

عنوان مقاله:

تابلوه‌های تبلیغاتی و ارائه مدلی جهت قیمت گذاری آنها با استفاده از پارامترهای ترافیکی در بزرگراه‌های تهران

محل انتشار:

چهاردهمین کنفرانس بین المللی مهندسی حمل و نقل و ترافیک (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

جعفر قاسم پور - کارشناسی ارشد برنامه ریزی حمل و نقل، دانشکده فنی، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران

شقایق مشهدی نورالله - کارشناسی ارشد ریاضی، گرایش جبر، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران

خلاصه مقاله:

منظر شهر بیشترین و نزدیکترین ارتباط را با مخاطب خود یعنی مردم دارد و در این میان منظر معابر و فضاهای تجاری و تفریحی به علت اختلاط کاربری پذیرای مخاطبان بیشتری است تا آنجا که خود مردم نیز جزئی از این فضا و منظر شهری محسوب میشوند. امروزه در شهرهای کشور ما نیز همانند بسیاری از شهرهای جهان تبلیغات متنوعی حاشیه معابر شهری و بین شهری را به خود اختصاص داده است و نصب، بهره‌برداری و قیمتگذاری این نوع تابلوها به عنوان مسئله ای رایج در اکثر شهرها مورد توجه قرار گرفته است. در حال حاضر نیز در کشورمان با وجود آیین نامه های موجود، هرچند ناقص، در مورد مکانیابی و قیمت گذاری آنها به صورت سلیقه ای برخورد می شود، که این موضوع علاوه بر ایجاد ظاهری نامناسب بر محیط شهری، منجر بوجود آمدن مشکلات ایمنی نیز شده است. در این مقاله سعی شده است با استفاده از ضوابط موجود و آمار و اطلاعات بدست آمده، مدلی جامع و پویا جهت قیمت گذاری هر مترمربع بیلبردهای تبلیغاتی حاشیه بزرگراه ها با استفاده از روابط ترافیکی؛ حجم و سرعت وسایل نقلیه (مطالعه موردی: بزرگراه های تهران) ارائه گردد، که مدل مربوطه می تواند مورد استفاده سازمان های موجد این تابلوها همانند شهرداری ها و همچنین اشخاص حقیقی و حقوقی اجاره کننده در مورد واگذاری تابلوهای طراحی شده موجود و آتی قرار گیرد.

کلمات کلیدی:

تابلوه‌های تبلیغاتی، قیمت گذاری، پارامترهای ترافیکی، بزرگراه های تهران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/419444>

