



نقش مدیریت استراتژیک در هدفمند کردن صنعت گردشگری

مریم رضی کاظمی^۱

چکیده

در این مقاله سعی گردیده تا در خصوص نقش صنعت گردشگری بعنوان یک صنعت مولد و اشتغال زا مباحثی بیان گردد و همچنین وضعیت این صنعت در ایران مورد بررسی قرار گیرد و علل عدم موفقیت مدیران و متولیان صنعت گردشگری ایران در رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده نیز نقد گردد. و علل عدم رشد کشورمان در این صنعت نسبت به سایر کشورهای منطقه مورد بررسی قرار گیرد و راهکارهای نیز در خصوص حل مشکلات این صنعت بیان گردد. کشورمان ایران به عنوان یکی از کشورهای مستعد در زمینه صنعت گردشگری مورد توجه گردشگران سایر کشورها میباشد و در زمینه سرمایه گذاری نیز صاحبان سرمایه و سرمایه گذاران بین المللی در این صنعت نیز توجه ویژه ای به ایران دارند ولی چرا رشد این صنعت در کشورمان بسیار کند و نامحسوس است. یکی از علل آن ضعف مدیریت کلان، قوانین و دولتی بودن دیدگاه مدیران در تمام سطوح در این صنعت میباشد که میتوان با اصلاح سیستم مدیریت و با استراتژیک خاصی زمینه های رشد و شکوفائی و هدفمندی مدیریت این صنعت مولد را ایجاد کرد.

واژه های کلیدی: صنعت گردشگری ، مدیریت کلان، هدفمندی مدیریت گردشگری.

۱- دانشجوی تحصیلات تکمیلی رشته برنامه ریزی آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس؛

Email: mrkpershian1979@yahoo.com

Weblog: amozeshi-kazemi.blogfa.com