

عنوان مقاله:

دو نرخی کردن بهای بلیط موزه ها برای بازدید کنندگان داخلی و خارجی در کشورهای در حال توسعه

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 12، شماره 13 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محمد شریفی تهرانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی گرایش برنامه ریزی توسعه دانشگاه علامه طباطبایی

محمد افروغ - کارشناسی ارشد پژوهش هنر دانشگاه تهران مدرس دانشکده هنر فارسان دانشگاه شهرکرد

عابدین حسینی - دانشجوی کارشناسی ارشد علوم اقتصادی دانشگاه علامه طباطبایی

علیرضا نوروزی طلب - استادیار دانشکده هنرهای تجسمی پردیس هنرهای زیبا دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

در این مقاله قیمت بلیط موزه ها به عنوان رکنی حساس و بحث برانگیز در بازاریابی موزه مورد توجه قرار گرفته است از آنجا که بینش بازدید کنندگان و کشش قیمتی تقاضا از عوامل تاثیرگذار در تعیین قیمت بلیط است این موضوع مورد بررسی واقع شده است و با تطبیق نتایج بدست آمده از تحقیقات کارلین گوردین و مارتین با شرایط کشورهای در حال توسعه بیان شده است که بهترین راهکار در تعیین قیمت بلیط موزه ها در این کشورها دو نرخی بودن آنها برای بازدید کنندگان داخلی و خارجی می باشد همچنین باتوجه به فاکتورهای بیان شده در این مقاله بازدید کنندگان موزه ها و بالاخص بازدید کنندگان خارجی دارای کشش قیمتی تقاضای پایینی می باشند که این دو عامل باعث شده است تا مدیران موزه ها در کشورهای در حال توسعه با اطمینان بیشتری برای عدم مواجهه با کاهش شمار بازدید کنندگان و همچنین فراهم شدن رضایت آنها روش دو نرخی برای بلیط موزه ها را اتخاذ کنند

کلمات کلیدی:

موزه، بینش بازدید کننده، خدمات، کشش قیمتی تقاضای بلیط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/602391>

