

بخش زیادی ی ی
 B ی ی ی
 60-65 ی کند. ی
 2-3 کالر ی بخش زیاد نمک طعام مورد نی بویژه
 کم ی ی ی
 ی ی ی همیشه کوشی
 ی محصول حساس را کنترل کن .
 ی ی ی ی ی
 کرده ی ی ی
 کننده و تولیدکننده تاثیر ی ی
 ارزان که برا دولت و کشور بسی ی
 ی (1377). ی دهد که یک کارگر ساده برا
 ی یک کی ی ی 12 یقه، در کانادا 18 ی یک 13 ی
 ی ی 16 ی 34 یقه کار کند. ی یک کی یین کارگر بای
 ی 7 ی 20 یقه، در کانادا 45 ی یکا 1 15 ی یک
 3 ی ی 2 ی 12 ی 3 24 یقه کار کند.
 ی ی ی 2 ی 50 یقه، در کانادا 15 ی یکا 12
 ی یک 48 ی ی ی 17 ی 27 یقه کار کند. ی
 که قی ی ی ی یر کشورها بسیار
 ی ی ی است که جور گرانی ی
 ی ی کشد و طبیی است که به علت پایین ی ی ی
 کننده نی ی کننده به آسانی
 نظر کند و (1378). ی ی
 است که قابل مصرف است اما بخش زی ی ی ی

برآورد تمایل به پرداخت مصرف‌کنندگان برای افزایش ...

ی شود که ای ۱ کننده ۲ کی ۳ یی است که این کی ۴ یی ۵ ی

ی ۶ ی ۷ ی
است چرا که تغیی ۸ ی
بیر در کی ۹ ی
کنونی به دنبال آن است که تعیی ۱۰ کنندگان
یش کی ۱۱ ی
یش کی ۱۲ ی
کنندگان برا ۱۳ ی
یش کی ۱۴ ی
یش کی ۱۵ ی
یش کی ۱۶ ی
کنندگان ۱۷ ی

کالاها ۱۸

طور کلی می ۱۹ کالاها را به کالاها ۲۰
کالاهایی هستند که مکانی ۲۱
کالاها ۲۲ وسیله ۲۳
یافت کلی ۲۴ کالاها و خد ۲۵
وجود دارد که عبارتند از: ۲۶

یرمتکی ۲۷

ی ۲۸ یی ۲۹ ی
ی ۳۰ ی
ی ۳۱ ی
ی ۳۲ ی
ی ۳۳ ی
ی ۳۴ ی
ی ۳۵ ی
ی ۳۶ ی
ی ۳۷ ی
ی ۳۸ ی
ی ۳۹ ی
ی ۴۰ ی
ی ۴۱ ی
ی ۴۲ ی
ی ۴۳ ی
ی ۴۴ ی
ی ۴۵ ی
ی ۴۶ ی
ی ۴۷ ی
ی ۴۸ ی
ی ۴۹ ی
ی ۵۰ ی

برآورد تمایل به پرداخت مصرف‌کنندگان برای افزایش ...

ی کند، تکنیک ارزش ۱ ی (CVM) کار گرفته
 ی تکنیک، روش ارزش ی (1379).
 ی ی (CVM)
 تکنیک CVM
 است که
 ی (اکبر) ی (1383). سخنی، ی ی ی
 بین ارزش کالاها و خدمات
 رایج بین روش، مصاحبه با افراد در مکان مورد
 ی این صورت که از
 کیفیت کالا
 دهندگان و ضرب آن در تعداد کل افراد که از مکان ی
 ی برند، مقدار ارزش کلی را که مردم برای آن کالا ی
 برآورد کند (کاران 1993).
 ی ی CVM ی است که در اثر
 ی یا کی ی ی از کالاها و خدمات عمومی ی ی ی
 ی ی کالاها و خدمات
 (1380) ی (1996). ی ی ی
 ی ی ی کالاهایی استفاده می که بازار
 ی ی CVM ی کالاهایی که در حال

1 -Contingent Valuation Method

از سکنه ی ی (یت کاربرد دارد. ی) ی که خالی
 1947 وسیله ی ی شکار از آن استفاده کرد. ی
 (1963) ی ی
 1963 تا کنون در ی ی بویژه کالاها ی ی

یاد شده، اکنون به یک روش قابل قبول در دنی بویژه یکا و به یک
 ارزش کالاها ی ی - ی ی
 (1382 ی)

CVM ی ی
 ی ی ی ی ق پست و تلفن تکمی ی
 CVM های ی ی)
 (... ی ی - ی ی CVM ی
 CVM ی ی کالا ی ی
 ی ی ی بیشترین ی کمترین
 ی ی با تکنیک ی قابل طرح است که برخی ی
 تکنیک س ی پیش تکرار ی ی، تکنیک کارت پرداخت
 و تکنیک انتخاب دوتایی .

(1) ی (WTP) ی ی ی ی
 که قیمت کالا در نمودار (1) OA ی ی OD ی ی
 ی توان تصور کرد که منحنی « ی « ی یاد شده
 ی کالا بوده و بنابراین ی

ی کند. یکس مطلوبی ی
 (ی ی)
 که روش CVM ی ی (اکبر کاران 1386)
) (1379).
 ی ی کنندگان ی ی
 1386 بررسی می کند. ی ی تصور وجود دارد که کالایی
 ی ی ی ی ی ی
 ی موجود در بازار که دولت در تعیی ی کند، رخ داده است و به همین
 دلیل ی ی ی ی کالاها ی ی ی ی
 چنین ی ی که در ای ی کنندگان برا ی
 کی ی ی ی
 ی کنونی ی ی ی ی
 ی ی ی یکس استفاده کر .
 ی ی ی کنندگان
 دست آمده از شرکت خدمات بازرگانی 13)
 (1386 ی ی ی ی که تعداد
 ی ی ی کم بوده و هدف تحقیق کنونی،
 ی ی اند که تعداد ی ی
 30 ی ی یا بیش ی ی) -
 (ی ی) - ی ی (ی ی) ی ی -
 (ی ی) ی ی، سنگگ و نی ی ()
 . چنین دست آمده از شرکت غله حاکی از آن بوده که در سال 1386
 75 ی 450 ی ی
 که بیش ی ی 75 ی ی استفاده

برآورد تمایل به پرداخت مصرف‌کنندگان برای افزایش ...

می‌کرده
 ی کرده اند، برا
 ی 450
 ی و سنگ،
 75
 450
 (1)

1386 (1)

ی	ی
200	
150	ی *
250	ی ی
350	ی
600	سنگ
280	ی
600	ی

شرکت غله و سی « »

* ی ناوند و بدون ناوند بوده است که قی

کنندگان برا
 ی شد که برا
 ی
 CVM
 یک شکل بوده، تنها ی
 70
 ی
 1112
 که میشل و کارسون (1989) ی کرده‌اند که کمینه
 CVM ی

(2)

کل	ی	ی	ی	ی	سنگک	ی	ی	ی	ی
1112	39	321	91	37	124	450	50		
100	3/5	28/9	8/2	3/3	11/1	40/5	4/5		

ی ی

(3) یز تعداد و درصد افراد موافق با هر نوع کی ی

(3) هر نوع کی ی

ی	ی	ی	ی	ی	ی	سنگک	ی	ی	ی	ی	ی	ی	ی	ی
20/5	8	7/8	25	11	10	8	3	8	10	4/9	22	6	3	ی
48/7	19	43/9	141	51/6	47	46	17	46	57	44/7	201	42	21	
28/2	11	40/2	129	33	30	46	17	38/7	48	40/4	182	50	25	
2/6	1	8/1	26	4/4	4	0	0	7/3	9	10	45	2	1	ی

ی ی

ی

ی

ی

*

مین کل

(3) دیده ی شود که در می

بیش ی ی 20/5 درصد و کم ی ی

4/9 ی . چنین بیش ی

10 درصد موافق و کم ی ی سنگک با صفر درصد

(4) بیش ی بیش ی

ی . گفتنی است که تعداد افراد موافق با کی ی

برآورد تمایل به پرداخت مصرف‌کنندگان برای افزایش ...

کنار گذاشته شده است. ی

(4) بیش ی

ی	ی	ی	ی	ی	ی	ی	
19	202	52	17	76	278	34	
61/3	68/2	64/2	50	66/7	65	72/3	

ی

(4) یده ی شود که درصد موافق

بیش ی

کی ی ی سنگگ 50 ی

ی سنگگ، افراد بیش ی

بیش ی بنابراین ی

کنندگان را برا (سنگگ) (5) ی

ی

ی

(5) ی ی ی ی ی

ی	ی	ی	ی	ی	ی	ی	
600	150	280	250	200	350		(ی)
%28/2	%39/5	%33/8	%34/6	%37/47	%29/8		ی ی ی ی
%13/5	%23/5	%18/3	%20/9	%22/6	%11/9		ی
170	60	95	90	75	100		ی ی ی ی ی (ی)
770	210	375	340	275	450		(ی) ی ی

ی

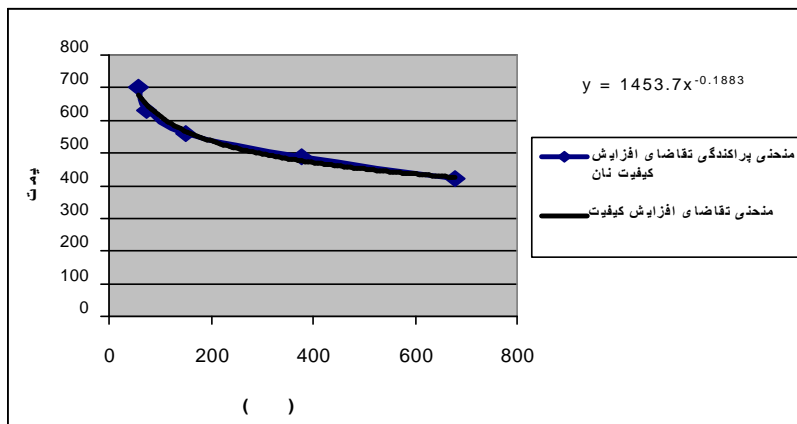
(5) دیده می شود که مصرف کنندگان
 29/8 ی ی 37/47 ی
 34/6 ی ی 33/8 ی ی 39/5 ی ی
 28/2 ی ی () ی ی
 275 ی ی 340 ی ی 450 ی ی
 210 ی ی 770 ی ی 375 ی ی
 5 ی ی نکته . ی ی
 این است که مصرف کنندگان برا ی ی
 ی ی ی ی ی ی ی ی
 ی ی ی ی ی ی ی ی
 کنندگان بابت افزایش کی ی ی
 کالا مرکب ب کار گرفته شد تا مشخص شود که آی ی
 ی ی ی ی یک کالا مرکب ی ی
 کالا مرکب هیکس، در صورتی که ضریب ی ی
 کالاها برابر یک باشد، امکان جمع آن کالاها وجود دارد. ک ی
 ی ی ی ی ی ی ی ی
 0/975 دست آمده که ی ی 1 ی ی یاد شده
 یک کالا مرکب ی ی ی ی ی ی ی ی
 ی کل ی

یش کیه ی 350 ی 480 ی . (7)
 ی ی ی دهه که ی
 یش کیه ی (7) (2) می توان دید
 که برا کالا یش کیه ی (معکوس یه ی)

(7) ی یش کیه ی

		ی (ی ی)
65/8	678	420 ی (ی ی 20)
36/5	376	490 ی (ی ی 40)
14/6	151	560 ی (ی ی 60)
7/2	74	630 ی (ی ی 80)
5/7	59	700 ی (ی ی 100)

ی ی :



(2) ی یش کیه ی

(3) * * * (9)

	t	*	*	*
0/0000	6/980	0/342	2/393	C
0/1112	1/594	0/037	0/060	SEX
0/1878	1/318	0/038	0/050	LnAGE
0/0612	-1/874	0/040	-0/076	MARRIAGE
0/1912	-1/308	0/026	-0/035	LnX1
0/5995	0/525	0/035	0/018	JOB
0/0061	2/748	0/026	0/071	LnINCOME
0/0606	1/879	0/018	0/034	LnEDUCATION
0/1249	1/536	0/019	0/030	LnX2
0/0000	-5/811	0/012	-0/075	LnX3
0/0000	20/247	0/030	0/625	AR(1)
Prob(F-Statistic)=0/000		F-Statistic=55/883		R ² =0/455

* *

(9) دیده می شود که متغیر

(INCOME)

5

بی (X3)

*

(MARRIAGE)

بی (EDUCATION)

10

تاثیر

بیشینه

بی، باعث کاهش تمایز

* F

چنین

یش کی ی

ی

برابر صفر بوده که نشان می

R²

ی باشد که برا

45/5

R².

* ی

* ی

* ی

ی

* ی

* ی

* ی

* ی

* ی

* ی

برآورد تمایل به پرداخت مصرف‌کنندگان برای افزایش ...

مدل صورت گرفته که نشان می‌دهد مدل با مشکل ناهمبستگی
ی ی ی ی ی ی ی

نتیجه‌گیری و پیش

کنندگان برای ییش کی ی
شد که در 1112 ی . ی ی ی ی ی ی ی
سنگگ وجود دارد ییش کی ی ی ی ی ی ی ی
100 (29/8) ی ی
75 (37/47) ی ی ی ی ی ی ی
90 (34/6) ی ی ی ی ی ی ی
60 (39/5) ی ی ی ی ی ی ی
170 (28/2) ی ی ی ی ی ی ی
ی که قی ی ی ی ی ی ی ی

یز کم
-2 کالا مرکب و با توجه به ای که ضریب ی
یک بود، اثبات شد که می ی
یک کالا مرکب

-3 یق نشان داد که 65/8
موافق کی ی ی ی ی ی ی ی
37 ی ی ی ی ی ی ی
480 ی ی 350 ی ی ی ی ی ی ی

4-

یره حاکی از آن بوده که افزایش

بیش تاثیر ی

یش کی ی

بی تاثیر ی ی

یش کی ی تاثیر

این مطالعه، ی (1377) که نشد ی «66»

بیش که مشکل انتظار در صف و کی ی
« تایید ی کند.

چنین که درصد قابل توجهی کنندگان ی

یش کی ی پیش ی شود که در برخی مک

که با کی ی یک به استاندارد ی

کنند . ی ی ی یجاد شود که آرد آرد آزاد و با کی ی

(شکل) ی

گرفته باشد که ای کاهش ی کند . چنین

ی ی بتوان کی ی ی

ی ید کرد که ای ی

بنابراین کاهش ی ی

ی که عواملی ی

ی ی

کر ی ی ی کاهش داد و در عی

ی با کی ی کنندگان عرضه کرد.

- اکبر . . . (1383) . ی ی
در کمپی () دانشگاه
16 (3 4): 107-126 .
- اکبر . . . (1386) . ی ی
کنندگان خودرو ی
79 : 39-58 . ی (CVM) ی ی
(ی) ی ی (1382) . ی ی
ی نامه دکترا دانشگاه
(1379) . ی ی
ی پژوهشگاه ی ی
(1380) . ی ی
یدکنندگان می ی ی
: CVM ی
(2): 93-115 .
- کی ی . . . (1379) . ی ی کالا مرکب هیکس و تنور ی ی
کالا مرکب برا ی ی
بین کنفرانس اقتصاد کشاورز ی ی
1191-1217 . ی ی
(1378) . ی ی ی ی
(1377) . ی ی تکنولوژ ی ی
ی و اقتصاد کشاورز -

- Davis, R. (1963) The Value of Outdoor Recreation : An Economic Study of the Maine Woods, Doctoral dissertation in economics, Harvard University.
- Hicks, J. R. (1946) Value and Capital, 2nd Edition, Oxford Univ, Press: London.
- Kogiku, K. C. (1971) Microeconomic Models, Harper & Row, Publisher. Standard Book Number: 06-043746-4.
- Mitchell, R. C. and Carson, R. T. (1989) Using Survey to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method, Washington DC, Resources for the Future.
- Turner, R. K., Pearce, D. and Bateman, I. (1993) Environmental Economics, Johns Hopkins Press, Baltimore, MD.

Yin, Zh. and Yunlong, C. (1996) Using Contingent Valuation Method to Value Environmental Resources: A Riview, *Ecological Economics*, 243-253.

1

CVM

	D=0.05	D=0.10	D=0.15	D=0.20
V=1.5, a=0.10	2571	243	286	161
V=1.5, a=0.05	3458	865	385	217
V=2, a=0.10	4570	1143	508	286
V=2.5, a=0.05	6147	1537	683	385
V=2.5, a=0.10	7141	1786	794	447
V=2.5, a=0.05	9604	2401	1608	601

=V

=a

=D

بین زده شده که (1380) (یشل و کارسون)

2

CVM

CVM

به نظر شما در حال حاضر، کی ی

(ی ی CVM ی) (ی ی CVM ی)

(ی ی CVM ی) (ی ی CVM ی)

ی (ی ی CVM ی) ی (ی ی CVM ی)

کارشناسان بهداشت «

(ی ی CVM ی) (ی ی CVM ی)

تایید ی (ی ی CVM ی) ی (ی ی CVM ی)

ی (ی ی CVM ی)

برآورد تمایل به پرداخت مصرف‌کنندگان برای افزایش ...

ی که بی-	ی	35	ی	ی	ی	ی
	ی	42	ی	ی	ی	ی
(ی)				(ی)		49
(ی)				(ی)		56
(ی)				(ی)		63
(ی)				(ی)		70