

شناسایی عوامل مؤثر در افزایش درآمد حاصل از مغازه‌های وقفی بازار تهران

دکتر حجت ا... سوری *

نویسندگان:

دکتر سید کاظم صدر **

چکیده

افزایش عواید موقوفات کشور، می‌تواند نقشی بسزا در زمینه تأمین بخشی از خدمات عمومی مورد نیاز جامعه و بهبود توزیع درآمدها داشته باشد و در نتیجه واقفان و نوع دوستان در تأمین بخش گسترده‌ای از این گونه خدمات سهیم شوند. تحقق این هدف منوط به توسعه همه جانبه خدمات وقفی و بهره‌برداری بهینه از موقوفات است و در این میان شناسایی عوامل مؤثر بر درآمدهای وقفی اهمیت اساسی و نقشی مهم دارد. به این منظور نمونه‌ای از جامعه املاک و مستغلات تجاری در بخش جنوبی و مرکزی شهر تهران، که بازار اصلی شهر در آن قرار دارد و از لحاظ اقتصادی نیز حائز اهمیت است، انتخاب و مطالعه شده است.

نتایج حاصل از مدل مورد بحث در این مطالعه نشان می‌دهد، میزان درآمد حاصل از محل اجاره به عنوان مهم‌ترین منبع درآمدی موقوفات برای مغازه‌های وقفی بازار تهران در سال

* دکترای علوم اقتصادی دانشگاه امام صادق (ع) و سرپرست دفتر همایش‌های تخصصی و امور بین‌الملل مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی

un@hsouri.com

** استاد دانشکده اقتصاد و حقوق دانشگاه شهید بهشتی و عضو هیئت علمی دکترای علوم اقتصادی

۱۳۸۲ در مقایسه با مغازه‌های غیروقفی قابل توجه نیست و بستگی به تولید و شکل مدیریت آنها دارد. متوسط درآمد رقبات وقفی تحت مدیریت سازمان اوقاف کمتر از رقبات دارای تولید مستقل بوده و بازدهی رقبات اخیر نیز کمتر از موقوفاتی است که دارای متولیان منتخب به شکل هیئت امناست. علاوه بر این موارد، برخی عوامل محیطی و ویژگی‌های منطقه‌ای مانند قراردادن مغازه وقفی در راستای بازار، موقعیت بورس، ضلع شمالی بازار و همچنین طبقه اول از پاساژ نیز در این میان نقش آفرین هستند.

ایجاد تحول در مدیریت موقوفات با واگذاری اداره آنها به مدیرانی غیر از مدیران سازمان اوقاف و امور خیریه از یک طرف و تغییر ویژگی‌ها و موقعیت‌های محلی آنها از سوی دیگر، مانند تبدیل کوچه‌های بازار تهران به راستای بازار، کوچک سازی اندازه مغازه‌ها، کاهش مدت زمان قرارداد اجاره‌های وقفی، تسری بورس‌های خاص بازار به دیگر نقاط دارای مغازه‌های وقفی و واگذاری اختیار بیشتر به شریک‌های تجاری در مورد رقبات دارای اشتراک مالکیت از مهم‌ترین توصیه‌های سیاستی و اقدامات اجرایی این تحقیق برای افزایش اجاره‌های وقفی مغازه‌های بازار تهران است. این توصیه‌ها می‌تواند زمینه‌ساز بهبود درآمد اجاره‌های نزدیک به ۵۵۰۰ مغازه وقفی در این منطقه و در نتیجه بهبود کارکرد اقتصادی و اجتماعی آنها مطابق با نیت واقفان و در جهت توسعه خدمات عمومی باشد.

۱. مقدمه

انگیزه‌های نوع دوستانه و خدمات خیریه، ریشه در نهاد و سرشت بشریت دارد. وقف و خدمات خیریه که رفتاری برانگیخته از همین انگیزه است، دارای تاریخچه‌ای دیرینه در میان جوامع بشری و ملل و مذاهب است. وقف، نگهداری ثروت و قراردادن منافع آن برای شخص، اشخاص، عناوین و یا جهات مشخص است. بنابراین، به اشیای منقول و غیرمنقولی که به واسطه نیت فرد خیر نگهداری می‌شود موقوفه می‌گویند. وقف ریشه در حس نوع دوستی و عشق به ادامه حیات در نهاد بشری دارد، زیرا راهی برای تصرف در اموال پس از مرگ است و سرچشمه‌های ابدی برای انسان دوستی و نوع پرستی است و از راه‌های انتقال درآمد از نسلی به نسل دیگر با انگیزه‌های خیرخواهانه است.

با وجود آنکه در طول تاریخ همواره بخش گسترده‌ای از سرمایه ملی کشور وقف بوده است و بخشی از فعالیت‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی از محل منابع وقفی و درآمد آنها

تأمین مالی شده‌اند، در حال حاضر به نظر می‌رسد موقوفات کشور دارای درآمد مورد انتظار خود نیستند. از میان مجموعه دلایل پدید آورنده این وضعیت، شیوه بهره‌برداری از موقوفات، نحوه مدیریت آنها و انواع کاربری‌های وقفی از عوامل مهم و بررسی شدنی است. اینکه کدام یک از اشکال مدیریت وقف، نقش قابل توجهی در زمینه دستیابی به درآمدهای بیشتر را دارد، از جمله اهدافی است که در این مطالعه بررسی می‌شود. در این مقاله پس از آشنایی با وضعیت موقوفات تجاری بازار تهران اشکال مختلف بهره‌برداری از مغازه‌های وقفی بازار و سایر عواملی که بر درآمدزایی آنها مؤثر هستند، تشریح می‌شوند. سپس نتایج مربوط به اختلاف درآمد ناشی از اشکال مختلف اداره و مالکیت مستقلات تجاری مزبور که از نمونه منتخب در سال ۱۳۸۲ استخراج شده، ارائه می‌گردد. به دنبال آن، نقش ویژگی‌های موقعیتی و زمینه‌های قابل سرمایه‌گذاری برای تغییر آنها در شکل اجاره املاک تجاری یاد شده نیز مطالعه می‌شود. در آخر نیز برای محاسبه میزان اثرگذاری متغیرهای مختلف بر درآمد اجاره‌ای مغازه‌های وقفی بازار تهران به برآورد یک تابع اجاره برای مغازه‌های وقفی بازار تهران می‌پردازیم.

۲. مروری بر ادبیات تحقیق

گرچه در زمینه وقف و امور خیریه تحقیقات زیادی انجام شده است و منابع اسنادی و کتابخانه‌ای فراوانی در میان مسلمانان و غیر مسلمانان وجود دارد، عمده این منابع به طرح موضوعات و مسائل تاریخی، حقوقی، فقهی و دینی وقف اختصاص دارند و در زمینه مسائل مربوط به مدیریت و اقتصاد وقف مطالعات کمتری انجام شده است و به گونه‌ای این مجموعه از تحقیقات و منابع نوشتاری نیز توصیفی و به دور از روش‌ها و شیوه‌های علمی و دانشگاهی تدوین شده‌اند. بنابراین نمی‌توان برای مجموعه مباحث مربوط به مدیریت و اقتصاد وقف، پیشینه تحقیقاتی و ادبیاتی مشخصی معرفی کرد.

با وجود این، اخیراً به این مجموعه از مباحث توجهاتی شده است که بر اساس ویژگی‌های موضوع مورد بحث، برخی از منابع نوشتاری مرتبط با موضوع این مقاله را معرفی می‌کنیم. پیش از این مؤلف مقاله در این زمینه تحقیقاتی انجام داده که مهم‌ترین آنها بررسی نحوه بهره‌برداری از موقوفات جنوب شهر تهران است. در این تحقیق میدانی، محقق با استفاده از

روش‌های مقایسه‌ای بین مدیریتی و آزمون فرضیه F نشان داده که از میان انواع مدیریت وقفی در کشور کمترین عایدی وقفی مربوط به موقوفاتی است که تولیت آنها به عهده سازمان اوقاف و امور خیریه کشور است (سوری، ۱۳۸۲: ۹۷).

دیگر منابع تحقیقاتی کشور که در مورد مدیریت و اقتصاد وقف به رشته تحریر درآمده‌اند، برای ارزیابی مدیریت‌های وقفی و چگونگی بهره‌گیری از موقعیت‌های محیطی و جغرافیایی برای افزایش درآمدهای وقفی روش خاصی را به کار نگرفته‌اند. بنابراین، نمی‌توان از آنها به عنوان پیشینه مطالعاتی این تحقیق استفاده کرد.

از میان منابع خارجی نیز می‌توان از روش مقایسه‌ای احمداله خان نام برد (احمداله خان، ۱۹۹۸: ۱۳۹). وی استفاده از روش‌های اقتصادی مورد کاربرد بنگاه‌های اقتصادی نوین در حداکثرسازی منفعت را برای کارآمدی مؤسسات وقفی با ماهیت کسب منافع اقتصادی توصیه می‌کند. حشمت بصر نیز به روش‌های ماکزیمم سازی اقتصادی روآورده و از روش‌های تحلیل هزینه-فایده در بررسی میزان موفقیت مدیران مؤسسات وقفی استفاده می‌کند که به نوعی با روش‌های مورد استفاده در این مقاله شباهت دارد (بصر، ۱۹۸۶: ۲۱۷).

از دیگر تحقیقات انجام شده در این زمینه می‌توان به مطالعات کاظم عوان و یوسف احمد اشاره کرد که آنها نیز از روش‌های مقایسه‌ای بین انواع مدیریت استفاده کرده‌اند.^۱ همچنین اخیراً بانک توسعه اسلامی و وزارت اوقاف و شئون اسلامی کویت نتایج برخی اقدامات پیشنهادی خود را در زمینه افزایش درآمد موقوفات منتشر کرده‌اند و با تأکید بر الگوی تغییر وضعیت کاربری موقوفات در جنوب شهر کویت، خواستار استفاده دیگر کشورهای اسلامی از آن شده‌اند. الگویی که متأثر از به‌کارگیری مدیریت وقف با راه‌اندازی صندوق‌های مالی وقف است و نمونه آن در کشورهای غربی پیش از این به کار گرفته شده است (محمود، ۲۰۰۳: ۷۶).

با وجود این، موقوفات در کشور ما از جنبه‌های اقتصادی و مدیریتی دارای ویژگی‌های خاص است که نمی‌توان به الگوهای رایج در دیگر کشورها توجه کرد. به‌ویژه آنکه سال‌هاست که در کشورهای غربی وقف نامه‌ها به نحوی تدوین می‌شوند که امکان هرگونه تغییر در مدیریت

۱. کاظم عوان و یوسف احمد، ۱۹۶۸، ص ۱۴۳.

موقوفات و به‌ویژه تغییر در کاربری آنها را در جهت افزایش عواید وقفی فراهم می‌آورد و عمدتاً کشورهای اسلامی بر اساس یکسری مبانی فقهی در این زمینه‌ها با محدودیت‌های جدی مواجه‌اند که بررسی آنها در چارچوب موضوعات مورد نظر در این مقاله نیست.

۳. آشنایی با وضعیت رقبات تجاری وقفی بازار تهران و شیوه بهره‌برداری از آنها

۳-۱. کاربری رقبات اداری

موقوفه می‌تواند واحدهای معینی از اراضی، املاک، ابنیه و امثال آن و یا از قبیل منقولات مانند اثاثیه، کتب، تجهیزات، ماشین‌آلات و امثال آن باشد. به هر یک از این حصه‌ها و واحدهای تفکیک‌پذیر از یک موقوفه، رقبه می‌گویند. بنابراین، وقتی که یک مسجد موقوفه دارای ۴ مغازه است با احتساب خود مسجد این موقوفه دارای ۵ رقبه است. همچنین رقبه‌ای که به تبعیت از موقوفه خود تحت تولیت سازمان اوقاف و امور خیریه باشد، رقبه اداری می‌گویند. در مقابل، رقبه‌ای که تولیت آن با اشخاص است، رقبه غیر متصرفی و یا شخصی نامیده می‌شود و هر یک از رقبات اداری که تولیت آنها به امنای محلی واگذار شده است، رقبه هیئت امنایی نام دارد. با توجه به آنکه موضوع مورد بررسی در این مقاله، مغازه‌های وقفی بازار تهران است در ابتدا اطلاعات مورد نیاز مربوط به مجموعه اماکن وقفی تجاری در منطقه بازار تهران بررسی شده، و بر آن اساس به طور مشخص وضعیت مغازه‌های وقفی ارزیابی می‌شود.

در جدول ۱ اطلاعات مورد نیاز این تحقیق در مورد کاربری‌های مختلف برای رقبات تجاری تحت تولیت اداره اوقاف جنوب شهر تهران در خصوص منطقه بازار تهران برای سال ۱۳۸۲ ارائه شده است. در سازمان اوقاف و امور خیریه برای هر موقوفه یک دفتر معین وجود دارد که اطلاعات مربوط به درآمد و مصارف رقبات هر موقوفه به تفکیک در آن ثبت می‌شود و سپس این اطلاعات به نرم افزارهایی که برای پردازش اطلاعات موقوفات تهیه شده است، انتقال می‌یابد. بنابراین، به تفکیک اطلاعات مربوط به اماکن مختلف وقفی و از جمله اماکن تجاری و مغازه‌ها شامل عنوان موقوفه، تعداد رقبات، مساحت هریک از آنها، کاربری رقبه، درآمد سالانه آنها و هزینه‌ها وجود دارد. با استناد به این مجموعه از اطلاعات که از اداره انفورماتیک سازمان

اوقاف و امور خیریه کشور اخذ شده است، مجموعه آمار و ارقام مندرج در جدول‌های این مقاله تنظیم و ارائه شده‌اند. اجاره متوسط مندرج در ستون ۵ جدول ۱ میزان اجاره برای هر متر مربع از یک رقبه در سال ۱۳۸۲ است و اطلاعات مندرج در جدول تنها شامل رقباتی است که اجاره داده شده‌اند و همان‌گونه که بیان شد، این مقاله تنها به کاربری‌های تجاری اختصاص دارد.

جدول ۱. اطلاعات مربوط به رقبه‌های اداری دارای کاربری تجاری بازار تهران، برای سال ۱۳۸۲ (هزار ریال)

ردیف	عنوان	تعداد رقبه	مساحت کل (متر مربع)	اجاره کل	اجاره متوسط
۱	بالکن	۳۹	۱۱۱	۸۲۰۰	۷۳.۹
۲	بالاخانه	۸	۱۵۴	۲۶۰۰	۱۶.۹
۳	سالن تجاری	۲۲	۲۵۵	۴۹۰۰	۱۹.۲
۴	دکه	۴۲	۱۰۳	۱۵۶۰۰	۱۵۱.۴
۵	زیرزمین	۳۷	۱۰۷	۱۲۰۰۰	۱۱۲.۱
۶	کارگاه تجاری	۹	۹۱۸	۱۲۱۰۰	۱۳.۱
۷	ساختمان تجاری	۱۷	۹۲۵۰	۱۵۲۰۰	۱.۷
۸	عرصه و اعیان تجاری	۴	۴۰۹۹	۱۴۲۰۰	۳.۵
۹	مغازه	۱۹۸۰	۵۴۴۰۱	۴۸۲۰۰۰	۸۸.۶
۱۰	انبار	۲۱۵	۵۰۹	۱۵۸۷۰۰	۳۱۱.۸
۱۱	زمین تجاری	۲۶	۲۵۸۱	۲۵۲۰۰۰	۹۷.۶
۱۲	آب انبار با کاربری تجاری	۳	۹۶۵	۱۱۴۰۰۰	۱۱۸

• ارقام اجاره مربوط به کل سال ۱۳۸۲ است و اجاره ماهانه نیست.

منبع: اداره انفورماتیک سازمان اوقاف و امور خیریه کشور.

بالاترین مبلغ اجاره کل سنواتی مربوط به شماره ۹ با عنوان مغازه برای ۱۹۸۰ رقبه بوده است. گرچه مغازه‌ها از نظر اجاره متوسط، بالاترین مقادیر را ندارند، فراوانی این رقبات و اجاره کل آنها در مقایسه با سایر کاربری‌های تجاری بسیار بالاست. مساحت آنها معادل ۵۴۴۰۱ متر مربع و به طور متوسط اجاره کل هر متر مربع از مغازه‌های وقفی سالانه ۸۷ هزار ریال و ماهانه ۷ هزار ریال بوده است. بنابراین با تقسیم مساحت کل به تعداد مغازه‌ها به طور میانگین هر مغازه ۲۷/۵ متر زیربنا خواهد داشت که بیانگر اجاره‌ای معادل ۲۰۰ هزار ریال در ماه و ۲۳۰۸ هزار ریال

در سال است، که با توجه به محل استقرار مغازه‌ها به نظر می‌رسد، اجاره سالانه هر مغازه معادل اجاره یک ماه برای یک مغازه شخصی با چنین مترژی باشد. اکتفا به ارقام مربوط به اجاره مغازه‌ها و صرف نظر از دیگر موارد درآمد، به دلیل آن است که بر اساس اطلاعات موجود بیش از ۸۰ درصد کل درآمد یک مغازه وقفی از محل اجاره است و سایر موارد درآمد جنبه اتفاقی و غیرمستمر دارد.

۳-۲. کاربری رقبات با تولیت اشخاص

در جدول ۲ اطلاعات مربوط به کاربری رقبات تجاری با تولیت اشخاص درج شده است. سازمان اوقاف و امور خیریه بر اساس قانون تنها بر این مجموعه از رقبات وقفی نظارت دارد و متولیان آنها را واقفان تعیین کرده‌اند.

جدول ۲. اطلاعات مربوط به رقبه‌های با تولیت اشخاص دارای کاربری تجاری
بازار تهران برای سال ۱۳۸۲ (هزار ریال)

ردیف	عنوان	تعداد رقبه	مساحت کل (متر مربع)	اجاره کل	اجاره متوسط
۱	انبار	۵۶	۷۸۳	۴۵۰۰	۵,۷
۲	ساختمان تجاری	۸	۸۸۶	۶۲۰۰	۷
۳	آب انبار تجاری	۵	۱۷۸۸	۴۹۰۰	۲,۷
۴	عرصه و اعیان تجاری	۳	۱۵۴۹	۷۵۰۰	۴,۸
۵	کاروانسرا با کاربری تجاری	۷	۱۲	۱۱۰۰	۹۱,۷
۶	سالن تجاری	۵	۱۹۲	۱۱۰۰	۵,۷
۷	سقاخانه با کاربری تجاری	۲	۳۵۴۷	۱۲۰۰	۰,۳
۸	مغازه	۳۴۳۷	۴۸۰۵۸	۴۸۷۹۰۰۰	۱۰۱,۵
۹	دکه	۴۰۲	۱۳۲۴۵	۳۱۳۰۰	۲۳,۶
۱۰	بالاخانه	۶۵	۱۵۴	۱۰۰۲۰۰	۱۰,۵
۱۱	زیرزمین	۱۱۹	۹۵۷۳	۲۷۱۰۰۰	۲۸,۳
۱۲	صحن سرای تجاری	۶۹	۵۸۴۴۴	۹۷۶۰۰	۱,۷
۱۳	زمین تجاری	۱۰۰	۱۰۴۹۰	۹۴۷۰۰	۹

• ارقام اجاره مربوط به کل سال ۱۳۸۲ است و اجاره ماهانه نیست.

منبع: اداره انفورماتیک سازمان اوقاف و امور خیریه کشور.

بیشترین میزان از اجاره کل در میان رقبات با تولید اشخاص نیز همانند رقبات اداری مربوط به کاربری مغازه با ۳۴۲۷ دهنه مغازه و مساحتی معادل ۴۸۰۵۸ متر مربع است، که جمع درآمد حاصل از محل اجاره سالانه آنها برای سال ۱۳۸۲ معادل ۴۸۷۹ میلیون ریال بوده و متوسط اجاره هر مترمربع مغازه‌های وقفی بالاتر از سایر کاربری‌های تجاری است. با توجه به روش محاسبه‌ای که در مورد مغازه‌های اداری بیان شد، اجاره سالانه هر دهنه مغازه ۱۴ متری ۱۴۱۶ هزار ریال است که در مقایسه با مغازه‌های تحت مالکیت اشخاص حقیقی بخش خصوصی مبلغ قابل توجهی نیست و حتی می‌توان آن را معادل اجاره یک دوره ده روزه به حساب آورد.

۳-۳. شیوه‌های بهره‌برداری از رقبات وقفی

در حال حاضر بهره‌برداری از رقبات وقفی به دو شیوه کلی انجام می‌شود. شیوه اول در قالب راه‌اندازی و اجرای عملیات اقتصادی مختلف در اراضی و ابنیه وقفی شکل می‌گیرد. بدین صورت که حسب نیات واقفان سازمان متولی رقبات، نسبت به ایجاد واحدها و بنگاه‌های اقتصادی اقدام نماید و در این‌گونه اراضی و اماکن با انجام فعالیت‌های مختلف تولیدی، خدماتی، تجاری و امثال آن نسبت به کسب درآمد مستقیم اقدام نمایند.

روش دوم، واگذاری فعالیت اقتصادی قابل تحقق از به‌کارگیری رقبات وقفی به بخش خصوصی و اکتفا کردن به درآمدهای قابل حصول از طریق واگذاری و اجاره این املاک است. هر یک از این دو شیوه بهره‌برداری ویژگی‌های خاص خود را دارند. شیوه اول در صورتی که با مدیریتی توانمند عملی شود، به‌طور چشمگیری منجر به افزایش درآمدهای وقفی می‌شود. این شیوه هم اکنون در بخشی از موقوفات تحت پوشش آستان قدس رضوی با تشکیل شرکت‌های مختلف تولیدی اعمال می‌شود و سازمان اوقاف و امور خیریه نیز در موارد اندکی همانند شرکت سوران مبادرت به این امر نموده است. در مقابل، شیوه دوم درآمد زیادی ندارد، ولی با سیستم اداری کشور انطباق بیشتری دارد. زیرا واگذاری حق اعیان و سرقفلی املاک نقش دولت را به تنظیم قراردادهای اجاره بابت آنها و دریافت حق اجاره‌های مشخص و مصارف عواید وقفی تنزل می‌دهد.

در هر حال سازمان اوقاف و امور خیریه قبل و بعد از انقلاب اسلامی روش دوم را برگزید و حق کسب (سرقفلی) بسیاری از رقبات وقفی تجاری و از جمله مغازه‌ها را به بخش خصوصی واگذار کرد و تنها در قبال این حقوق و باقی نگاه داشتن صرف مالکیت اراضی رقبات، حق پذیره و اجاره دریافت می‌کند. حق پذیره در قبال انتقال سرقفلی مغازه‌ها از مستأجری به مستأجر دیگر طبق قانون وصول می‌شود و مبلغ اجاره نیز مربوط به اجاره ملک است که بر اساس قراردادهای اجاره رقبات وقفی سالانه بر اساس نظرات کارشناسی دریافت می‌شود. این قراردادها همراه با مقررات و محدودیت‌های نقل و انتقال املاک و مستغلات و قوانین مربوط به روابط مالک و مستأجر و مالیات و عوارض آنها موجب شده است که افزایش تقاضا برای بهره‌برداری از مغازه‌های یادشده به افزایش در ارزش سرقفلی آنها و نه اجاره یا قیمت ملک به همان نسبت منجر شود. در نتیجه درآمدی که از محل اجاره و پذیره عاید متولی رقبه‌های مزبور می‌شود در مقایسه با درآمد سرقفلی آنها که نصیب مستأجران مغازه می‌شود، بسیار محدود است.

نمونه انتخاب شده در این مطالعه به طور کلی از مصادیق شیوه بهره‌برداری از موقوفات است و اصولاً در منطقه بازار تهران موقوفاتی که به طور مستقیم تحت بهره‌برداری سازمان اوقاف و امور خیریه باشند، وجود ندارد و همه مغازه‌های وقفی بازار اجاره‌ای هستند و سرقفلی آنها از قبل واگذار شده است.

• حق سرقفلی

اکنون با توجه به آنکه شیوه بهره‌برداری از موقوفات در این بررسی اهمیتی اساسی دارد، ضروری است با پدیده حقوقی سرقفلی آشنا شویم.

حق سرقفلی عبارت است از حقی که تاجر برای تقدم در ایجاد محل برای کسب و ادامه تجارت خود دارد (تاجگردون، ۱۳۷۹: ۸). مؤسسات تجاری، اغلب اوقات در ساختمان‌هایی تأسیس می‌شوند که مالکیت آنها متعلق به دیگران است و در نتیجه کوشش، فعالیت و پشتکار فروشنده برای محل کسب و فعالیت او مرغوبیت و ارزشی از ناحیه جلب مشتریان پیدا می‌شود، که نمی‌توان آن را نادیده گرفت و چون ادامه استقرار او در محلی است که کار خود را شروع کرده و توسعه داده، به موازات حقی که مالک محل از آن برخوردار است، تاجر و مستأجر نیز دارای

حقوقی می‌شوند که در اثر سعی و جدیت او به آن محل تعلق می‌گیرد. زیرا کاسی که عده‌ای را به عنوان مشتری برای مراجعه به محل کسب خود جلب کرده، ارزش محل را چند برابر نموده است. از این رو، هر کس جانشین او شود از نتیجه فعالیت سابق او استفاده خواهد کرد (همان، ص ۹).

برداشت عرف از سرقفلی، با عنوان فروش سرقفلی است و سرقفلی جزئی از مال الاجاره نیست. بنابراین پس از فروش سرقفلی، مالک حقی نسبت به آن ندارد. با چنین معامله‌ای فقط ملک در دست مالک باقی می‌ماند، که می‌تواند اجاره بهای متعارف آن را دریافت نماید، ولی اداره محل، تخلیه آن یا واگذاری آن به مستأجر دیگر در اختیار مستأجر قرار می‌گیرد و به قول عرف، می‌تواند سرقفلی خریداری شده محل را بفروشد و همه فقها بالاجماع اخذ آن را صحیح می‌دانند (گرجی، ۱۳۷۶: ۲۹).

امروزه به دلیل تحولاتی که در نظام عرضه و تقاضای اماکن تجاری در کشورمان شاهد آنها بوده‌ایم، ارزش سرقفلی مغازه‌ها به‌ویژه در اماکنی نظیر بازار تهران به‌طور فزاینده‌ای طی سال‌های بعد از انقلاب اسلامی افزایش یافته است. از طرف دیگر، دانستیم که سرقفلی بسیاری از مغازه‌های وقفی بازار تهران بنابر روال مرسوم و عمدتاً قبل از انقلاب اسلامی از سوی سازمان اوقاف و امور خیریه و متولیان رقبات غیرمتصرفی به مستأجران واگذار شده و تنها مالکیت رقبات باقی مانده است. با وجود این، گرچه مالکیت از نوسانات مبلغ سرقفلی تبعیت می‌کند و در صورت افزایش سرقفلی، مبلغ مالکیت و در نتیجه اجاره‌ای که بابت واگذاری مغازه‌ها به مستأجران دریافت می‌شود، افزایش می‌یابد؛ این مبلغ به دلیل واگذاری سرقفلی تقریباً به کمتر از ۱۰ درصد رسیده است.

۳-۴. آشنایی با انواع تولیت موقوفات

شیوه اول، مدیریت موقوفه توسط متولیان شخصی است. در این شیوه، واقف برای اجرای متن وقف نامه و رعایت شرایط معتبر در آن، فرد یا افرادی را به عنوان متولی تعیین می‌کند تا بر طبق مفاد وقف نامه، در هر زمینه‌ای از مسائل موقوفه تصمیم‌گیری نماید و به همین ترتیب به استناد قانون تشکیل سازمان اوقاف و امور خیریه، متولی می‌تواند تا جایی که مرتکب تقصیر و کوتاهی در موقوفه نباشد، آزادانه و بی‌قید و شرط عمل کند.

دومین شیوه، مدیریت اداری است که از سوی سازمان اوقاف و امور خیریه انجام می‌شود. این شیوه در قرن‌های اخیر رایج شده است و در بسیاری از کشورها، وزارتخانه و یا سازمان مشخصی برای تولید امور موقوفات تعیین می‌شود. در کشور ما نیز بر اساس قانون، سازمان اوقاف و امور خیریه این نقش را به عهده دارد و بخش گسترده‌ای از موقوفات کشور که فاقد متولی هستند و یا به حکم قانون تولید آنها از اشخاص سلب شده است، این سازمان آن را اداره می‌کند.

آخرین شیوه، مدیریت امانی برخی از موقوفات اداری است که به مجامع و هیئت امانی محلی واگذار می‌شود. در این شیوه از مدیریت، جمعی از معتمدان محلی عهده‌دار تولید موقوفه هستند و انتخاب آنها از ناحیه دولت و یا بر اساس نیت واقف و یا از محل اختیارات متولی موقوفه انجام می‌پذیرد. اعضای این گونه هیئت‌ها می‌توانند افرادی مجرب و آموزش دیده در زمینه مسائل موقوفات باشند و در هر حال بر اساس قوانین نسبت به رعایت مسائل شرعی و اخلاقی در قبال موقوفه متعهد هستند.

مدیریت یک موقوفه از سوی کارمندان دولت که در مدیریت اداری شکل می‌گیرد با مجموعه‌ای از اشکالات مواجه است. زیرا کارمند دولت بر اساس قوانین و مقررات دستمزد مشخصی دارد. در نتیجه انگیزه مالی کافی برای اعمال مدیریت صحیح بر موقوفه را ندارد. ضمن آنکه معمولاً تراکم کار به نحوی است که طبق بررسی‌های انجام شده در اداره‌ای مانند اوقاف جنوب شهر تهران هر کارشناس باید دست‌کم تولید و نظارت بر ۴۰۰ رقبه وقفی را به عهده داشته باشد که اصولاً بسیار متفاوت از شرایطی است که تولید یک موقوفه با تعداد محدودی رقبه به هیئت امانی پنج یا هفت نفره و حتی بیشتر محول می‌شود.

پس از آشنایی با وضعیت مغازه‌های وقفی بازار تهران، شیوه بهره‌برداری و مدیریت آنها، اکنون می‌خواهیم به شناسایی و تعیین میزان عوامل مؤثر بر اجاره سالانه این‌گونه اماکن بپردازیم. موضوع بررسی در ادامه مقاله در دو بخش مجزای تعیین نقش عوامل مدیریتی و بررسی نقش عوامل موقعیتی پیگیری خواهد شد.

۴. بررسی و تعیین عوامل مؤثر در افزایش اجاره سالانه مغازه‌های وقفی بازار تهران

۴-۱. بررسی نقش مدیریت از طریق مقایسه مقادیر اجاره سالانه برحسب انواع مدیریت مغازه‌های وقفی بازار تهران

الف) پایین بودن متوسط اجاره سالانه رقبات اداری در مقایسه با رقبات هیئت امنایی و رقبات با تولیت اشخاص

یکی از بررسی‌های انجام شده بر داده‌های اولیه سازمان اوقاف و امور خیریه، محاسبه مقایسه‌ای اجاره کل سالانه رقبات وقفی بر حسب نوع مدیریت آنهاست. با استناد به ارقام مندرج در جدول ۳ که از جدول‌های ۲ و ۱ و جدول‌های اولیه سال ۱۳۸۲ اداره اوقاف و امور خیریه جنوب شهر تهران استخراج شده، متوسط اجاره سالانه هر متر مربع از مغازه‌های وقفی بازار تهران برای رقبه‌های هیئت امنایی تقریباً ۳ برابر اداری‌های غیر امنایی و برای رقبات با تولیت اشخاص ۲/۶ برابر این مجموعه از رقبات اداری است.

با توجه به آنکه تعداد این‌گونه رقبات زیاد است و تقریباً پراکندگی آنها در ناحیه بازار تهران همگن و مشابه محسوب می‌شود، بنابراین می‌توان به این نسبت‌ها استناد کرد. این نتایج نشان می‌دهد که مدیریت، عاملی مؤثر بر میزان اجاره سالانه رقبات وقفی است. در نتیجه سیاست واگذاری تولیت رقبات به هیئت امنای محلی در مرتبه اول و واگذاری آنها با اعمال تمهیدات قانونی به اشخاص می‌تواند در مرحله دوم منجر به افزایش مبلغ کل اجاره برای این گونه رقبات شود.

اساسی‌ترین دلایل موفقیت هیئت امنای در کسب اجاره بیشتر وجود انگیزه‌های محلی و منطقه‌ای در میان آنان برای افزایش توان درآمدزایی رقبات، امتناع از بوروکراسی‌های اداری و اطلاعات کامل آنان از وضعیت ملک وقفی و نحوه واگذاری آن است که به دلیل استقرار امنا در محل و وجود انگیزه کافی در میان آنان در کسب اطلاعات از موقوفه به دلیل اهمیت منطقه‌ای آن است. بنابراین انتخاب امنای محلی با توجه به علاقه‌مندی آنها به بهبود وضعیت محل

زندگی‌شان و اطلاع کامل آنها از قابلیت‌ها و نیازهای محلی، برای اداره بهتر این‌گونه موقوفه‌ها انگیزه بالایی در بر دارد.

جدول ۳. مقایسه اجاره کل سالانه مغازه‌های وقفی اداری با مغازه‌های وقفی هیئت امنایی و مغازه‌های وقفی با تولیت اشخاص، بازار تهران سال ۱۳۸۲ (مبالغ به هزار ریال)

تعداد رقبه	متوسط اجاره سالانه هر متر مربع	نوع رقبه وقفی
۱۹۸۰	۸۸/۶	اداری‌ها اعم از هیئت امنایی
۱۵۰	۹۹/۳	هیئت امنایی‌ها
۳۴۲۷	۱۰۱/۵	تولیت اشخاص
۱۸۳۰	۳۴/۷	اداری‌های غیر هیئت امنایی

این موضوع را می‌توان با توجه به مباحث جدید مدیریت تحت عنوان تفکیک متولی و واقف بیشتر مورد توجه قرار داد. در صورتی که منافع متولی موقوفه منفک از منافع مورد نظر برای واقف باشد، متولی اساساً ممکن است تعهد زیادی در قبال موقوفه نداشته باشد. وقتی یک کارمند اداری با دریافت دستمزد مشخص و اندک متولی رقبات متعددی است، وی در درجه اول با دستمزد پایین انگیزه کافی در جهت اعمال سعی و تلاش زیادی ندارد و این موضوع با وضعیت تولیت امنایی کاملاً متفاوت است. زیرا متولیان محلی گرچه در قبال تولیت موقوفه گاهی دستمزدی دریافت نمی‌کنند، به دلیل کسب منزلت اجتماعی و احیاناً اقتصادی که از ناحیه این امر برای آنها ایجاد شده است و همچنین انگیزه و علاقه‌ای که به پیشرفت اقتصادی و اجتماعی منطقه و یا محل زندگی خود دارند، با انگیزه بیشتری تلاش می‌کنند. در نتیجه این امر می‌تواند منجر به افزایش درآمد رقبات وقفی شود.

ب) پایین بودن متوسط اجاره سالانه مغازه‌های وقفی در مقایسه با قیمت مالکیت برآورده شده آنها

علاوه بر نتایج بررسی قسمت قبلی که نشان‌دهنده تفاوت بین اجاره سالانه مغازه‌های وقفی برحسب نوع مدیریت آنهاست، در این قسمت از مقاله برای این‌گونه مقایسه‌ها روش دیگری

پیش گرفته‌ایم که در واقع مقایسهٔ اجاره سالانه مغازه‌های وقفی در مقایسه با قیمت مالکیت برآورد شده آنها است که می‌تواند بیانگر تفاوت قابل توجه مبالغ اجاره سالانه مغازه‌های وقفی در مقایسه با مقادیر مورد انتظار باشد که معمولاً بخش خصوصی از این‌گونه مستغلات تجاری به‌دست می‌آورد. بنابراین، با انجام این محاسبات می‌توان به نوعی به مقایسه مدیریت اداری مغازه‌های وقفی با مدیریت بخش خصوصی پرداخت. در این بررسی ابتدا با استفاده از اطلاعات تفصیلی موجود در مورد مغازه‌های وقفی بازار تهران که از داده‌های اولیه مرکز انفورماتیک سازمان اوقاف و امور خیریه استخراج شده‌اند، به تفکیک مساحت کل مغازه‌های بازار تهران محاسبه شد و سپس نسبت به برآورد ارزش مالکیت مغازه‌ها بر اساس نحوهٔ پراکندگی آنها در منطقه بازار و قیمت‌های منطقه‌ای اقدام شده است.

برای محاسبه برآوردی از قیمت مغازه‌های وقفی منطقه بازار تهران، که تولید اداری دارند بر اساس نشانی آنها و بر حسب نقاط تجمع مغازه‌ها، اعم از سراها، پاساژها، راستاها و کوچه‌ها به تفکیک روی نقشه ۵۹ منطقه و مکان در بازار تهران نقطه‌یابی شد و بر حسب میزان فراوانی مغازه در هر منطقه به این اماکن مراجعه شد و با نمونه‌گیری از آنها از طریق مراجعه به بنگاه‌های املاک و دلالان فروش هر منطقه، مبلغ سر قفلی برای هر مترمربع از این مغازه‌ها در هر نقطه از بازار دارای مغازه‌های وقفی، برآورد شده است.

در این روش بر اساس وزن مناطق مختلف از لحاظ میزان مساحت کل مغازه‌های وقفی اداری، ارزش سر قفلی هر متر مربع از مغازه‌ها به تفکیک برای هر ۵۹ منطقه از بازار تهران محاسبه لازم انجام شد و با ضرب آن در مساحت کل مغازه‌های منطقهٔ مورد نظر ارزش کل سر قفلی‌های واگذار شدهٔ مغازه‌های وقفی اداری برای هر یک از ۵۹ منطقه محاسبه گردید.

با توجه به اینکه بر اساس عرف بازار که با پرسش از دلالان فروش و بنگاه‌های نقاط مختلف بازار به دست آمد، قیمت مالکیت هر متر مربع از هر مغازه در مقایسه با قیمت سر قفلی هر متر مربع از آن، حداقل دارای نسبت ۱ به ۱۰ و حداکثر نسبت ۱ به ۶ است. در نتیجه این امکان فراهم شد که با محاسبهٔ ارزش سر قفلی هر متر مربع در هر منطقه، ارزش مالکیت برای هر منطقه دارای مغازه‌های وقفی اداری از بازار محاسبه شود و با احتساب مساحت کل مغازه‌های اداری آن منطقه، به ارزش مالکیت کل برای مغازه‌های وقفی نقاط مختلف بازار دست یابیم.

از طرف دیگر، با استفاده از متوسط اجاره برای متر مربع از مغازه‌های وقفی در هر یک از این مناطق بازار تهران که بر اساس اطلاعات تفصیلی اداره انفورماتیک سازمان اوقاف و امور خیریه در دسترس است، این امکان فراهم شد که بتوان نسبت متوسط اجاره هر متر مربع از این مغازه‌ها را به ارزش مالکیت هر متر مربع از آنها محاسبه نمود. این در حالی بود که مساحت ۵۹ منطقه تحت این بررسی، معادل ۸۴ درصد از کل مساحت مغازه‌های وقفی اداری منطقه بازار تهران بوده و در نتیجه نمونه انتخاب شده، برآورد خوبی از کل منطقه است و نتایج آن قابل تعمیم به کل بازار تهران است. این نمونه تمامی مناطق بازار تهران را با احتساب میانگین مساحت‌های هر منطقه دربر داشت، به این صورت که از هر منطقه تا ۱۰ مغازه قیمت‌گذاری شد و متوسط قیمت هر متر مربع از آنها محاسبه گردید.

بر اساس نتایج بررسی انجام شده مساحت کل مغازه‌های وقفی اداری نقاط مطالعه شده در بازار تهران ۴۵۷۶۵ متر مربع بوده است که معادل ۴/۶ میلیارد ریال در سال ۱۳۸۲ درآمد اجاره‌ای داشته‌اند. در مقابل، ارزش کل سرقفلی مغازه‌ها معادل ۳۱۶۰ میلیارد ریال برآورده شده است. بنابراین کل ارزش مالکیت این مغازه‌ها، بدون احتساب سرقفلی، بر مبنای نسبت ۱ به ۱۰ معادل ۳۱۶ میلیارد ریال و بر مبنای نسبت ۱ به ۶ معادل ۱۹۰ میلیارد ریال برآورد شد.

از طرف دیگر، بر اساس عرف رایج در زمینه اجاره اماکن تجاری، سالانه نسبت اجاره به ارزش ملک دست‌کم حدود ۷ درصد است و کل درآمد اجاره‌ای با اعمال نسبت ۱ به ۶ برای مغازه‌های اداری تقریباً رقمی معادل ۲ درصد از درآمد انتظاری را نشان داده که حاکی از پایین بودن میزان اجاره موقوفات اداری است و این مقدار با اعمال نسبت ۱ به ۱۰ معادل ۱/۵ درصد از درآمد انتظاری بوده است.

محاسبه ۷ درصد بازدهی به عنوان اجاره سنواتی اماکن تجاری مبتنی بر روشی است که در مورد اجاره این املاک مرسوم است. بر اساس این روش، رهن هر مغازه برای یک‌سال تقریباً بر مبنای ۲۰ درصد قیمت مغازه تعیین می‌گردد و به ازای هر ۱۰ میلیون ریال رهن، در صورت تمایل به اجاره کردن مغازه به جای رهن آن، ماهیانه ۳۰۰ هزار ریال اجاره منظور می‌شود. بنابراین برای یک مغازه ۱۰۰۰ میلیون ریالی مبلغ رهن سنواتی ۲۰۰ میلیون ریال، اجاره ماهیانه ۶ میلیون ریال و اجاره سنواتی ۷۲ میلیون ریال است که نسبت ۷۲ میلیون ریال از اجاره سنواتی به ۱۰۰۰ میلیون ریال معادل ۷ درصد است.

ج) پایین بودن اجاره مغازه‌های وقفی اداری دارای مالکیت کامل وقفی در مقایسه با مغازه‌های وقفی اداری دارای اشتراک مالکیت

علاوه بر آنکه با استناد به داده‌های آماری در بخش‌های قبلی، نقش مدیریت در عواید وقفی مغازه‌های بازار تهران را بررسی کردیم، در این قسمت می‌خواهیم تفاوت مدیریت در عواید وقفی را نیز از زاویه دیگری بررسی کنیم که به نوعی مقایسه مدیریت اداری مغازه‌های وقفی بازار تهران با مدیریت بخش خصوصی مغازه‌های مشابه در همان منطقه است.

بخشی از مجموعه مغازه‌های وقفی بازار تهران دارای مالکیت مشترک با بخش خصوصی است. مانند اینکه از مغازه‌ای با ۸ متر مربع مساحت، تنها ۲ متر مربع آن وقفی باشد و بقیه مغازه در مالکیت شخصی باشد. این گونه املاک را دارای اشتراک مالکیت می‌نامیم و به‌طور طبیعی هرگونه قیمت‌گذاری آنها و دریافت اجاره در قبال آنها به دلیل سهیم بودن بخش خصوصی در مالکیت آنها می‌تواند بیانگر وضعیتی مقایسه پذیر با املاک کاملاً وقفی تحت تولید اداره اوقاف و امور خیریه باشد. بر این اساس به تفکیک، متوسط اجاره سال ۱۳۸۲ برای هر متر مربع از مغازه‌های مشترک و مغازه‌های کاملاً وقفی محاسبه گردید که بر اساس آن نتایج ذیل استخراج شده است.

جدول ۴. مقایسه متوسط اجاره مغازه‌های اداری کاملاً وقفی با مغازه‌های وقفی دارای مالکیت مشترک (هزار ریال) در سال ۱۳۸۲

عنوان	مغازه کاملاً وقفی	مغازه وقفی دارای اشتراک مالکیت
تعداد	۱۳۶۰	۶۲۰
متوسط اجاره سالانه هر متر مربع	۱۵۵	۱۹۵

ارقام مندرج در این جدول نشان می‌دهد که در سال ۱۳۸۲ متوسط اجاره سالانه برای هر مترمربع از مغازه‌های دارای اشتراک مالکیت با اشخاص تقریباً ۱/۲ برابر این رقم برای مغازه‌های کاملاً وقفی بوده است.

تعداد مغازه‌های کاملاً وقفی ۲/۲ برابر مغازه‌های دارای اشتراک مالکیت است و در هر حال نوع پراکندگی این رقبات ویژگی خاصی ندارد و مشابه هم است و دلیلی برای ایجاد تفاوت در اجاره‌ها مگر از ناحیه مدیریت نیست.

تاکنون مجموعه بررسی‌های این مقاله نشان‌دهنده نقش انواع مدیریت در میزان درآمد اجاره‌های مغازه‌های وقفی بازار تهران بود. ولی عوامل تأثیرگذار تنها به این موارد محدود نمی‌شود و ضروری است نسبت به شناسایی و تعیین نقش سایر عوامل نیز بررسی‌های لازم انجام شود. بنابراین با توجه به مجموعه اطلاعات ارائه شده، برای دستیابی به میزان اثربخشی هر یک از متغیرهای مدیریتی و سایر متغیرهای اثرگذار بر اجاره سالانه مغازه‌های وقفی بازار تهران نسبت به برآورد تابع اجاره برای مغازه‌های وقفی بازار تهران اقدام می‌کنیم.

۴-۲. برآورد تابع اجاره برای مغازه‌های وقفی بازار تهران

الف) شکل تبعی الگو

برای برآورد تابع از الگوی هدانیک^۱ استفاده شده است.^۲ این الگو برای نمونه‌ای شامل ۲۱۷۰ مغازه در سال ۱۳۸۲ برآورد شده است. الگوی تک معادله‌ای مورد استفاده در این مطالعه به شکل ترانسندنتال تخمین زده شده است. دلیل این امر جواب‌های سازگاری است که این الگو برای این نمونه از مطالعات ارائه کرده است. شکل تابع ترانسندنتال می‌تواند از شکل نیمه لگاریتمی (LOG-SIMI) به شکل تمام لگاریتمی (LOG-LOG) تمایل پیدا کند.

گرچه به کارگیری تابع ترانسندنتال از سوی هپنر^۳، لوئیس^۴ و مور^۵ جهت تخمین تابع تقاضای زمین انجام شده است، آنها تصریح کرده‌اند، که گزینه مناسب برای کاربردهای تجاری نیز همین تابع است. در هر حال، در این مقاله ما با استناد به پیشینه ادبیاتی این تابع و موارد متعدد کاربرد آن برای برآورد قیمت املاک، اراضی و مستغلات از این تابع استفاده کرده‌ایم.^۶

1. Hedanic

۲. برای آشنایی با این تابع و موارد استفاده از آن رجوع شود به: خالصی، ۱۳۷۰، ص ۲۹.

3. Hepner

4. Lewis

5. More

۶. همان، ص ۳۰.

برتری تابع ترانسدنتال نسبت به تابع خطی به‌طور نظری در سازگار بودن آن با رابطه‌ای است که بین قیمت املاک و مشخصات آن وجود دارد.

شکل ترانسدنتال و خطی این الگو به ترتیب در معادله‌های (۱) و (۲) ارائه شده است.

$$R = AS^b D^d e^{\sum_i^n c_i A_i + u_2} \quad (1)$$

$$\ln R = a + b \ln S + d \ln D + \sum_i^n c_i A_i + u_1$$

R اجاره سالانه هر متر مربع از مغازه، S مساحت مغازه به متر مربع، D مدت زمان اجاره، A_i ویژگی i از مجموع مشخصات مغازه است، d ، b و c_i ضرایب هستند، A نیز عرض از مبدأ است، u_1 ، u_2 جملات اختلال هستند و e عدد نپر است.

باتوجه به مشتقات جزئی R نسبت به متغیرهای مدل، b ضریب عکس کشش میزان اجاره نسبت به اندازه مغازه است، که به ضریب حساسیت معروف است و بدین معناست، که یک درصد تغییر در S، به اندازه b درصد در R به شرط ثابت بودن سایر متغیرها تغییر ایجاد می‌کند. d کشش مبلغ اجاره نسبت به مدت زمان اجاره است. بدین معنا که یک درصد تغییر در D، به اندازه d درصد در R به شرط ثابت بودن سایر متغیرها، تغییر ایجاد می‌کند.

یک واحد تغییر در A_i نیز به فرض ثابت بودن سایر متغیرها، به اندازه C_i درصد در R تغییر ایجاد می‌کند.

حال پس از آشنا شدن با شکل ترانسدنتال الگو، لازم است ویژگی‌های مغازه‌ها معرفی شوند و اثر مثبت یا منفی آنها بر متغیر وابسته (مبلغ سالانه اجاره) مشخص شود. بدین منظور ابتدا شکل ضمنی الگوی تک معادله‌ای مورد استفاده از این مطالعه ارائه می‌گردد و سپس به شرح تک تک عوامل در نظر گرفته شده در آن، می‌پردازیم.

ب) شکل ضمنی الگوی اجاره مغازه‌های وقفی و معرفی متغیرها و علایم مورد انتظار از ضرایب

در بازار اجاره برای مغازه، با فرض ثابت بودن عرضه آن در کوتاه‌مدت، تقاضا تعیین‌کننده مبلغ اجاره خواهد بود. در این مقاله به دنبال تحلیل عواملی هستیم که بر تقاضا برای اجاره مغازه‌های بازار تهران تأثیر گذارند.

در این قسمت ضمن طبقه‌بندی این عوامل، به تحلیل نحوه اثرگذاری هر یک از این عوامل بر اساس مبلغ پرداختی توسط متقاضی اجاره مغازه خواهیم پرداخت. این موضوع را با به‌کارگیری یک الگوی تک معادله‌ای بررسی می‌کنیم که شکل الگوی تک معادله‌ای را می‌توان به صورت زیر صورت‌بندی کرد:

(سایر متغیرهای وضعیت، نوع مدیریت، مدت اجاره، مساحت) $f =$ اجاره سالانه پرداختی برای هر متر مربع مغازه وقفی

بر این اساس، متغیر وابسته الگو اجاره سالانه هر متر مربع از مغازه وقفی است و متغیرهای مستقل به ترتیب شامل مساحت و مدت اجاره به عنوان متغیرهای توضیحی و مجموعه‌ای از متغیرهای کیفی با علایم مورد انتظار به شرح زیر است:

مساحت هر قطعه مغازه که افزایش می‌یابد، طبق قانون بازدهی نزولی انتظار می‌رود اجاره سالانه برای هر مترمربع از مغازه کاهش یابد. هر متقاضی اجاره مغازه، اندازه معینی از مغازه را در نظر دارد و با افزایش مساحت، از یک حد معین مطلوبیت نهایی آن برای اجاره‌کننده ملک کاهش می‌یابد. بنابراین مبلغ اجاره کاهش می‌یابد.

ضریب همبستگی مدت زمان اجاره مغازه نیز منفی و معنادار است. زیرا به هر اندازه که مدت زمان اجاره طولانی‌تر باشد امکان تعدیل مبالغ اجاره به قیمت‌های کنونی بازار وجود ندارد و در نتیجه مستأجر می‌داند که با قرارداد بلندمدت برای اجاره مغازه در مجموع نسبت به قراردادهای اجاره‌ای کوتاه‌مدت، مبلغ اجاره کمتری پرداخت خواهد کرد. بر این اساس مبلغ درآمد اجاره‌ای از مدت زمان اجاره تبعیت منفی دارد.

برخی از متغیرهای کیفی مدل، شامل متغیرهای بیانگر نوع مدیریت است که به ترتیب مدیریت‌های اداری، تولید اشخاص و هیئت امنایی را در بر می‌گیرد. انتظار می‌رود از نظر نوع مدیریت با توجه به یافته‌های توصیفی این تحقیق مدیریت اداری مغازه‌های وقفی دارای درآمد

اجاره‌ای کمتر در مقایسه با تولید اشخاص و همچنین هیئت امنایی‌ها باشد و اجاره‌کنندگان این مغازه‌ها با میزان کمتری از مال‌الاجاره بتوانند این املاک را اجاره نمایند. بنابراین، ضریب همبستگی این متغیر در معادله رگرسیون معنادار و منفی خواهد بود. در نتیجه انتظار می‌رود ضریب همبستگی متغیرهای مدیریت هیئت امنایی و تولید اشخاص در مقایسه با اداری‌ها با معنا و دارای علامت مثبت در رگرسیون باشند و اندازه عددی ضریب همبستگی هیئت امنایی‌ها بالاتر از تولید اشخاص باشد.

انتظار می‌رود معناداری و علامت ضرایب سایر متغیرهای دامی مدل نیز به شرح ذیل باشد:

۱. واقع شدن مغازه در کوچه در مقایسه مغازه در پاساژ معنادار و با علامت منفی؛
۲. قراردادن مغازه در راستای بازار در مقایسه با مغازه در پاساژ معنادار و با علامت مثبت؛
۳. قراردادن مغازه در طبقات پاساژ در مقایسه با مغازه در طبقه همکف معنادار و با مقدار منفی؛
۴. قرار داشتن مغازه در موقعیت بورس در مقایسه با مغازه‌های غیر بورس با اثر مثبت و معنادار؛
۵. قراردادن مغازه در قسمت جنوبی بازار در مقایسه با قسمت شمالی معنادار و دارای اثر منفی؛
۶. مغازه دارای اشتراک مالکیت در مقایسه با مغازه کاملاً وقفی معنادار و با علامت مثبت.

ج) روش تخمین ضرایب و نتایج آن

برای تخمین ضرایب از نرم‌افزار Eviews3 استفاده شده است. برای این امر مدل لگاریتمی - خطی انتخاب شده است. روش کار به این صورت است که به جز دو متغیر توضیحی مساحت (S) و مدت زمان اجاره (D) بقیه متغیرها حضورشان به وسیله «آزمون متغیر مهم حذف شده» تأیید یا رد می‌شود.

از آنجایی که در مطالعات مقطعی احتمال وجود ناهمسانی واریانس شدید است، می‌توان با استفاده از آزمون ناهمسانی وایت این امر را بررسی کرد. نتایج این آزمون نشان می‌دهد فرضیه صفر مبنی بر نبود ناهمسانی واریانس در سطح ۵ درصد رد نمی‌شود. بنابراین، معادله تخمین زده شده از مشکل ناهمسانی واریانس به دور است. در نتیجه لازم است متغیرهای A_1 و A_2 و A_3 و

4 و 5 و 6 و 7 و 8 به مدل اضافه شوند. برای این منظور مدل را با در نظر گرفتن این متغیرها تخمین زده‌ایم و نتایج به دست آمده به صورت جدول زیر ارائه می‌شوند.

جدول ۵. نتایج نهایی برآورد مدل رگرسیون

	ضریب و آمار t	عنوان متغیر
$R^2=0.92$	-/۴۱ (-۴۳)	مساحت Log(s)
$R^{2adj}=0.92$	-/۲۲ (-۱۲)	مدت زمان اجاره Log(D)
F=2624	+۰/۴۷ (۲۴)	$A_1=1$ مغازه در راستای بازار است.
	-/۱۶ (-۱۲)	$A_2=1$ مغازه در کوچه است.
	+۰/۲۸ (۱۴)	$A_3=1$ مغازه در موقعیت بورس است.
	-/۳۱ (-۴۰)	$A_4=1$ مغازه در طبقه‌های پاساژ است.
	-/۳۶ (-۴۰)	$A_5=1$ مغازه در جنوب بازار است.
	+۰/۲۷ (۱۵)	$A_6=1$ مغازه اشتراک مالکیت دارد.
	+۰/۱۲ (۱۵)	$A_7=1$ مغازه در تولید اشخاص است.
	+/۱۶ (۹/۵)	$A_8=1$ مغازه هیئت امنایی است.

د) تحلیل اقتصادی نتایج رگرسیون

بر اساس نتایجی که مورد انتظار بود مدل رگرسیون تقاضا برای اجاره سالانه مغازه‌های بازار تهران پاسخگوی مناسبی برای تأیید نتایج بوده است که اکنون به مرور ضرایب متغیرها می‌پردازیم.

$\text{Log}(S)$: حساسیت اجاره به مساحت هر متر مربع از مغازه منفی است. مغازه هر اندازه که بزرگ شود به ازای هر یک درصد تغییر در اندازه مغازه (متر مربع) به میزان ۴۱ درصد کاهش در مبلغ اجاره سالانه مغازه را داریم.

$\text{Log}(D)$: کشش اجاره‌ای مغازه در قبال مدت زمان اجاره منفی است. در قبال یک درصد افزایش در مدت زمان اجاره (سال) به میزان ۲۲ درصد در واحد کاهش مبلغ اجاره سالانه را داریم.

در مورد متغیرهای کیفی نیز نتایجی به شرح زیر قابل استخراج است:

A1: در صورتی که مغازه در راستای بازار باشد، به‌طور متوسط معادل ۴۷ درصد اجاره‌ای بالاتر از مغازه‌های داخل پاساژها دارد.

A2: در صورتی که مغازه در کوچه باشد، به‌طور متوسط ۱۶ درصد اجاره آن کمتر از سایر مغازه‌هایی است، که در پاساژ هستند.

A3: در صورتی که مغازه در وضعیت بورسی بازار باشد، به‌طور متوسط ۲۸ درصد اجاره‌ای بیشتر از سایر مغازه‌هایی دارد، که وضعیت بورسی ندارند.

A4: در صورتی که مغازه در طبقات پاساژ باشد، به‌طور متوسط ۳۱ درصد اجاره‌ای کمتر از مغازه‌های واقع در طبقه همکف تجاری دارد.

A5: در صورتی که مغازه در قسمت جنوبی بازار باشد، به‌طور متوسط ۳۶ درصد اجاره‌ای کمتر از مغازه‌هایی دارد، که در قسمت شمالی بازار هستند.

A6: در صورتی که مغازه دارای مالکیت اشتراکی باشد، به‌طور متوسط معادل ۲۷ درصد اجاره‌ای بالاتر از مغازه‌های کاملاً وقفی دارد.

A7: در صورتی که مغازه با تولید اشخاص باشد، به‌طور متوسط ۱۲ درصد اجاره‌ای بالاتر از مغازه‌های اداری دارد.

A8: در صورتی که مغازه هیئت امنایی باشد، به‌طور متوسط معادل ۱۶ درصد اجاره‌ای بیشتر از مغازه‌های اداری دارد.

در این مدل واقع شدن مغازه در داخل پاساژ برای متغیرهای A1, A2 متغیر شاهد و اداری بودن مدیریت موقوفه برای متغیرهای A7, A8 متغیر شاهد است.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادهای نهایی

الف) مقدمه

افزایش درآمدهای وقفی مغازه‌های بازار تهران، که بخش عمده‌ای از آن از محل اجاره سنواتی آنهاست، نقشی قابل توجه در زمینه تحقق نيات واقفان دارد. دستیابی به این هدف منوط به توسعه همه جانبه خدمات وقفی و بهره‌برداری بهینه از موقوفات است. نتایج این مطالعه، پس از ارائه داده‌های مورد نیاز در مورد وضعیت اجاره مغازه‌های بازار تهران نشان داد که متوسط اجاره سالانه رقبات وقفی به ترتیب از نظر مدیریت به نفع رقبات هیئت امنایی، سپس تولید اشخاص و در نهایت اداری بوده است، که بیانگر اهمیت نهاد مدیریت در درآمد زایی این‌گونه موقوفات تجاری است. همچنین شیوه بهره‌برداری از موقوفات در این میان اهمیتی اساسی دارد که توجه به آن می‌تواند ما را به راهکارهای مشخصی برای کارآمدی موقوفات رهنمون سازد. در این مطالعه جامعه آماری تحقیق، مغازه‌های وقفی بازار تهران است که خود شامل ۱۹۸۰ مغازه وقفی اداری با ۵۴۴۰۱ مترمربع زیربنا بوده است.

روش نمونه‌گیری در مرحله برآورد قیمت مالکیت مغازه‌های وقفی خوشه‌ای انتخاب شده است و با توجه به پراکندگی مغازه‌های وقفی در هر منطقه جغرافیایی از بازار تهران نسبت به انتخاب تعداد نمونه کافی بر اساس حجم کل مغازه‌های هر منطقه عمل شده است. تعداد نمونه مغازه‌های انتخاب شده در این مرحله از تحقیق برابر ۳۹۵ مغازه وقفی بوده است که نزدیک به ۲۰ درصد از کل جامعه آماری را پوشش می‌دهد و با توجه به نزدیکی قیمت‌ها در هر منطقه به عنوان مثال قیمت‌ها در هر سرا، پاساژ، راستای بازار و کوچه به انتخاب تعداد بیشتری از مغازه‌ها در نمونه‌گیری نیازی نبوده است. همچنین در مرحله برآورد تابع اجاره برای مغازه‌های وقفی بازار نمونه‌ای شامل ۲۱۷۰ مغازه انتخاب شد که نزدیک ۴۰ درصد از کل مغازه‌هاست و روش نمونه‌گیری در این مرحله از تحقیق تصادفی بوده است.

ب) کارآمدسازی مدیریت در وضع موجود

اعمال تغییرات در مدیریت موقوفات و واگذاری مدیریت آنها به هیئت امنای محلی جزو توصیه‌های اصلی این مقاله برای کارآمدی اقتصادی و اجتماعی موقوفات است. همچنین ضروری است متولیان موقوفات نسبت به کاهش مدت زمان قرارداد اجاره‌های وقفی مربوط به مغازه‌ها اقدام نمایند و مدت زمان این قراردادها را مطابق با عرف سالانه تعیین کنند. در این خصوص ضروری است برخی از مقررات و قوانین وقفی کشور مورد بازنگری قرار گیرد و محاکم قضایی کشور با داعیه درست حمایت از حقوق واقفان و موقوف علیهم در خصوص دعاوی جانب موقوفات را بگیرند و مانع از تضییع حق آنان به نفع اشخاص شوند و رسیدگی به پرونده‌های وقفی را در اولویت قرار دهند تا گذر زمان مستلزم باقی ماندن سقف اجارات موقوفات در حد مبالغ ناچیز قبلی نباشد. اتخاذ رویه شهرداری‌ها در مشارکت‌دهی بهره‌برداری از املاک که به دور از هرگونه واگذاری سرقفلی است نیز می‌تواند در مورد موقوفات واگذار نشده و جدید مورد توجه باشد و با توجه به خسارات ناشی از واگذاری حق سرقفلی موقوفات از این امر با اصلاح قوانین و اتخاذ رویه‌های مدیریتی امتناع نمود.

ج) تغییر در وضع موجود از لحاظ کالبدی و عملکردی

علاوه بر موضوعات مدیریتی در بخش‌های دیگر مقاله اهمیت مؤلفه‌های موقعیتی مورد توجه جدی قرار گرفت و بر اساس آن تبدیل کوچه‌های بازار تهران به راستای بازار با همکاری شهرداری و سایر مراجع قانونی از طریق تعریض کوچه‌های بازار، کوچک‌سازی اندازه مغازه‌های وقفی، تسری دادن بورس‌های خاص بازار به دیگر نقاط آن و واگذاری اختیار بیشتر به شریک‌های تجاری مغازه‌ها در مورد رقبات دارای اشتراک مالکیت از جمله مهم‌ترین توصیه‌های سیاستی و اقدامات اجرایی است، که منجر به افزایش اجاره‌های وقفی برای مغازه‌های بازار تهران خواهد شد. اجرای این اقدامات نیاز به کارشناسی لازم دارد و بنا به ضرورت باید با همکاری نهادهای قانونی و شریکان تجاری موقوفات باشد.

جدول رگرسیون تابع اجاره مغازه‌های وقفی

Dependent Variable: LOG(R) Method: Least Squares Date: 11/14/05 Time: 13:40 Sample 12170 Included observations: 2167 Excluded observations: 3				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	10,82143	0,101579	106,5327	0,0000
LOG(D)	-0,2204791	0,029587	-12,69219	0,0078
LOG(S)	-0,4177508	0,003870	-42,85096	0,0000
A1	0,4655153	0,019171	24,28206	0,0000
A2	-0,1677849	0,096768	-11,73388	0,0430
A3	0,2884854	0,097148	14,91082	0,0000
A4	-0,3123208	0,007776	-40,16385	0,0000
A5	-0,3586576	0,008879	-40,39467	0,0000
A6	0,2779731	0,016698	14,66957	0,0000
A7	0,1227176	0,008116	15,12090	0,0000
A8	0,16813331	0,017667	9,516609	0,0000
R-squared	0,924092	Mean dependent var		10,44273
Adjusted R-squared	0,923740	S.D. dependent var		0,494004
S.E. of regression	0,136421	Akaike info criterion		-1,141084
Sum squared resid	40,12444	Schwarz criterion		-1,112246
Log likelihood	1247,365	F-statistic		2624,666
Durbin-Watson stat	1,664619	Prob (F-statistic)		0,000000

منابع

الف) فارسی

- آیت ... جناتی، محمد ابراهیم (۱۳۷۳). *وقف از دیدگاه مبانی اسلامی*، میراث جاویدان، شماره ۵. تاجگردون، غلامرضا (۱۳۷۹). "بررسی وضعیت سرفق‌لی در ایران"، *مجله برنامه و بودجه*، شماره ۳۹.
- خالصی، مجتبی (۱۳۷۲). *برآورد تابع تقاضا برای زمین در شهر تهران*، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- سوری، حجت‌الله (۱۳۸۳). (پایان‌نامه دکتری)، *بررسی شیوه بهره‌برداری اقتصادی از موقوفات کشور*، مطالعه موردی اداره اوقاف جنوب شهر تهران، دانشگاه امام صادق (ع) تهران، ایران.
- صنعتی، محمد (۱۳۷۹). (پایان‌نامه فوق لیسانس)، *بررسی نقش وقف در اقتصاد اسلامی*، مجتمع آموزشی امام خمینی (ره).
- محمود، مهدی (۲۰۰۳). *نظام الوقف فی تطبیق المعاصر، المعهد الاسلامی للبحوث و التدريب*، جده، عربستان.

ب) انگلیسی

- Ausaf, Ahmad, Kazem Awan (1992). *Lectures on Islamic Economics, Islamic Development Banking*.
- Bahri, Chara (2007). *History of Waqf in India*, Delhi, India.
- Basar, Hashmet (1986). *Management and Development in Awqaf Properties*, Islamic Development Banking.
- Hasanuddin, Ahmed, Ahmadullah Khan (1998). *Strategies to Develop Waqf Administration in India*, Islamic Development Banking.
- Sadr, Kazem (1976). *Land Ues Analysis in a Developing Region; A Study of a Five Country Region is Southeast Ohio* the Ohio State University.
- Stark, Oded (1993). *Nonmarket Transfers & Altruism*, European Economics. Vol.75, pp. 33.
- Ureshi, M. A. (1990). *A Study of Administrative and Legistive Control*, IRTB, IDB.