

## عنوان مقاله:

نقش مدیریت استراتژیک در فضای کسب و کار صنعت گردشگری

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

مریم زندی گوهرریزی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه فرهیختگان، کرمان، ایران

معصومه شیخ پور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه فرهیختگان، کرمان، ایران

## خلاصه مقاله:

این مقاله با هدف بررسی نقش بازاریابی در فضای کسب و کار صنعت گردشگری انجام یافته است. روش پژوهش حاضر توصیفی است. این پژوهش در پی این است که نقش مدیریت استراتژیک در فضای کسب و کار صنعت گردشگری را بررسی کند. امروزه در جهان لزوم برنامه ریزی استراتژیک برای توسعه صنعت گردشگری، امری غیر قابل انکار است اجرای استراتژی توسعه برای گردشگری به وسیله عملکرد مدیریت استراتژیک گردشگری تعیین می شود. مدیریت استراتژیک، یک فرایند فعال دستیابی به سازگاری بلندمدت در برنامه ریزی برای گردشگری است. مدیریت استراتژیک اساسا دارای تمام ویژگی های لازمی است که وعده کارایی و اثربخشی در دستیابی به اهداف توسعه گردشگری را می دهد. نتایج این پژوهش نشان می دهد با مدیریت استراتژیک می توان قدم های بهتری برای آینده صنعت گردشگری برداشت و با اتکا به ظرفیت ها، قابلیت ها و نقاط قوت، می توان با بینش بهتری به آینده، نگریست. دولت باید زمینه سرمایه گذاری بخش خصوصی و سرمایه گذاران خارجی در توسعه زیرساخت های گردشگری را فراهم و امنیت لازم را برای مسافران خارجی مهیا و زمینه ورود آسان تر آن ها به کشور را فراهم کند.

## کلمات کلیدی:

صنعت گردشگری، کسب و کار، مدیریت استراتژیک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1354154>

