

## عنوان مقاله:

شناسایی و تعیین عوامل اصلی مکان یابی هتل ها و مراکز اقامتی با استفاده از تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM)

## محل انتشار:

چهاردهمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

عباس شهنوازی

محمود نویدی قاضیانی

## خلاصه مقاله:

در سنوات اخیر فقدان یک چهارچوب استاندارد و نبود برنامه ریزی مناسب در امر مکانیابی هتل ها و مراکز اقامتی باعث شده است بیشتر این مکانبراساس ۵ استاندارد های تعریف شده مکانیابی نشوند و به عوض کار علمی و براساس ۵ آگاهی، امری اختیاری تلقی شود. از طرف دیگر، در اغلب موارد روش جایگزینی هتل ها در نهادهای تصمیم گیرنده با روشهای سنتی و بدون توجیح علمی صورت گرفته و بیشتر امری تجربی و ذهنی است و در نتیجه دشواری دسترسی برای مشتریان و کاهش میزان فروش و سودآوری از جمله پیامدهای آن بوده است. لذا امروزه یکی از دلایل شکست سرمایه گذاری در هتل ها و مراکز اقامتی عدم مکانیابی مناسب در این حوزه است. با عنایت به اهمیت موضوع شناخت عوامل موثر در مکانیابی بهینه هتل ها و مراکز اقامتی، در این پژوهش ابتدا با انجام مرور ادبیات و پیشینه تحقیق، عوامل مهم بنا بر استفاده از نظر خبرگان حوزه بازاریابی و جغرافیای شهری و از میان حدود ۴۵ عامل موثر شناسایی شده و در قالب ۱۷ عامل اصلی مشخص گردید و در گام بعد، با استفاده از یک متدولوژی تحلیلی نوین، تحت عنوان «مدلسازی ساختاری تفسیری» روابط بین ابعاد و شاخصهای فرآیند تعیین و به صورت یکپارچه مورد تحلیل قرار گرفته است. نتایج مدلسازی ساختاری تفسیری نشان دهنده آن بود که شاخص های ویژگی های جمعیتی منطقه، عوامل اقتصادی مشتریان و جذابیت بازار در ناحیه نفوذ قرار دارد. این شاخص ها از قدرت نفوذ بالا با حداقل وابستگی برخوردار می باشند. با این توصیف شاخص های ناحیه کلیدی (نفوذ) از اهمیت زیادی برای تحقق دیگر شاخص ها برخوردارند.

## کلمات کلیدی:

مکانیابی بهینه، هتل ها و مراکز اقامتی، مدلسازی ساختاری تفسیری.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1703552>

