

عنوان مقاله:

اثر سیاست قیمت گذاری معابر بر کاربری های تجاری در محدوده طرح ترافیک

محل انتشار:

هجدهمین کنفرانس بین المللی مهندسی حمل و نقل و ترافیک (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

ابراهیم امیری - کارشناس ارشد برنامه ریزی حمل و نقل، دانشکده مهندسی عمران و محیط زیست، دانشگاه تربیت مدرس

مهدی فریدزاد - کارشناس ارشد برنامه ریزی حمل و نقل، دانشکده مهندسی عمران و محیط زیست، دانشگاه تربیت مدرس

محمود صفارزاده - استاد گروه برنامه ریزی حمل و نقل، دانشکده مهندسی عمران و محیط زیست، دانشگاه تربیت مدرس

حمید میرزاحسین - استادیار گروه برنامه ریزی حمل و نقل، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)

خلاصه مقاله:

تراکم ترافیکی یکی از عوامل اصلی در افزایش هزینه های سفر به شمار می آید. در برخی کشورها جهت کاهش تراکم ترافیکی، آلودگی هوا و سفرهای غیرضروری شهروندان، سیاست های قیمت گذاری تراکم ترافیک در نظر گرفته می شود. هدف این پژوهش، بررسی اثرات قیمت گذاری محدوده ترافیکی بر کاربری های تجاری است. با توجه به اینکه رفتار مالکان کاربری های تجاری به مشریان شان وابسته است، لذا در این پژوهش ابتدا با استفاده از پرسشنامه رفتار خرید مشتریان در انتخاب مقصد خرید از داخل یا خارج طرح بررسی گردید و بر اساس آن کاربری های تجاری ای که مشتریان آنان نسبت به تغییر قیمت طرح حساس هستند، شناسایی شدند. مشخص گردید که سه دسته کاربری تجاری پوشاک، کیف و کفش، لوازم الکترونیک و لوازم خانگی به قیمت طرح حساس هستند از متوسط قیمت ۲۵۰۰۰ تومان (که می توان آن را قیمت بحرانی برای کاربری های تجاری نامید) فراوانی هر سه کاربری تجاری در محدوده طرح ترافیک به طور قابل توجهی کاهش می یابد. همچنین کاربری های لوازم خانگی و لوازم الکترونیک در مقایسه با فروشگاه های پوشاک، کیف و کفش تحت متوسط قیمت های بیش از ۲۵۰۰۰ تومان حساسیت بیشتری نسبت به افزایش قیمت طرح دارند.

کلمات کلیدی:

سیاست قیمت گذاری، طرح ترافیک، کاربری تجاری، مدل لوجیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1264566>

