

۲۲ ۶۲۷۱۵

بسم الله الرحمن الرحيم

مبانی اقتصاد پدیدار در موزه ها

www.ketab.ir

نویسندگان:

نقیسه صادق نژاد

مهران هوشیار

امیرحسین دیودار

۱۴۰۰

سرشناسه	: صادق‌نژاد، نفیسه، ۱۳۵۷-
عنوان و نام پدیدآور	: مبانی اقتصاد پایدار در موزه‌ها/ نویسندگان نفیسه صادق‌نژاد- مهران هوشیار- امیرحسین دیودار؛ ویراستار مرضیه قنبری.
مشخصات نشر	: تهران: مهکامه، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۲۴۰ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۷۲۳۹-۸۵-۰
وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا	
یادداشت	: کتابنامه: ص. [۲۳۳]-۲۴۰.
موضوع	: موزه‌ها-- بازاریابی Museums-- Marketing
	: موزه‌ها ۰۰ امور مالی Museum finance
شناسه افزوده	: هوشیار، مهران، ۱۳۴۸-
شناسه افزوده	: دیودار، امیرحسین، ۱۳۶۳-
رده‌بندی کنگره	: AM۱۲۱
رده‌بندی دیویی	: ۰۶۹/۰۶۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۶۸۸۵۷۸



انتشارات مهکامه

نام کتاب: مبانی اقتصاد پایدار در موزه‌ها

نویسندگان: نفیسه صادق‌نژاد (mahi_gallery@yahoo.com)

دکتر مهران هوشیار (دانشیار دانشکده هنر دانشکده سوره Houshiar@Soore.ac.ir)

امیرحسین دیودار (A.h.divdar@gmail.com)

ویراستار: مرضیه قنبری

ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

طرح جلد: محمود رضا لطیفی

لیتوگرافی: نقش

نوبت چاپ: اول / ۱۴۰۰

تیراژ: ۵۰ نسخه

قیمت: ۷۲۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۲۳۹-۸۵-۰

کلیه حقوق چاپ و نشر این کتاب مطابق با «قانون حقوق مؤلفان و مصنفان مصوب ۱۳۴۸» برای ناشر محفوظ و منحصراً متعلق به نشر مهکامه می‌باشد. لذا هر گونه استفاده از کل یا قسمتی از این کتاب (از قبیل هر نوع چاپ، فتوکپی، اسکن، عکس‌برداری، نشر الکترونیکی، هر نوع انتشار به صورت اینترنتی، سی‌دی، دی‌وی‌دی، فیلم، فایل صوتی یا تصویری و غیره) بدون اجازه کتبی از نشر مهکامه ممنوع بوده و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

انتشارات مهکامه: ناشر تخصصی گردشگری و هتلداری

نشر و پخش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به لبافی‌نژاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم

فکس: ۶۶۹۶۱۵۰۹

تلفن: ۶۶۹۶۱۵۰۹ - ۶۶۴۹۷۰۵۰ - ۶۶۴۸۸۲۰۳

واتساپ: ۰۹۰۳۲۶۷۴۸۴۴

همراه: ۰۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱

www.mahkame.com

en_mahkame@yahoo.com

telegram.me/mahkamepublisher

اصلاحات و الحاقات احتمالی، در سایت انتشارات مهکامه:

پست الکترونیکی:

تلگرام:

فهرست مطالب

۹	پیشگفتار
۱۱	فصل اول: موزه چیست؟
۱۳	پیشینه‌ی موزه در دنیا
۱۸	پیشینه‌ی موزه در ایران
۲۱	تعریف سازمان‌های جهانی از موزه‌ها
۲۵	دسته‌بندی موزه‌ها از لحاظ دارایی و موضوعات مجموعه
۲۵	الف: موزه‌های تاریخی
۲۶	ب: موزه‌های علوم
۲۸	ج: موزه‌های هنری
۳۰	د: موزه‌هایی با آثار و اشیای خاص
۳۳	دسته‌بندی موزه‌ها از نظر وابستگی مکانی
۳۷	فصل دوم: اقتصاد موزه
۴۰	رشد اقتصادی موزه‌ها از طریق بازاریابی
۴۰	سابقه‌ی تاریخی بازاریابی
۴۱	بازاریابی چیست؟
۴۲	بازاریابی خدمات چیست؟
۴۳	ویژگی‌های امور خدماتی
۴۵	الف) بازاریابی فرهنگی
۴۶	ب) بازاریابی مقاصد گردشگری
۴۷	ج) بازاریابی در موزه
۵۱	اهداف بازاریابی موزه
۵۱	برنامه‌ی بازاریابی موزه
۵۲	سیستم اطلاعات بازاریابی موزه
۵۴	در نظر گرفتن موزه به‌عنوان یک بازار

۵۵	بازار هدف موزه.....
۵۷	بخش‌بندی بازار موزه.....
۵۹	تحقیقات بازار موزه.....
۶۰	مخاطب و تحقیق بازار موزه.....
۶۴	استراتژی بازاریابی موزه.....
۶۶	برنامه‌ریزی استراتژی بازاریابی در موزه.....
۶۷	(۱) استراتژی نفوذ در بازار موزه.....
۶۷	(۲) استراتژی توسعه‌ی بازار موزه.....
۶۸	(۳) استراتژی توسعه‌ی خدمات موزه.....
۶۸	(۴) استراتژی ایجاد تنوع.....
۶۸	(۵) استراتژی رضایت مخاطب.....
۶۹	مفهوم آمیخته‌ی بازاریابی در موزه.....
۱۰۸	محیط بازاریابی موزه.....
۱۰۹	تجزیه و تحلیل بازار موزه.....
۱۱۰	شناسایی و تجزیه و تحلیل فرصت‌های یک موزه.....
۱۱۱	بررسی محیط موزه.....
۱۱۳	بررسی محیط خارجی موزه.....
۱۱۷	اهمیت کانال‌های خرده‌فروشی در موزه.....
۱۲۰	انواع عملیات خرده‌فروشی در موزه.....
۱۲۱	نمونه‌ی یک بازاریابی موفق در موزه‌ی هنری هارن.....
۱۲۲	استراتژی دانشگاه فلوریدا.....
۱۲۳	اهداف سازمانی موزه‌ی هنری هارن.....
۱۲۷	فصل سوم: ایجاد فروشگاه موزه (برنامه‌ها، اهداف، ضرورت‌ها).....
۱۲۹	پیشینه‌ی فروشگاه موزه.....
۱۳۱	اهمیت و ضرورت فروشگاه در موزه.....
۱۳۸	روانشناسی خرید محصولات فرهنگی - هنری از فروشگاه موزه.....
۱۴۲	ویژگی‌های آموزشی از طریق فروشگاه موزه.....
۱۴۵	گسترش مخاطب و گردشگر از طریق فروشگاه موزه.....
۱۴۶	قدم اول به‌منظور برپایی یک فروشگاه در موزه: تهیه‌ی یک برنامه‌ی بازاریابی.....

الف) اصول و مبانی یک فروشگاه موزه.....	۱۴۸
۱- معماری و جایگزینی فروشگاه موزه و دسترسی به آن برای مخاطب.....	۱۴۸
۲- وظایف فروشنده فروشگاه موزه.....	۱۵۱
۳- کنترل بودجه، درخواست خرید و فروش ها.....	۱۵۲
۴- ویتترین ها و فضای اختصاصی محصولات.....	۱۵۳
۵- پشتیبانان و سرمایه گذاران.....	۱۵۳
۶- آینده نگری.....	۱۵۳
۷- بخش کودک و نوجوان.....	۱۵۳
۸- شعبات فروشگاه موزه.....	۱۵۴
۹- فروش آنلاین محصولات فرهنگی و هنری.....	۱۵۵
۱۰- طرح برنامه های مناسبی.....	۱۵۵
۱۱- استفاده از هنرمندان برای تولید محصولات فرهنگی و هنری.....	۱۵۵
ب) محصولات فروشگاه یک موزه (از نظر نوع، جنس، طرح و استانداردها).....	۱۵۶
۱- انواع محصولات در فروشگاه موزه.....	۱۵۶
۲- شناخت محصولات فرهنگی - هنری.....	۱۵۷
۳- جنس و طرح محصولات فروشگاه موزه.....	۱۶۳
محصولات مرتبط با مجموعه ی موزه.....	۱۶۳
مستندسازی محصولات فرهنگی - هنری.....	۱۹۳
قیمت محصولات فرهنگی و هنری در فروشگاه موزه.....	۲۰۴
بسته بندی محصولات فرهنگی - هنری فروشگاه موزه.....	۲۰۶
تبلیغات محصولات فرهنگی - هنری در فروشگاه موزه.....	۲۰۸
تحلیل یافته ها براساس موزه های ایران.....	۲۱۰
پایان سخن.....	۲۲۷
منابع و مأخذ.....	۲۳۳
دسترسی به سایت ها.....	۲۳۸

پیشگفتار

انگیزه‌ی نوشتن این کتاب به زمانی باز می‌گردد که در رشته‌ی موزه‌داری، مشغول به تحصیل بودم. از همان ابتدای مسیر، این سؤالات که موزه‌ها چه فایده‌ای برای جامعه و مردم دارند و چه سودی در مطالعه‌ی موزه‌ها و گذران وقت در آنها وجود دارد، ذهن مرا مشغول کرده بود. مباحث چستی موزه و فلسفه‌ی آن در اندیشه‌ام جای گرفته بود. شاید بتوان پاسخی پیش‌پاافتاده به این سؤال‌ها داد: «یادگیری تاریخ و عبرت از گذشتگان.» اما هدف نهایی موزه‌ها، لذت بردن و آموزش غیرمستقیم بوده است. هرچند این پرسش از همان ابتدا در ذهن من به وجود آمد و رفته‌رفته به این پاسخ رسیدم که موزه مرکز یادگیری است. موزه یک مرکز فرهنگی، هنری، علوم و دانش است. مرکزی است که می‌توان در حین آموزش و یادگیری، از آن لذت هم برد. آن پرسش‌های نخستین، نه تنها هیچ‌گاه مرا رها نکرد، بلکه پیوسته مرا بر آن داشت تا موزه را بهتر بشناسم و نتیجه‌ی آن جستجوها همین کتابی است که اکنون می‌خوانید. در این نوشتار، سعی شده تا جزئیات زیادی در باب موزه و موزه‌داری بیان شود:

❖ طرح مسئله

❖ تهیه و تنظیم فرضیه

❖ جمع‌آوری اطلاعات

❖ طبقه‌بندی اطلاعات

❖ تعیین اعتبار و نقد فرضیه‌ها

❖ تعریف و نوع هدف

❖ تجزیه و تحلیل مطالعات

اطلاعات از منابع زیر گردآوری شده است:

❖ منابع نوشتاری

❖ منابع شفاهی

❖ پیمایش میدانی

❖ مستندنگاری

شایان ذکر است به دلیل وجود کم منابع به زبان فارسی، منابع دست اول ترجمه شده‌اند. ارتباط و نامه‌نگاری با موزه‌داران خارجی و بهره‌گیری از تجربیات موزه‌داران نیز از دیگر انواع جمع‌آوری اطلاعات بوده است.

این نوشتار در سه فصل، جمع‌آوری شده است. فصل اول، با عنوان موزه چیست، به وجه تسمیه‌ی موزه، سابقه و پیشینه‌ی موزه در جهان و ایران، و طبقه‌بندی موزه‌ها می‌پردازد.

فصل دوم، با عنوان اقتصاد موزه‌ها، به مسئله‌ی بازاریابی و مباحث مربوط به درآمدزایی در موزه و از طریق موزه می‌پردازد.

فصل سوم، با عنوان فروشگاه‌های موزه، به مباحث اقتصادی موزه، در قالب فروشگاه‌های آن و استانداردسازی محصولات ارائه‌شده‌ی آن فروشگاه‌ها، می‌پردازد.

در این کتاب، از نمونه‌های موزه‌های ایرانی و خارجی، بهره گرفته شده است. به دلیل اینکه احساس کردم موزه و موزه‌داری در ایران جای خالی زیادی دارد، سعی کردم تا تمام تلاش خود را، درخصوص بهبود روند و کیفیت موزه‌ها، به کار گیرم و مطالبی عنوان کنم که کمتر به آنها پرداخته شده است.

نقیسه صادق‌نژاد