



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تجزیه و تحلیل استراتژیکی محیط خارجی و اهمیت اطلاعات: تحقیق و  
مطالعه بر روی ادراک مدیران هتل

عنوان انگلیسی مقاله :

Strategic Analysis of the External Environment and the Importance of the  
Information: Research on Perceptions of Hotel Managers



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل  
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



## بخشی از ترجمه مقاله

### 5. Conclusion

Hotels extremely need information in order to sustain daily routines and develop new strategies for the future. Thus, they must set systems going to gather information, disseminate it among different parts of business and create new solutions and responses to the changes occurring in the market. When hotels develop systems to gather information from the out, on different components of external environment were focused as highly important. By considering findings from limited sample, it can be mentioned that hotels are very sensitive to the information about (in rank), "Computerization ratios in hospitality", "Automation systems developed for hotels", "Satisfaction level of tourists from hotel", "Market share of rivals", "Customer profiles of rivals", "Systems which may be used in meeting halls", "Regional tension and terror attacks", "Purchasing power of tourists", "Expectations of tourists from hotel", "Room prices of rivals", "Number of tourists visited the region", "Occupancy rates of rivals", "Average overnights in region", "Size of rivals", "Pricing policies of rivals for different seasons", "Discounts and promotion prices of rivals", "Adjustments related to tourism legacy", and "Strengths and weaknesses of rivals". The information groups of (in rank) technological environment, tourists and legal environment are highly important for hotels. As a source of information from external environment, customers, internet, rivals working in same location and employees are mostly important.

#### نتیجه گیری

هتل ها قویا به اطلاعاتی به منظور تثبیت و نگهداری امور روزانه و توسعه استراتژی های جدید برای آینده خود نیازمند هستند. در نتیجه، آنها باید سیستم هایی را برای جمع آوری اطلاعات، انتشار در میان همه بخش های کسب و کار قرار داده و راه حل های جدیدی را برای پاسخگویی به تغییرات پیچیده روز افزون در بازار تدبیر کنند. لذا هتل ها باید سیستم های جمع آوری اطلاعات را از خارج، از اجزای مختلف محیط داخلی که روی آن ها به عنوان عوامل کلیدی تمرکز دارند، توسعه دهند. با توجه به یافته های بدست آمده از این نمونه آماری، می توان اشاره کرد که هتل ها نسبت به اطلاعاتی (رتبه بندی) نرخ کامپیوترسازی مهمانداری، سیستم های اتوماسیون توسعه داده شده هتل ها، سطح خرسندی گردشگران از هتل، سهم بازار، نمایه مشتریان رقا، سیستم هایی که ممکن است در حال های کنفرانسی بکارگرفته شوند، تنش های منطقه ای و حملات تروریستی، قدرت خرید گردشگران، انتظارات گردشگران از هتل ها، قیمت های اتاق سایر رقا، تعداد گردشگران بازدیدکننده از یک منطقه، نرخ پر بودن اتاق های رقا، میانگین بازدیدهای شبانه منطقه، اندازه رقا، سیاست های قیمت گذاری رقا برای فصل های مختلف، تخفیفات و ارتقای قیمت های رقا، تمهیدات مرتبط با نمایه های گردشگری، و نقاط قوت و ضعف رقا. گروه های اطلاعاتی (از حیث رتبه بندی) محیط تکنولوژیکی، گردشگران و محیط قانونی برای هتل ها از اهمیت بالایی برخوردارند. به عنوان منبعی اطلاعاتی محیط خارجی، مشتریان، اینترنت، رقا مشغول در مناطق جغرافیایی مشابه و کارمندان از مهم ترین عوامل تلقی می گردند.



### توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.