمت‌گذاری منفی‌تر است، نیازهای فرد بر نگرش او نسبت به شیوه قیمت‌گذاری املاک تأثیر منفی دارد.

هر چه نگرش به شهرداری فرد منفی‌تر باشد، نگرش به طرح نوسازی و بهسازی او نیز منفی‌تر خواهد بود. هر چه نیازهای فرد بیشتر باشد، نگرش او نسبت به طرح نوسازی و بهسازی منفی‌تر خواهد بود.

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد که مؤثرترین متغیر بر نگرش مالکان به شیوه قیمت‌گذاری املاک، میزان اطلاعات آنها در مورد شیوه قیمت‌گذاری با ضریب تأثیر ۰/۴۹۶ است. سپس متغیرهای اثرگذار بر نگرش مالکان به شیوه قیمت‌گذاری عبارت‌اند از طرح نوسازی و بهسازی، فاصله ملک تا حرم و درنهایت، برخورد نزدیکان مالک با وی. چهار متغیر فوق ۷۰ درصد از واریانس متغیر وابسته را توضیح می‌دهند. بعد عاطفی با اطلاعات و آگاهی‌های مالکان رابطه قوی دارند و نگرش را متأثر می‌سازند. نگرش مثبت مالک نسبت به طرح نوسازی و بهسازی، نگرش وی را نسبت به قیمت‌گذاری املاک مثبت‌تر می‌کند.

اگر فاصله ملک تا حرم بیشتر باشد، نظر مالک نسبت به شیوه قیمت‌گذاری مثبت‌تر است؛ زیرا املاک نزدیک به حرم ارزش بیشتری دارند و حساسیت وی نسبت به قیمت بیشتر می‌شود.

هر چقدر برخورد نزدیکان مالک در رابطه با تصمیم به فروش و قیمت مالک مثبت‌تر باشد، نگرش وی نسبت به قیمت هم مثبت‌تر خواهد بود و با یافته‌های کاستروسی مطابقت می‌کند.

## کتاب نامه

۱. آئینی، محمد. (۱۳۸۸). موضوعات اقتصادی، مالی و مدیریتی در بهسازی و نوسازی بافت‌های فرسوده شهری. تهران: مرکز تحقیقات ساختمان و مسکن
۲. آپورت، گوردن؛ جونز، ادوارد. (۱۳۷۱). روان‌شناسی اجتماعی از آغاز تا کنون. ترجمه محمدتقی منشی طوسی، مشهد: آستان قدس رضوی
۳. بهادری، لیدا. (۱۳۷۶). توسعه شهری از طریق احیا و زنده‌سازی بافت فرسوده شهر بیرجند. تهران: دانشگاه شهید بهشتی
۴. حبیبی، محسن و مقصودی، ملیحه. (۱۳۸۶). مرمت شهری. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۵. حسینی، سیدجواد. (۱۳۸۷). مشارکت پایدار مردمی در نوسازی و بازسازی بافت‌های فرسوده شهری. مشهد: سخن‌گستر.
۶. حناچی، سیمین و مژگانی، پروانه. (۱۳۸۷). «اصول بهسازی و بازسازی فضاهای فرسوده شهری توسط عناصر مبلمان شهری» در مجموعه مقالات همایش بهسازی و نوسازی بافت‌های فرسوده مشهد. ص ۹.
۷. خدیوی‌غ (۱۳۸۶). بررسی مسائل و مشکلات ساکنین در اجرای طرح بهسازی و نوسازی بافت پیرامون حرم مطهر در قطاع ۴. مشهد: شرکت عمران و مسکن‌سازان ثامن
۸. دلال پور محمدی، محمدرضا. (۱۳۷۹). برنامه‌ریزی مسکن، تهران: انتشارات سمت
۹. رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۷۲). سنجش نگرش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی. تهران: مرکز تحقیقات جهاد سازندگی
۱۰. رفیعی، اصغر. (۱۳۷۱). «شناخت عوامل مؤثر بر قیمت زمین مسکونی در مناطق مختلف شهری». مجموعه مقالات سمینار شهرهای جدید. تهران: شرکت عمران شهرهای جدید
۱۱. رهنما، محمدرحیم. (۱۳۸۷). «اثرات اجرای طرح‌های بهسازی و نوسازی مرکز شهر مشهد». مجله جغرافیا و توسعه، بهار و تابستان، شماره ۱۱. صص ۱۸۰-۱۵۷
۱۲. ستوده، هدایت. (۱۳۸۸). روان‌شناسی اجتماعی. تهران: آوای نور
۱۳. شرکت عمران و مسکن‌سازان ثامن. (۱۳۸۵). آشنایی با طرح نوسازی و بهسازی بافت مرکزی

مشهد

۱۴. ۱۴-شماعی، علی و پوراحمد، احمد. (۱۳۸۳). «تحلیلی بر سیاست‌ها و برنامه‌های بهسازی و نوسازی شهری». *مجله پژوهش‌های جغرافیایی*. دوره ۳۶. شماره ۴۹. صص ۲۰۲-۱۷۹
۱۵. ۱۵-عباسی، هادی و رضوی، روح‌الله. (۱۳۸۵). «طراحی مدل مفهومی اقتصادی برای احیاء و بازسازی بافت‌های فرسوده». دومین سمینار ساخت و ساز در پایتخت
۱۶. ۱۶-عندلیب، علیرضا. (۱۳۸۵). *نگاهی نوبه راهبردها و سیاست‌های نوسازی بافت‌های فرسوده شهر تهران*. تهران: سازمان نوسازی شهر تهران
۱۷. ۱۷-کهربایی، علیرضا. (۱۳۸۵). *سنجش افکار پیرامون اقدامات مربوط به طرح نوسازی و بازسازی بافت شهری پیرامون حرم مطهر، مشهد*. مشهد: شرکت عمران و مسکن سازان ثامن
۱۸. ۱۸-فرانزوی، استیون. (۱۳۸۱). *روانشناسی اجتماعی*. مترجمین: مهرداد فیروزبخت و منصور قنادان. تهران: خدمات فرهنگی رسا
۱۹. ۱۹-فلامکی، محمد منصور. (۱۳۸۶). *باززنده‌سازی بناها و شهرهای تاریخی*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
۲۰. ۲۰-قلی‌زاده، علی‌اکبر. (۱۳۸۷). *نظریه قیمت مسکن در ایران*. همدان: انتشارات نورعلم
۲۱. ۲۱-لطفی، حمید. (۱۳۸۱). *روانشناسی اجتماعی*. لطفی. تهران: لطفی
۲۲. ۲۲-مقایسه آماره‌های شهری کلان‌شهرهای کشور. (۱۳۸۸)
۲۳. ۲۳-موسوی، حمیدرضا. (۱۳۸۵). «ضرورت به‌کارگیری الگوی فرآیند طراحی شهری با تمرکز مشارکت مردم در برنامه‌ریزی و طراحی بافت‌های فرسوده و ناکارآمد شهری». *سمینار ساخت و ساز در پایتخت*. صص ۴-۱۵.
۲۴. ۲۴-مولوی، ابراهیم (۱۳۸۷). «باززنده‌سازی و احیای بافت‌های فرسوده». *مجموعه مقالات همایش بهسازی و نوسازی بافت‌های فرسوده شهری*. مشهد
25. Allport, G. W. (1935). Attitudes, In C. Murchison (Ed). *Handbook of social psychology*. Worcester, MA: Clark University Press.
26. Atkinson Rob. (1999). "Discourses of Partnership and Empowerment in Contemporary British Urban Regeneration." *Urban Studies*, Vol. 36, No. 1. pp 59-72.
27. Caitlin Knowles Myers. (2005). *Inequality in Housing and Labor Markets: Three Essays*. The University of Texas at Austin



28. Chris Knights. (2008). *Urban Regeneration: A Theological Perspective from the West End Newcastle*. Tyne: The Expository Times.
29. Eagly, A. H. & Chaiken, S. (1998). Attitude structure and function. In D. Gilbert, S. T. Fiske, & Lindsey (Eds.) *Handbook of social psychology*. Vol. 1. pp 509-566
30. Kwon Jeamok. (2008). FACTORS INFLUENCING RESIDENTS' ATTITUDES TOWARD TOURISM MARKETING AS A DEVELOPMENT STRATEGY. unpublished dissertation, Michigan state university
31. Edwards Claire. (2001). "Inclusion in Regeneration: A Place for Disabled People?." *Urban Studies*. vo: 35. no:2. Pp 267-286
32. J. Cooley Jonna. (2009). *The Use of Contact theory To Explain Attitudes Toward Gay Men and Lesbians*. Walden University.
33. Jung, C. G. (2011). *Psychological Types, Collected Works*. Volume 6. Princeton. NJ: Princeton University Press.
34. PAUL J. MAGINN, *Towards more effective community participation in urban regeneration: the potential of collaborative planning and applied ethnography* SAGE Publications (London, Thousand Oaks and New Delhi)
35. Phau Ian, Kea Garick. (2007). "Attitudes of University Students toward Business Ethics: A Cross National Investigation of Australia, Singapore and Hong Kong." *Journal of Business Ethics*.
36. Scott Gill, Campbell Jim and Brown Usha. (2002). "Child care, social inclusion and urban regeneration." *Critical Social Policy*. vol. 22. no. 2. Pp 226-246.
37. Teresa Maria, Souza Xavier o, *The effect of land use regulation on housing price and informality: A model applied to Curitiba*. Brazil: Proquest.
38. Uduku Ola. (1999). "Beneficial urban redevelopment: a Cape Town-Liverpool comparison." *Environment & Urbanization*. Vol 11. No 2. pp 95-112
39. Vicari Serena. (2001). Naples: "Urban Regeneration and Exclusion in the Italian South." *European Urban and Regional Studies*, vol. 8. no 2. pp 103-115.