

عنوان مقاله:

مدیریت تقاضا در صنعت گردشگری

محل انتشار:

پانزدهمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

الهه مولایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، گرایش لجستیک زنجیره تامین، دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران)

بهروز کریمی - استادتمام، عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی تکنیک تهران)

خلاصه مقاله:

برنامه ریزی توریسم به عنوان یک سیستم منسجم می باشد. یک مفهوم اساسی در برنامه ریزی توریسم آن است که توریسم را باید به صورت سیستمی مرکب از عوامل عرضه تقاضا در نظر گرفت که به یکدیگر مرتبط هستند. عوامل تقاضا شامل بازارهای داخلی بین المللی توریسم ساکنین محلی است که از جاذبه ها، امکانات خدمات توریستی استفاده می نمایند. عوامل عرضه جاذبه ها، فعالیت ها اسکان توریستی دیگر امکانات خدمات توریستی را در بر دارد. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، ایجاد اشتغال، رشد بخش خصوصی تبادلات فرهنگی انسانی توسعه ساختار زیربنایی میدانند. فرآورده های جهانگردی نه تنها مولد سود، بلکه به مثابه وسیله تحول اجتماعی، فرهنگی ایجاد توازن تعادل مناطق شناخته می شود. صنایع گردشگری آنهایی که به دنبال موفقیت در کمک به ارتقاء سطح رفاه اقتصادی اجتماعی شهروندی می باشند نیاز دارند که ریسک تصمیماتشان را کاهش دهند. یک روش برای کاهش این ریسک از طریق تشخیص درک واضح تر رویدادها محیط آینده می باشد. یکی از مهمترین این رویدادها در صنعت گردشگری هر کشور، میزان تقاضا برای یک محصول یا مقصد گردشگری می باشد. در این مقاله ماژول های چهارگانه مدیریت تقاضا اعم از برنامه ریزی تقاضا، تبادل اطلاعات تقاضا، اثرگذاری بر تقاضا اولویت بندی تقاضا هرکدام به تفصیل پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

گردشگری، برنامه ریزی تقاضا، تبادل اطلاعات تقاضا، اثرگذاری بر تقاضا، اولویت بندی تقاضا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/839729>

