

## عنوان مقاله:

ارایه مدل اقتصادی تعیین میزان اجاره نصب تابلوهای تبلیغاتی در راه های برون شهری از منظر اجاره کننده تابلو (مطالعه موردی: محورهای برون شهری در استان یزد)

## محل انتشار:

کنفرانس پژوهش های نوین در علوم و مهندسی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

بهناز فتوحی - کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه خوارزمی، تهران

عباس محمودآبادی - دکترای مهندسی صنایع، مدیر گروه دانشکده صنایع، دانشگاه مهرآستان گیلان

علی ناظمی - دکترای اقتصاد انرژی، دانشکده اقتصاد دانشگاه خوارزمی، تهران

## خلاصه مقاله:

در این مطالعه یک مدل اقتصادی برای تعیین میزان اجاره نصب تابلوهای تبلیغاتی در راه های برون شهری با تکیه بر نظر اجاره کننده تابلو توسعه داده شده است. بررسی از دیدگاه اجاره کننده موضوع اصلی تفاوت این تحقیق با مطالعات پیشین بوده و بر این اساس میزان درآمد حاصل از انجام تبلیغات به صورت احتمالی در نظر گرفته شده و با رویکرد تعیین نقطه سر به سر در اقتصاد مهندسی یک مدل اقتصادی توسعه داده شده است که با ایجاد توازن بین درآمدهای ناشی از تبلیغات و همچنین اجاره ای که شرکت تولیدکننده محصول یا خدمات به دستگاه های اجرایی برای نصب تابلوهای تبلیغاتی خود می پردازند، شرایط اتخاذ تصمیم برای اجاره یا عدم اجاره تابلو را مهیا نماید. پس از توسعه مدل داده های مورد نیاز از طریق طراحی و تکمیل 101 پرسشنامه جم عآوری گردید و نتایج با فرض نرمال بودن درآمدهای احتمالی حاصل از اجاره تابلو در محور برو نشهری یزد- مهریز به عنوان مطالعه موردی و بر مبنای ارزش فعلی هزینه اجاره و درآمد حاصله تحلیل شده است. نتایج با پارامترهای مورد استفاده مورد تحلیل حساسیت قرار گرفته و نشان داده است که مدل می تواند در شرایط و مکان های متفاوت مورد استفاده تصمیم گیران قرار گیرد.

## کلمات کلیدی:

تابلوهای تبلیغاتی، ارزیابی اقتصادی، سودآوری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/728849>

