

عنوان مقاله:

استفاده از روش ویکور خاکستری به منظور ارزیابی محل نصب تلویزیون تبلیغات شهری (مطالعه موردی: شهرداری شیراز)

محل انتشار:

اولین همایش ملی تحقیقات میان رشته ای در علوم مهندسی و مدیریت (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

سید مهدی امیری - کارشناس ارشد مهندسی صنایع، شاغل در شهرداری شیراز

خلاصه مقاله:

امروزه توسعه کمی و کیفی درآمد پایدار یکی از دغدغه های اصلی شهرداری های کلانشهرها به شمار می رود. با توسعه مارکتینگ، تبلیغات می تواند جایگاه بسیار مهمی در کسب درآمد برای کلانشهرهاست. در جامعه اطلاعاتی امروز با توجه به نیازهای مردم تبلیغات محیطی ابزاری برای مدیران شهری است تا با توجه به تاثیرگذاری آن برای شهروندانی که بیشترین ساعات روز را در محیط شهری می گذارند، بتوانند علاوه بر درآمد برای شهر، ظرفیتی برای زیباسازی محیط فراهم کنند. تبلیغات محیطی قدرتمندی در دست مدیران شهری است زیرا با درآمد آن میتوان بسیاری از پروژه های شهری و هزینه های مربوط به شهر را پوشش داد به همین دلیل در شهرهای بزرگ جهان، فضاهای تبلیغاتی متنوعی برای درآمدزایی طراحی و ایجاد شده است. یکی از ابزارهای بسیار مهم تبلیغ، استفاده از تلویزیون های تبلیغات شهری یا LLD می باشد. البته هزینه خرید، نصب و تعمیرات نگهداری آن بالاتر از سایر ابزارهای تبلیغی است اما با توجه به انعطاف پذیری، قابلیت برنامه نویسی، ضریب تاثیر مورد استقبال قرار گرفته است. هدف از این تحقیق ارزیابی مکان های کاندید برای نصب یک تلویزیون تبلیغات شهری توسط شهرداری شیراز می باشد. بدیهی است با توجه به قیمت بالای تلویزیون، مکان یابی از اهمیت بسیار برخوردار است تا ضمن کمینه شدن دوره بازگشت سرمایه، ضریب تاثیر بیشینه شود. به همین دلیل ضمن تعیین معیارهای ارزیابی مناسب، از یکی از روش های قدرتمند و محبوب تصمیم گیری یعنی ویکور خاکستری استفاده شده است.

کلمات کلیدی:

مکان یابی تلویزیون شهری، ویکور خاکستری، درآمد پایدار، تبلیغات شهری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1178594>

