

## عنوان مقاله:

سازمان مدیریت مقصد در ساختار مدیریت گردشگری

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی گردشگری، فرهنگ و هنر (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

ناهید کمال الدینی - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، ایران

مهدی کروی - استاد گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، ایران

## خلاصه مقاله:

در شیوه ی مدیریتی یک سازمان مدیریت مقصد گردشگری (DMO)، ذی نفعان بخش عمومی و خصوصی در فرآیند تصمیم گیری و اجرای وظایف مدیریت مقصد مشارکت داده می شوند. بر اساس مرور صورت گرفته در این تحقیق، صاحب نظران مختلف تعاریف، ماهیت، شکل و وظایف متفاوتی برای DMO ها قایل هستند. وجه اشتراک این تعاریف و اشکال در این است که سازمان مدیریت مقصد به دنبال ائتلاف تعداد زیادی از سازمان ها و گروه های ذی نفع و ایجاد هماهنگی میان آنهاست. در اینمقاله میزان توجه مجامع علمی خارج و داخل کشور ایران به موضوع مدیریت مقصد مورد بررسی و مقایسه گرفته است. نتایج بررسی ها حاکی از رشد تعداد مطالعات صورت گرفته طی سالهای اخیر در هر دو حوزه می باشد. هم چنین نظر به عطف توجه بخش های آکادمیک به این موضوع و توصیه سازمان جهانی گردشگری به ایجاد سازمان های مدیریت مقصد در کشورهایی که فاقد چنین سازمان هایی هستند، در بخش دیگری از تحقیق به این سوال پاسخ داده شود که آیا می توان سازمان های متولی گردشگری در ایران را نوعی DMO دانست؟ نتیجه بررسی صورت گرفته، حاکی از عدم همخوانی وظایف تعریف شده برای سازمان های دولتی متولی گردشگری در ایران با وظایف و تعاریف استاندارد سازمان های مدیریت مقصد در دنیا است.

## کلمات کلیدی:

DMO، سازمان مدیریت مقصد، بازاریابی مقصد، برند مقصد، ساختار سازمان گردشگری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1257261>

