

اثر بخشی توسعه پایدار صنعت گردشگری بر رویکرد توسعه کارآفرینی پایدار

علی لوافان

دکتری مدیریت منابع انسانی

رئیس هیأت مدیره مجمع امور میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان

ali.lavafan@yahoo.com

چکیده

با پیشرفت و توسعه پایدار صنعت گردشگری در کشورها و جوامع، رویکرد کارآفرینی پایدار ارتقاء و توسعه یافته و اشتغال نیروی انسانی از رشد قابل ملاحظه ای برخوردار بوده است. صنعت گردشگری یک صنعت انسان محور و کاربر است که خدمات و تولید خود را به وسیله افراد ارائه می دهد و کمتر از ماشین استفاده می شود. هر چه بر تعداد بنگاه ها و سازمان های آن افزوده شود نیاز بیشتری به نیروی انسانی دارد. بخصوص در کشورهایی که از پایداری توسعه این صنعت برخوردار باشند، تعدیل و کاهش نیروی منابع انسانی در آنها اتفاق نخواهد افتاد، بلکه ممکن است بر درخواست و نیاز به سرمایه های انسانی افزوده شود. از طرف دیگر با رونق گردشگری صنایع و کسب و کارهای مرتبط با این صنعت، رویکرد کارآفرینی توسعه می یابد و آنها نیز به نیروی انسانی بیشتری نیازمند می شوند. مزیت نسبی رقابتی در این صنعت به هنگام رونق باعث می گردد که شرکت ها و سازمان های جدیدی به عرصه این صنعت افزوده شوند و نتیجتاً به اشتغال افراد بیشتری نیاز خواهد داشت و باعث ارتقاء رویکرد کارآفرینی پایدار می گردد. این رویکرد در جوامع جهانی بسیار اثربخش است و استقرار آن نشان دهنده رشد و پیشرفت این جوامع است. در این مقاله با تحقیق و پژوهش از مقالات علمی- پژوهشی، مطالب کتابخانه ای، اظهار نظر های متخصصین و تجربه های خود پژوهشگر تاثیر توسعه پایدار صنعت گردشگری بر رویکرد کارآفرینی پایدار بررسی می شود.

کلید واژه ها: صنعت گردشگری، توسعه، پایداری، رویکرد کارآفرینی

مقدمه

توسعه پایدار صنعت گردشگری بر عوامل مختلف منجمله بر ابعاد اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، مدیریتی و محیط زیستی اثرگذار است. پایداری توسعه این صنعت در ابعاد اقتصادی باعث افزایش درآمد ملی، درآمد سرانه و اشتغال می گردد. در زمینه اقتصادی خلاقیت ها و نوآوری ها باعث ارتقاء رویکرد کارآفرینی گردد. بعد اجتماعی در پایداری توسعه همراه با رویکرد کارآفرینی، رفاه اجتماعی را در قالب اقتصاد رفاه می آفریند و افراد جامعه می توانند با روحیه ای با نشاط و با انرژی بکار پرداخته و با سبک زندگی مرفه ادامه حیات دهند. توسعه پایدار باعث ورود سرمایه گذاران جدید در این صنعت می شود که خود کارآفرینی های جدیدی ایجاد خواهد کرد. یکی دیگر از ابعادی که تاثیرپذیر از توسعه پایدار است بعد مدیریتی است که می تواند همراه با تغییرات تکنولوژیکی، خلاقیت و نوآوری برای ارائه خدمات به متقاضیان دلیلی موجه بر ایجاد کارآفرینی های جدید شود. صنعت گردشگری با دیدگاه بدون پایداری توسعه، حتی با داشتن امکانات و آثار و پتانسیل های گردشگری راه به جایی نمی برد.

سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های این صنعت بایستی بر مبنای پایداری توسعه طراحی، تبیین، تدوین و اجرا گردد. اثرات صنعت گردشگری بر رویکرد کارآفرینی یک تعامل دوجانبه است، زیرا با رشد و توسعه صنعت گردشگری، کارآفرینی افزایش می‌یابد و رشد و توسعه کارآفرینی پایدار باعث رشد و توسعه صنعت گردشگری می‌گردد. رویکرد کارآفرینی باعث اثرگذاری در ایجاد و افزایش زیرساخت‌ها و تأسیسات زیربنایی می‌شود و از طرفی توانمندی‌های یک جامعه، فناوری و تکنولوژی را افزایش داده و بر فرهنگ اجتماعی جوامع اثر می‌گذارد. از طرف دیگر سطح بهره‌وری اقتصادی را افزایش داده باعث رونق و شکوفایی اقتصادی می‌گردد. این رویکرد فرهنگ اجتماعی را تحت الشعاع قرار می‌دهد و ارتقاء می‌بخشد. باعث افزایش سطح کمی و کیفی ورزش همگانی و قهرمانی و هنر در تمام زمینه‌ها می‌گردد. باعث کاهش مهاجرت‌های ناشی از بیکاری می‌شود و آسیب‌های اجتماعی همانند بیکاری، فقر، اعتیاد، طلاق، خشونت، سرقت و بیماری که نتیجه توسعه نیافتگی و عدم کارآفرینی در جوامع است را به شدت کاهش می‌دهد و بطور کلی می‌تواند اثربخشی خود را در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، مدیریتی و زیست محیطی نشان دهد و آنان را آماده خلق نوآوری‌ها کند. در بعد سیاسی نارضایتی‌های ناشی از مسائل معیشتی، رفاهی، بهداشت، سلامت و سایر موارد را کاهش داده و سطح رضایتمندی جامعه را افزایش می‌دهد.

کارآفرینان افرادی با ویژگی‌های خلاقیت، نوآوری، آینده‌نگری، پیشرو بودن، ریسک‌پذیر بودن، ارزش آفرین بودن و خواستار منافع جمعی به جای منافع فردی، به غیر از تقاضای سود منطقی از فعالیت‌هایشان خواستار مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و سهیم بودن در ایجاد رفاه اجتماعی هستند؛ که می‌توانند با هوشمندی از فرصت‌ها حداکثر استفاده را به عمل آورند و ریسک‌پذیرانه از منابع و امکانات جهت طرح‌ها و پروژه‌های خلاقانه و نوآورانه به خوبی استفاده کرده و متعهدانه به ایجاد کار و کمک به اقتصاد جوامع همت‌گمارده و ارزش آفرینی می‌کنند.

توسعه فرهنگ کارآفرینی یکی از نیازهای اساسی جامعه و مکمل فرآیند توسعه اقتصادی است. به طور کلی سه دسته عوامل مؤثر در بیشتر مدل‌های کارآفرینی معرفی شده که عبارتند از: توانایی‌های فردی، عوامل سازمانی و عوامل محیطی. در این میان عوامل محیطی که شامل ابعاد سیاسی، اجتماعی، قانونی، اقتصادی، اداری و از همه مهمتر بعد فرهنگی است، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. زیرا رفتار کارآفرینی تا حدود زیادی معلول گزینه‌های محیطی است. مجموعه گزینه‌های محیطی، نظام منسجم و یکپارچه‌ای را مهیا می‌سازد که اجزای آن با یکدیگر همبستگی و تناسب دارند و میتوانند کارآفرینی را توسعه و گسترش دهند (دل‌انگیزان و همکاران، ۱۳۹۴).

پیترسون (۱۹۸۰) معتقد است که کارآفرینی یک فرآیند است و به تنهایی نمیتواند در شخصی متجلی شود بلکه تجلی آن باید با فرصت‌ها و تقاضاها نیز همراه باشد. به اعتقاد لایوسی (۱۹۸۲) کسی که فرصت بازار را درک کرده و سرمایه لازم برای بهره‌برداری را یکپارچه می‌کند کارآفرین گویند. جوزف شومپیتر کارآفرینی را موتور محرک توسعه اقتصادی میدانند. وی مفهوم توسعه اقتصادی را شامل ابداع یک محصول جدید، ابداع روش جدید تولید، گشایش بازار جدید، گشایش منبع جدید مواد خام و ... بیان می‌کند (مجبی، ۱۳۸۶). از نظر استیونسون و گامپرت (۱۹۸۵) کارآفرینی فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها است. آمیت و همکاران (۱۹۹۳) سوق دادن منابع به سوی ظرفیت‌هایی که ایجاد ثروت می‌نماید را در بطن کارآفرینی می‌دانند. به اعتقاد پیتر دراکر کارآفرینی بهره‌برداری از فرصت‌ها برای ایجاد تغییرات است (مقبی، ۱۳۸۴). تا کنون، بسیاری از محققان و نظریه‌پردازان درباره ویژگی‌های کارآفرینان اظهار نظر کرده‌اند، توماس (۲۰۰۴)



ده ویژگی اصلی کارآفرینان را در قرن بیست و یکم معرفی کرده است که عبارتند از: شناسایی و استفاده از فرصت های سودآور، کردانی و تدبیر، خلاقیت، دورنماسازی تفکر مستقل، سخت کوشی، خوش بینی، نوآوری، ریسک پذیری و رهبری (محبی، ۱۳۸۶). کارآفرینی، فرایندی است که به ایجاد رضایتمندی یا تقاضای جدید منجر می شود. کارآفرینی عبارتست از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع برای بهره گیری از فرصتها (احمد پور داریانی، ۱۳۷۹). کارآفرینی، فرایند خلق چیزی نو و قبول مخاطرات و منافع آن است (Hisrich and et al, 2005). کرزنر (۱۹۷۹) معتقد است، مشکل اصلی اقتصاد هر جامعه ای از درک نکردن فرصتها نشأت گرفته است و از دید وی کارآفرینی، یعنی آگاهی از فرصت های سودآور و کشف نشده. شومپیتر، کارآفرینی را عامل محرک رشد اقتصادی میدانند و سوتو از آن به عنوان پایه و اساس توسعه یاد می کند (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰).

کارآفرین فردی است که ابزار تولید را برای ترکیب و تولید محصولات جدید قابل عرضه به بازار، خریداری میکند. موجب کارآفرین ایجاد مبادله و گردش پول در اقتصاد میشود و نقش مهمی در سیستم های اقتصادی دارد. کارآفرینان بین عرضه و تقاضا تعادل برقرار میکنند. کارآفرینان اجناس را با قیمت مشخص و معین برای کسب سود و فروش به قیمت نامعلومی میخرند. آنها "عدم قطعیت" را تحمل کرده و ریسک پذیرند. سود بالقوه فعالیت برای کارآفرینان ایجاد انگیزه میکند. بنابراین، طبق نظر کانتیلون، شرط لازم برای کارآفرین تحمل "عدم قطعیت" است (لوردکیپانیدز، ۲۰۰۵).

3

توماس کامورو - پرموزیک، وابسته تحقیقاتی ارزیابی های هوگان، معتقد است که کارآفرینان ویژگی فرصت طلبی دارند و همیشه آماده استفاده از هر موقعیتی هستند. آنها فرصت هایی را می بینند که دیگران نمی بینند. کسی نمی تواند به گرد پایشان برسد. همه کارآفرینان گرایش به درس گرفتن از اشتباهاتشان دارند. کارآفرینان ذاتی رفتار خود را تحلیل می کنند و از اعتراف به اشتباه خود نمی ترسند. آنها سعی می کنند رفتارهای منفی را تصحیح کنند. ریچارد استینون تحلیلگر پژوهشی ارشد و موسس شرکت تحلیلی IT-Harvest می گوید: ذهن یک کارآفرین همیشه در حال کار کردن است. او نمی تواند جریان ایده ها را متوقف کند. هر مشکلی برای او فرصتی برای ساختن یک کسب و کار و حل مشکل است (کیوان منش و همکاران، ۱۳۹۶).

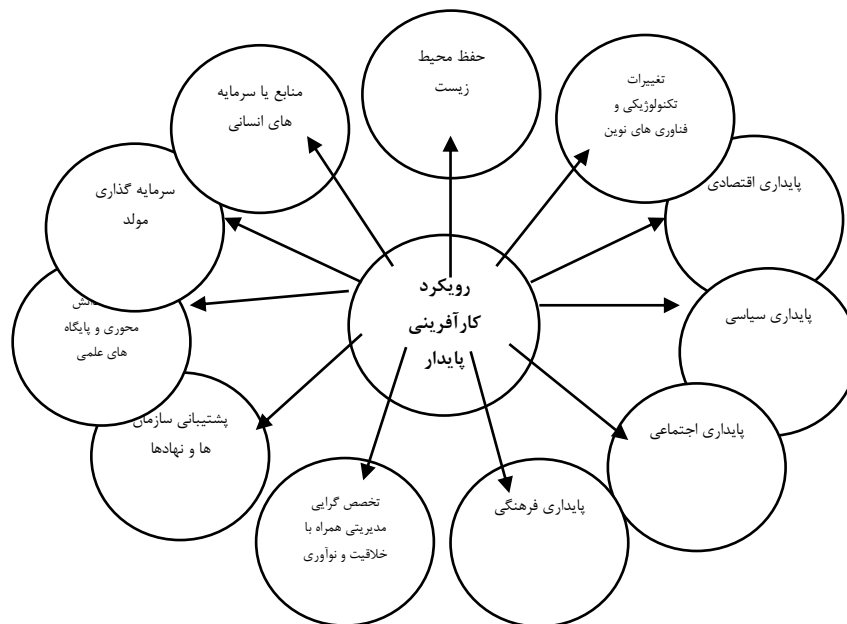
تعاریف و مفاهیم

رویکرد کارآفرینی پایدار

واژه کارآفرینی (entrepreneur) به معنای آفرینش کار با استفاده بهینه از منابع و امکانات، ریسک پذیرانه همراه با خلاقیت و نوآوری با تغییرات تکنولوژیکی و فناوری و تعهد اجتماعی که از زبان فرانسوی و از فعل (entreprendre) گرفته شده است که معنی "متعهد شدن" می دهد؛ می باشد. کارآفرینی پایدار زمانی تحقق می یابد که نتواند تاثیر منفی بر ثبات و پایداری عواملی همچون ابعاد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و مدیریتی پایدار بگذارد و این رویکرد نتواند به محیط زیست آسیب و ضرر و زیان برساند و تغییرات منفی در سطح زندگی اجتماعی جامعه ایجاد نماید. بلکه باعث تثبیت و پایداری و حتی رشد و توسعه ابعاد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی گردد و محیط زیست را محافظت کند و حتی بر اصلاح محیط زیست از طریق کاهش آلودگی ناشی از گازهای دی اکسیدکربن و متان و سایر گازهای گلخانه ای خطرناک، ایجاد فضاهای سبز و طرح شهرهای سبز، پشت بام های سبز، تولید سبزیجات و گیاهان در سوله ها و گلخانه ها بصورت طبقاتی - عمودی اقدام کند؛ زیرا کارآفرینی در صنعت گردشگری نیاز به توسعه زیستگاه های سبز، پارک ها، جنگل ها و منابع طبیعی دارد و گاهاً خود کارآفرینان به عنوان

کارآفرینی کمر بند سبز را در جوامع ایجاد می‌کنند. برای پیشبرد کارآفرینی نیاز به منابع انسانی یا سرمایه‌های انسانی هوشمند، کارآ، کارآمد، چابک و با دانش دارند که بتوانند در رویکرد کارآفرینی توان مسئولیت‌ها و وظایف محوله را داشته و آنها را به نحو احسن انجام دهند. آموزش مورد دیگری است که این منابع انسانی بطور دائم و به روز از آن استفاده کرده و از آموزش‌های کوتاه مدت قبل از خدمت، حین خدمت و بلند مدت کلاسیک یا دانشگاهی منتفع گردند. نیاز دیگر این رویکرد استفاده از مدیران متخصص و هوشمند، کارآ، کارآمد، خلاق و نوآور است که بتوانند همگام و هم‌راستا با تغییرات نوآورانه و تکنولوژیکی و فناوری‌های نوین حرکت کنند. زیرا یکی از موارد پیشران این رویکرد خلاقیت و نوآوری است. از موارد دیگر سرمایه‌گذاری مولد است که بایستی محیط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه به گونه‌ای باشد تا کارآفرینان به سرمایه‌گذاری ترغیب شوند، یعنی هم از نظر سود و بازده سرمایه‌گذاری راضی گشته و هم از لحاظ روحی و روانی اقبال و ارضاء شوند. زیرا کارآفرینان فقط و منحصر به دنبال سود نیستند؛ بلکه همراه با تامین خواسته سود، می‌خواهند بتوانند اثرات مثبتی در جامعه بگذارند و هویت خویش را در رویکردی نشان دهند که در جامعه انسانی مثمر ثمر و اثربخش باشند. نیاز دیگر این رویکرد همکاری و تعاون و پشتیبانی سازمان‌ها، نهادها، ارگان‌ها و اداره‌های دولتی و خصوصی جامعه مورد نظر است که باعث حمایت و راه‌اندازی و تشویق کارآفرینان خواهد شد. یکی دیگر از متغیرهای پیشران، نیاز به بینش و نگرش دانش‌محوری و علم‌نگری است که برای اقدام به این نگرش نیاز به پایگاه‌های علمی و دانشگاهی دارند تا بتوانند "فرهنگ کارآفرینی" را اشاعه دهند و در ادامه جامعه را با فرهنگ عمومی و اجتماعی به تعالی اجتماعی برسانند.

4



۱- عوامل پیشران رویکرد توسعه کارآفرینی پایدار

طبق تعریف واژه نامه دانشگاهی وبستر، کارآفرین کسی است که متعهد میشود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی و مدیریت کند. کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع، به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها. استیونسون، کارآفرینی را فرایند خلق ارزش، همراه با منابعی منحصر به فرد به منظور بهره‌برداری از یک فرصت می‌داند. طبق تعریفی که در واژه نامه امریکن هریتیج بیان شده است، کارآفرین سازمانی، شخصی است که در یک سازمان از قبل تأسیس شده، از طریق نوآوری و خطرپذیری، مسئولیت تبدیل یک فکر و ایده خام را به کالایی ساخته شده و سودمند بر عهده می‌گیرد (پروکوپینکو و پاولین، ۱۹۹۹). از دید شومپتتر، کارآفرین یک نوآور و یک رهبر است. بنابراین، کارآفرین شخصی است که ترکیبات جدیدی از محصول را خلق می‌کند، یا مانند شخصی است که می‌خواهد ریسک‌هایی را برای سازماندهی و ساماندهی دوباره ساز و کار اقتصادی و اجتماعی بپذیرد، یا مانند شخصی است که با به‌کارگیری فرصت‌های بازار، ناهماهنگی بین عرضه و تقاضا را از میان برمی‌دارد، یا شخصی است که خودش یک فعالیت تجاری دارد (لوردکیپانیدز و همکاران، ۲۰۰۵).

کارآفرینی نیروی اصلی در توسعه اقتصادی به حساب می‌آید، که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را به وجود می‌آورد. گردشگری یکی از بخش‌های اقتصادی است که به درجه بالایی از مشارکت فعالیت‌های کارآفرینانه نیاز دارد. پاسخگویی به تقاضای روز افزون و نیازهای مختلف گردشگری نیازمند تنوع خدمات و محصولات توریستی است که این موضوع فرصت‌های بیشتری را برای گردشگری پایدار فراهم می‌کند. گردشگری در سطح بین‌المللی رشد سریعی داشته است؛ بنابراین، به عنوان یکی از بخش‌های اقتصادی، به فعالیت‌های کارآفرینانه زیادی نیاز دارد که این امر در گرو تحریک کارآفرینان محلی می‌باشد و همچنین در کنار ایجاد اشتغال و افزایش رشد اقتصادی جوامع و مناطق، منابع کمیاب جوامع نیز باید حفظ شوند. کارآفرینی با رشد گردشگری و افزایش تقاضاهای جدید نسبت به انواع مختلف گردشگری وابسته است. فعالیت‌های گردشگری اصولاً از نوع بنگاه‌های اقتصادی کوچک است. مشخصه بارز کارآفرینان کوچک این است که خلأها را پر می‌کنند. آنها توانایی شناسایی فرصت‌های بازار و توسعه محصولات یا خدمات جدیدی که مورد تقاضای بازار می‌باشد را دارند، کارآفرینان همچنین فرصت‌های به‌کارگیری منابع جدید اقتصادی را فراهم می‌کنند، آنها سازمان‌ها یا نهادهای بزرگ را تغییر نمی‌دهند بلکه یک استراتژی جدید مدیریت و رهبری فراهم می‌کنند. بنابراین، کارآفرینان ارتباط دهنده بزرگی بین محصول و تأمین خدمات می‌باشند (سلطانی نژاد و وثوقی، ۱۳۹۴).

تیلور ویژگی تقاضای گردشگری را سرعت تغییرات آن میدانند و معتقد است بعد عرضه باید توانایی انطباق سریع با تغییرات بازار تقاضا را داشته باشد. به عبارت دیگر وجود یک مکانیسم دریافت اطلاعات و ارزیابی وضعیت و واکنش نسبت به محیط در سیستم گردشگری الزامی است (کاظمی، ۱۳۸۵)؛ بنابراین گردشگری به اندازه کافی جدید، آشفته و بی‌قاعده بوده تا مورد توجه کارآفرینان نوآور قرار گیرد (عباسی و ممیز، ۱۳۹۱).

کارآفرینی اساساً از ابتدا به منزله یک رویکرد اقتصادی مطرح شد و تا مدت طولانی تأکید بر جنبه اقتصادی کارآفرینی از سوی محققان بود که در کنار آن کم‌کم به جنبه‌های انسانی و اجتماعی کارآفرینی نیز توجه شد. نتیجه این نگرش تک‌بعدی در درازمدت، ایجاد آثار منفی بر محیط زیست به رغم رشد اقتصادی است. لذا با اینکه رشد اقتصادی ناشی از کارآفرینی در دهه‌های گذشته زیاد بوده و تأثیرات مثبتی در کیفیت زندگی مردم داشته است اما آثار منفی بی‌شماری نیز در منابع محیطی و همچنین ارزش‌پایداری نظام‌های اقتصادی داشته است. که نمونه‌هایی از آن شامل تغییرات آب و هوایی، آلودگی‌های آبهای زیرزمینی،

کاهش آبهای سطحی، آلودگی هوا و پارگی لایه اوزون است؛ تداوم چنین مشکلات زیست محیطی در بلندمدت منجر به تضعیف نظام های اقتصادی وابسته به منابع زیست محیطی شد (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۵).

نیازهای رویکرد کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری

رویکرد کارآفرینی پایدار زمانی در صنعت گردشگری اتفاق خواهد افتاد، که در صنعت گردشگری نیز رویکرد پایداری جامه عمل به خود پوشیده باشد. یعنی همه فرآیند پایداری را طی کرده و در ابعاد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و مدیریتی اثرگذاری مثبت داشته باشد و به محیط زیست آسیب نرساند؛ بلکه بتواند محیط زیستی سالم و برخوردار از نشاط و شادابی ایجاد نماید. آنگاه با استفاده از عواملی که مورد نیاز این رویکرد است بتواند به توسعه پایداری این رویکرد دست یابد. که این نیازها عبارتند از:

۶ - سرمایه گذاری مولد: که اولین فاکتور یا متغیر مهم رویکرد کارآفرینی است که همراه با منابع انسانی موثر می تواند در فرآیند رویکرد نقش اساسی داشته باشند. سرمایه گذاری مولد بایستی اشتغال زا باشد و بتواند نیروهای بیکار شده را جذب نماید. سرمایه گذاران بایستی ریسک خطر سرمایه خود را بپذیرند و از طرفی هزینه- فایده طرح مورد نظرشان را بررسی کنند، آنها به دو سود مادی و اجتماعی توجه دارند؛ تا بتوانند هم از سرمایه گذاری به نفع خود سودی عایدشان شود و هم بتوانند منافع و رفاه اجتماعی برای جامعه موردنظر ایجاد نمایند؛ که در کنار آن بازده سرمایه گذاری مدنظر سرمایه گذاران و کارآفرینان خواهد بود.

- استفاده از منابع یا سرمایه های انسانی هوشمند، کارآ، کارآمد، چابک و با استعداد: که بتوانند با آموزش های دائمی و به هنگام در این رویکرد نقش داشته باشند. زیرا مهمترین متغیر کارآفرینی نیروی انسانی است که اجراکننده فرآیند و عامل مهم عملیاتی کردن این رویکرد می باشند. بعد از سرمایه، مهمترین عامل در بحث کارآفرینی و سرمایه گذاری در صنعت گردشگری منابع انسانی موثر هستند.

- داشتن زیرساخت ها و تاسیسات زیربنایی: برای پایداری توسعه صنعت گردشگری وجود زیرساخت ها و تاسیسات زیربنایی حیاتی می باشد تا رویکرد کارآفرینی بتواند از آنها بهره مند گردد. زمانی این رویکرد تقویت خواهد شد که گردشگری با بهره مندی و استفاده از زیرساخت ها و تاسیسات مفید بتواند متقاضیان سفر و گردشگران را جذب نماید، رضایتمندی آنها را حاصل کند و موجب افزایش تعداد متقاضیان سفر گردد. از جمله زیرساخت ها و تاسیسات زیربنایی شامل خدمات شهری، جاده ها، فرودگاه ها، وسایل حمل و نقل از قبیل اتوبوس، قطار، هواپیما، کشتی، مبلمان شهری و هوشمندسازی شهرها، هتل ها، محل های اسکان مناسب، امنیت و ایمنی و سایر زیرساخت ها می باشد.

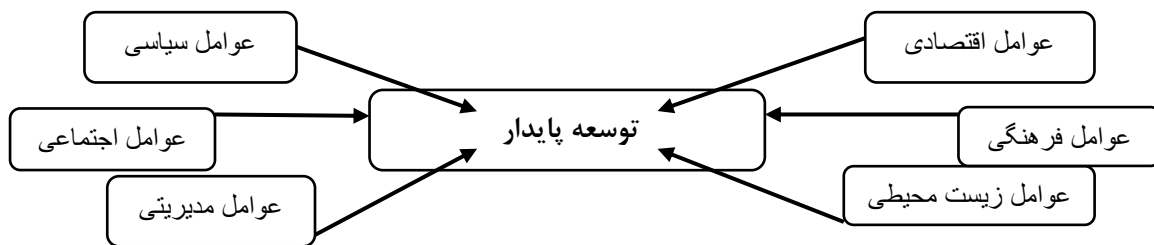
- وجود آثار تاریخی ملموس و ناملموس و منابع گردشگری: در صورت داشتن چنین منابعی میتوان به صنعت گردشگری در مقاصد گردشگری امیدوار بود و با استفاده از متغیرهای دیگر توان پایداری توسعه را افزایش داد. با تغییرات تکنولوژیکی و فناوری و تغییرات مستمر پدیده های جهانی، بایستی صنعت گردشگری نیز با تکنولوژی ها و فناوری های جدید هماهنگ شود تا بتواند رضایتمندی و خواست متقاضیان سفر و گردشگران خواهان و خواستار تکنولوژی های به روز و جدید را فراهم آورد. کشورهایی که با داشتن منابع غنی و آثار متعدد تاریخی نتوانند با تغییرات جهانی، تغییرات تکنولوژیکی و فناوری نوین همراه باشند؛ هیچ زمانی به توسعه پایدار نخواهند رسید. ممکن است در برهه ای از زمان بصورت کوتاه مدت موفق باشند ولی در میان مدت و بلند مدت به شکست خواهند رسید. باتوجه به وجود این آثار در صنعت گردشگری، توسعه رویکرد کارآفرینی پایدار قابل دسترس می باشد.

استفاده از مدیران کارآمد، خلاق، نوآور، هوشمند و متخصص: یکی از راه‌های موفقیت در صنعت گردشگری بکارگماردن مدیران کارآمد، خلاق، نوآور، هوشمند و متخصص است که بتوانند در همه اوقات و در همه وضعیت‌ها حتی در دوران بروز بحران‌ها با استفاده از دانش رویکرد تاب‌آوری و بکارگیری برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های از قبل پیش‌بینی شده از رویکرد تاب‌آوری در زمان بحران‌ها استفاده کنند و چنان نیروهای انسانی خود را قبل از بحران آموزش داده باشند که به جای شتابزدگی، هیجان منفی، نگرانی، اضطراب و ندانم‌بکاری بتوانند بر اوضاع مسلط شوند و اثرات ناشی از بحران‌ها را کاهش دهند. با یک مدیریت شایسته و عوامل دیگر میتوان به توسعه پایدار صنعت گردشگری و سپس به توسعه رویکرد کارآفرینی پایدار رسید.

نیاز به نقشه راه، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی: صنعت گردشگری برای رسیدن به پایداری توسعه نیاز به نقشه راه، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی‌های زمانبندی شده و راهبردی (استراتژیک) و همچنین رویکردهای آینده‌پژوهی، آینده‌نگاری، رویکرد چابکی سازمانی، رویکرد تاب‌آوری و در انتها رویکرد کارآفرینی دارد. که این رویکردها باید در نقشه راه، سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها ملحوظ گردند.

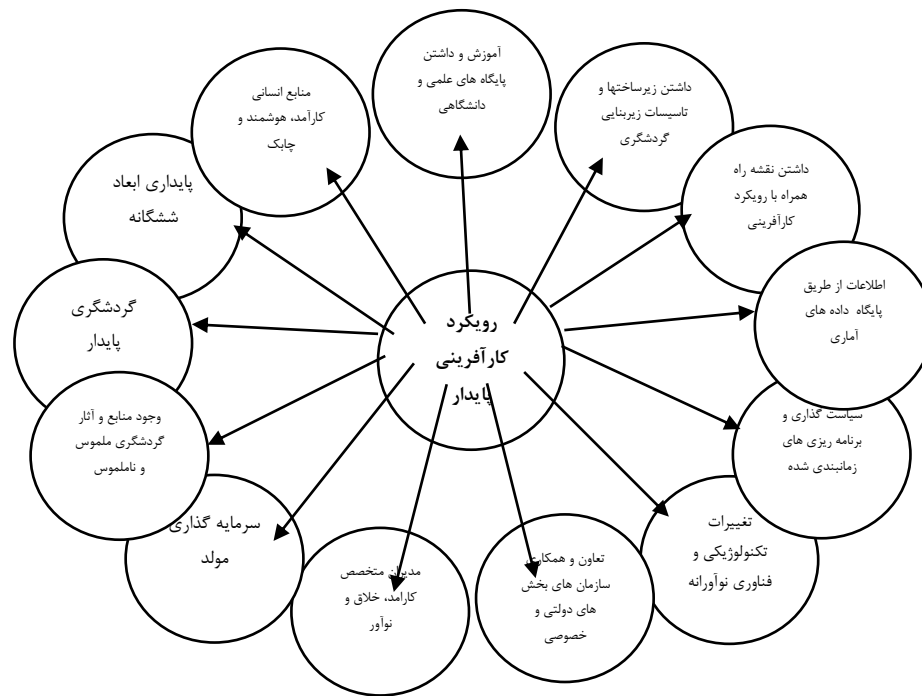
نیاز به آموزش و پایگاه‌های علمی، دانشگاهی و آماری: از ضرورت‌های پیشرفت و توسعه در صنعت گردشگری و رویکرد کارآفرینی آموزش مستمر و مداوم، بصورت آموزش‌های کوتاه‌مدت قبل از خدمت، در حین خدمت، بلندمدت کلاسیک و دانشگاهی می‌باشد که خود نیاز به پایگاه‌های علمی و دانشگاهی دارد؛ که باید متناسب با حجم آموزش دیدگان این پایگاه‌ها ایجاد گردد. برای داشتن اطلاعات آماری در استفاده از رویکرد کارآفرینی نیاز به پایگاه داده‌های آماری و سیستم مدیریت اطلاعات (MIS) می‌باشد.

همکاری و پشتیبانی همه سازمان‌ها: سازمان‌ها، ارگان‌ها، ادارات، مجامع، انجمن‌های دولتی و خصوصی از متغیرهای مهمی هستند که صنعت گردشگری و رویکرد کارآفرینی را به توسعه پایدار خواهند رساند. موازی‌کاری و جزیره‌ای عمل کردن راهی به جایی نمی‌برد و خود مانع از پیشرفت و توسعه این صنعت و رویکرد کارآفرینی می‌گردد. برای تثبیت و پایداری توسعه این صنعت و رسیدن به رویکرد کارآفرینی نیاز به همکاری دسته‌جمعی آحاد مردم جامعه نیز می‌باشد. رقابت‌های ناسالم و به تنهایی عمل کردن هر بخشی از بخش‌های مرتبط با گردشگری، مانع پیشرفت و توسعه می‌گردد.



۳-ابعاد شش‌گانه توسعه پایدار (صنعت گردشگری)

بعد از بکارگیری متغیرهایی که نام برده شد آنگاه توسعه پایدار صنعت گردشگری مستقر خواهد شد و از استقرار آن و افزایش تقاضای سفر برای مقاصد گردشگری، کارآفرینی هم در داخل سازمان‌های گردشگری و هم در سازمان‌های مرتبط با گردشگری رشد و افزایش خواهد یافت و از تاثیر کارآفرینی‌ها در بخش صنعت گردشگری، اقتصاد جوامع نیز تحت تاثیر قرار خواهند گرفت.



۲- نیازهای رویکرد توسعه کارآفرینی پایدار در صنعت گردشگری

امروزه در میان صنایع رو به رشد، صنعت گردشگری به علت تأثیرگذاری آن بر فرایند تولید، اشتغال و توسعه اقتصادی، برای بسیاری از کشورها از اهمیت خاصی برخوردار است. آگاهی جوامع از این که گردشگری منبع درآمد ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه ای در اختیار اقتصاد یک کشور قرار میدهد، باعث شده است که گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود (طهماسبی پاشا و مجیدی، ۱۳۸۴).

یکی از شاخه های مؤثر در اشتغالزایی و کارآفرینی، صنعت گردشگری است؛ زیرا گردشگران دارای فرهنگ های مختلف، نیاز، سلیق و خصوصیتی هستند که کشور میزبان باید برای ارائه خدمات گردشگری و معرفی فرهنگ خود، به گونه ای خود را با فرهنگ مهمان مطابقت دهد که جذابیت و اصالت فرهنگ خود را به صورت واقعی، کامل و هنرمندانه به گردشگر علاقه مند منتقل کند. باتوجه به اینکه گردشگری یک صنعت خدماتی است میتواند نقش به سزایی در اشتغالزایی ایفا کند (پایلی یزدی، ۱۳۸۶).

گردشگری میتواند توسعه روند کارآفرینی را تسهیل کند. گردشگری در مقایسه با سایر بخش ها بابت هر واحد سرمایه گذاری میتواند تعداد بیشتری از نیروی انسانی را به کار گیرد به عبارت دیگر گردشگری از سایر بخش ها کاربرتر است و موجب بالابردن

سطح اشتغال می‌شود. صنعت گردشگری افراد را با مهارت‌های گوناگون به اشتغال در می‌آورد و یکی از راه‌های مؤثر برای رفع بیکاری است (اربابیان و همکاران، ۱۳۹۳).

طراحی الگوی کاربردی به منظور خلق ارزش و ایجاد ثروت در صنعت گردشگری برای کارآفرینان و سازمان‌دین نهایت به رشد و رونق اقتصادی برای شرکت‌های سرمایه‌گذار ارائه‌دهنده خدمات در این زمینه منجر می‌شود. محققان بر این نظرند که افزایش ثروت در صنعت گردشگری باعث فعالیت‌های بیشتر اقتصادی - اجتماعی نظیر اشتغالزایی، پیشرفت‌های فناوری، رشد و ثبات اقتصادی می‌شود (Hingten, 2015).

بخش گردشگری، با توجه به فعالیت‌های گسترده منطقه‌ای و جهانی و نیز رشد سریع بازارهای بین‌المللی، نیازمند تلاش‌های کارآفرینانه بسیاری است. سبک زندگی گردشگران، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آنان و الگوهای کار و تعطیلات آنها از لزوم نوآوری در گردشگری و نیز فرصت‌های پاسخگویی شرکت‌ها به افزایش تقاضای گردشگری حمایت می‌کند (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۵).

اثرات پایداری رویکرد کارآفرینی بر ابعاد شش‌گانه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، مدیریتی و زیست‌محیطی

بعد اقتصادی: این رویکرد می‌تواند بر بعد اقتصادی اثرات بسیار زیادی بگذارد منجمله افزایش اشتغال مولد، افزایش درآمد، افزایش ثروت، ایجاد رونق و شکوفایی اقتصادی، افزایش توانمندی‌ها در بخش‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی، ایجاد درآمد منطقه‌ای و کاهش مهاجرت‌ها، ایجاد رفاه اجتماعی و در مجموع رویکرد کارآفرینی می‌تواند اقتصاد ضعیف و بیمار جوامع را دگرگون کرده و شرایط آن را مساعد و قابل قبول گرداند و سطح بهره‌وری را افزایش دهد. سرمایه‌گذاران و کارآفرینان را تشویق به سرمایه‌گذاری کند، تا آنها بتوانند با افزایش درآمد و ثروت، بودجه‌ای بخصوص در مواقع بحران جهت " رویکرد تاب‌آوری " اختصاص دهند.

بعد اجتماعی: این رویکرد می‌تواند در ابعاد اجتماعی منجمله تقویت و افزایش زیرساخت‌ها و تاسیسات زیربنایی، کاهش آسیب‌های اجتماعی از قبیل کاهش بیکاری، فقر، اعتیاد، خشونت، سرقت و نارضایتی شهروندان، طلاق و حوادث ناگوار کاملاً تاثیرگذار باشد و باعث ایجاد و تقویت تاسیسات و زیرساخت‌های شهری، افزایش رفاه اجتماعی، ایجاد رفاه منطقه‌ای و بخشی، ایجاد همکاری شهروندان در اداره شهرها با سازمان‌های دولتی، تقویت روحی و روانی افراد جامعه و کاهش هزینه‌های دارو و معاینات پزشکی، حرکت به سمت هوشمندی امکانات شهرها و آرام‌سازی و آسان‌سازی ارتباطات اداری با شهروندان، کاهش حجم ترافیک، افزایش فضاهای سبز و پارک‌ها و جنگل‌ها، افزایش امکانات تفریحی برای شهروندان، گردشگران داخلی و خارجی و کاهش مهاجرت‌های آسیب‌پذیر گردد.

بعد فرهنگی: با رویکرد کارآفرینی و افزایش درآمد و ثروت میتوان پایگاه‌های آموزشی، پژوهشی، فرهنگی، هنری و ورزشی را افزایش داد. برنامه‌های آموزشی، فرهنگی، تفریحی، ورزشی و انواع هنرهای مورد قبول جوامع را افزایش و ارتقاء داد. بر اثر آرامش روحی و روانی و استفاده از برنامه‌های فوق که منبث از رویکرد کارآفرینی می‌باشد؛ ارتباطات افراد آرامش‌بخش، منطقی، مودبانه و مهربانانه خواهد شد. کمک و همکاری‌های افراد با نهادهای دولت و نهاد‌های دولت با افراد و افراد با افراد به حد بسیار مطلوبی افزایش خواهد یافت. رفاه در جامعه باعث تغییرات شگرفی در طریق اداره کردن شهرها می‌گردد. هنرها ارتقاء خواهد یافت. ورزش همگانی و ورزش قهرمانی جایگاه رفیعی خواهد یافت. ترس‌های ناشی از سرقت‌ها، بیکاری، بیماری، طلاق، ناامنی‌ها

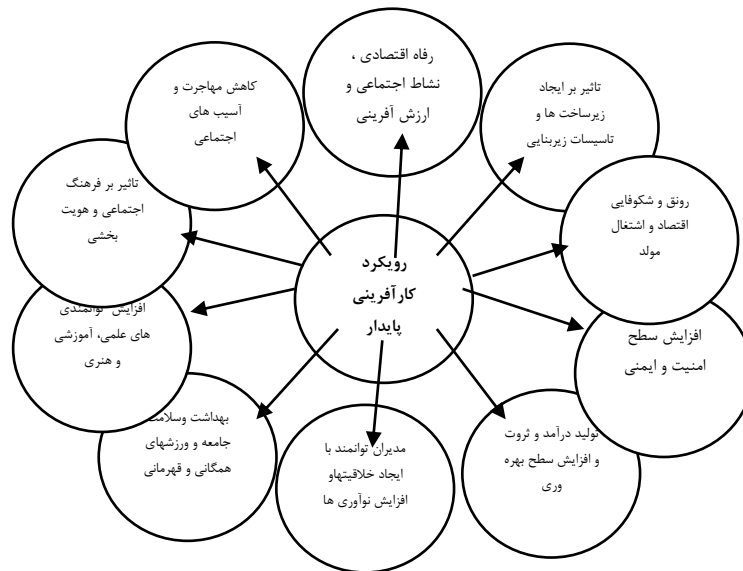


و حوادث غیرمترقبه کاهش می‌یابد. بطور کلی فرهنگ یک جامعه بر اثر توسعه پایدار رویکرد کارآفرینی دگرگون و مثبت خواهد گردید.

بعد مدیریتی: ارتقاء و توسعه پایدار این رویکرد باعث تصمیمات صحیح و منطقی مدیران خواهد شد، بیشتر تصمیمات غلط مدیران در مواقع ناهنجاری ها و مشکلات اقتصادی حادث می‌گردد. با فکر و ذهن آرام، مدیران می‌توانند تصمیمات صحیح و منطقی و رو به پیشرفت بگیرند و با سیاست گذاری های مطلوب و صحیح و برنامه ریزی های به موقع در اداره امور با موفقیت حرکت کنند. حتی در زمان وقوع بحران ها ، بخصوص بحران های طبیعی که امری اجتناب ناپذیر است بتوانند در مواجهه و مقابله با بحران ها از شدت و توسعه آن جلوگیری به عمل آورند و به کسب و کارهای آسیب دیده از بحران با رویکرد تاب آوری کمک و یاری رسانند. در شرایط ثبات و پایداری اقتصادی و اجتماعی ناشی از توسعه رویکرد کارآفرینی پایدار ؛ بودجه های مدیران به موقع و بجا هزینه می‌شود و باعث رشد و توسعه شهرها در همه ابعاد می‌گردد. با برقراری این رویکرد توانمندی ، کارآیی و کارآمدی مدیران و خلاقیت و نوآوری آنها افزایش می‌یابد و درصدد ایجاد کارآفرینی در طرح ها و پروژه های خلاقانه و نوآورانه جدید خواهند بود.

بعد سیاسی: با رضایتمندی افراد جامعه ، نشاط و شادابی ، آرامش روحی و روانی آنها تنش های سیاسی به شدت کاهش می‌یابد و تعاملات سیاسی چه در درون جوامع و چه در بیرون آنها افزایش خواهد یافت. و یک همزیستی مسالمت آمیز چه در داخل و چه در خارج جوامع اتفاق می‌افتد. تنش های داخلی سیاسی زمانی ایجاد می‌شود که نارضایتی افراد جامعه از جنبه های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و مدیریتی افزایش یافته باشد و آنگاه تعاملات اجتماعی و ارتباطات افراد با یکدیگر و افراد با ارگان های دولتی رو به ضعف و در ادامه به تنش های اجتماعی ختم خواهد گردید. هیچ جامعه مرفهی حاضر نیست ثبات جامعه خویش را به خطر اندازد و تعاملات اجتماعی خود را به ضدیت ها، آشوب ها و بی ثباتی اجتماعی بکشانند. وجود مدیران توانمند و لایق سیاسی جوامع نقش پررنگی بر ایجاد تعاملات خوب اجتماعی دارند که علاوه بر رفاه اقتصادی و اجتماعی جامعه می‌توانند اثرات مضاعفی بر آرامش جوامع بگذارند.

بعد محیط زیستی: ارتقاء سطح رویکرد کارآفرینی موجب افزایش درآمد و ثروت جوامع می‌گردد و در نتیجه سرمایه گذاری برای ایجاد فضاهای سبز، پارک ها، جنگل ها، مزارع و گلخانه ها افزایش خواهد یافت. مسلماً با تقویت این رویکرد بر اثر کاهش ترافیک شهرها و جلوگیری از آلودگی صنایع و کاهش دی اکسید کربن ، متان و سایر گازهای سمی و خطرناک، آلودگی هوا کاهش خواهد یافت. میتوان از اتومبیل ها و اتوبوس های برقی استفاده کرد و امکانات شهری را به سمت و سوی رویکرد هوشمندی کشاند؛ رویکرد هوشمندی، موجب کاهش آلودگی و افزایش سطح سبزینگی شهرها می‌گردد. قطعاً از رویکرد کارآفرینی و پیدایش درآمد و ثروت همراه با تکنولوژی های نوین و فناوری های خلاقانه و نوآورانه می‌توان در جهت حل مشکل کمبود آب بر اثر خشکسالی و برطرف کردن آن که پدیده ای بسیار خطرناک ، تهدیدکننده و نابودکننده حیات انسانی است؛ و همچنین تولید برق از انرژی خورشیدی و توربین های بادی استفاده نمود. زمانی میتوان از این خلاقیت ها و نوآوری ها استفاده کرد که از رویکرد کارآفرینی بطور موثر بهره برده شود. توان و سرمایه گذاری در رشد و توسعه زیست محیطی نیاز به سرمایه گذاری در اقتصاد دارد که می‌تواند از طریق استقرار توسعه رویکرد کارآفرینی پایدار تامین گردد.



۴- اثرات رویکرد توسعه کارآفرینی پایدار بر ابعاد شش گانه پایداری توسعه

درباره فرد کارآفرین خصوصیات قطعی وجود ندارد. یک کارآفرین موفق می تواند در هر سنی؛ با هر سطح درآمدی؛ هر نوع جنسیتی و از هر نژادی باشد و آنها در تحصیلات و تجربه باهم متفاوت هستند. اما اخیرا تحقیقات نشان می دهند که موفق ترین کارآفرینان ویژگی های شخصیتی معینی همچون: خلاقیت؛ اهدا و تخصیص؛ اراده قوی؛ انعطاف پذیر؛ رهبری؛ علاقه و اشتیاق؛ اعتماد بنفس و هوشمند را دارا هستند. کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک جدیدی را با سرمایه خود شروع کند. البته برخی بر این عقیده اند که اگر فعالیت اقتصادی شروع شده نوآوری جدید نبود و پیروی از روش های قبلی فعالیت های اقتصادی باشد نمی تواند به عنوان یک فعالیت کارآفرینانه به حساب آید یا به عبارتی دیگر کارآفرین از جنبه دیگر به معنی: فردی است که ابزار تولید را برای ترکیب و تولید محصولات جدید قابل عرضه به بازار؛ خریداری می کند و موجب ایجاد مبادله و گردش پول در اقتصاد شده و بین عرضه و تقاضا تعادل برقرار می کند (سلطانی نژاد و وثوقی، ۱۳۹۴).

مشاهده و ارزیابی فرصت های تجاری، گردآوری منابع مورد نیاز و دستیابی به ارزیابی حاصل از آن را داشته و می توانند اقدامات صحیحی را برای رسیدن به موفقیت انجام دهند. ایمانی، عاشقی و آذرخش (۱۳۸۸) می گویند: کارآفرینی به عنوان سمبل و نماد

تلاش و موفقیت در امور تجاری بوده و کارآفرینان، پیشگامان موفقیت‌های تجاری در جامعه هستند. توانایی آن‌ها در بهره‌گیری از

فرصت‌ها، نیروی آن‌ها در نورآوری و ظرفیت آن‌ها در قبال موفقیت، به عنوان معیارهایی هستند که کارآفرینی نوین به وسیله آنها سنجیده می‌شود (زینلی زاده و همکاران، ۱۳۹۱). بنابراین، کارآفرینان مدیران یا مالکانی هستند که با راه‌اندازی یک واحد تولیدی - تجاری از اختراع بهره‌برداری می‌کنند که این فرد عوامل تولید را جهت تولید، تجارت یا ارائه خدمات ترکیب می‌کند (حجازی، ۱۳۸۳).

در دیدگاه‌های مرسوم و گذشته، کارآفرینی فرایند استفاده از فرصت‌ها برای خلق ارزش و بهبود عملکرد و ارتقای بهره‌وری با اتکا بر ویژگی‌های ذاتی فرد/ سازمان کارآفرین بود و در نهایت سودآوری به منزله هدف غایی دنبال می‌شد و در آن بهبود عملکرد زیست‌محیطی و اهمیت هزینه‌های اجتماعی و تخریب محیط زیست لحاظ نمی‌شد. با فشارهای جهانی برای اخذ استانداردهای زیست‌محیطی برای کسب و کارهای شکل‌گرفته از یک سو و رشد فزاینده تقاضای مشتریان برای محصولات و خدمات سبز (بدون اثر مخرب در محیط زیست) مفهوم کارآفرینی پایدار و سبز پدیدار شد. امروزه کارآفرینان در سطوح مختلف تلاش می‌کنند تا از طریق ایجاد مطلوبیت و رضایتمندی از منظر زیست‌محیطی در فرایند کارآفرینی و بهبود عملکرد محیطی خود به منزله یک سلاح راهبردی برای کسب مزیت‌های رقابتی پایدار سود ببرند. بنابراین کارآفرینی سبز یکپارچه‌کننده مدیریت و برنامه‌ریزی کارآفرینی با الزامات زیست‌محیطی در کلیه فرایند کارآفرینی و به منظور حداکثر کردن میزان بهره‌وری مصرف انرژی و منابع در کنار خلق ارزش است (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۵).

از آنجا که گردشگری یک صنعت پویاست، نیازمند کارآفرینانی است که فرصت‌های توسعه جدید و روش‌های خلاق مدیریت توسعه موجود را کشف کنند. توانایی کشف فرصت‌ها، تامین مالی مورنیاز، شناسایی اماکن و سایت‌های برتر، استخدام طراحان به منظور توسعه فیزیکی، تامین منابع انسانی مورد نیاز برای مدیریت تاسیسات فیزیکی و خدماتی برای توسعه گردشگری بسیار مهم است. کارآفرینی در کشورهای توسعه‌یافته بخشی از فرهنگ محسوب می‌شود و نبود این عامل در بسیاری از کشورهای توسعه‌نیافته نقش اساسی است، که توسعه فعالیت‌های گردشگری را با مشکل مواجه می‌سازد (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۵).

بحث و نتیجه‌گیری

توسعه رویکرد کارآفرینی که حاصل صنعت گردشگری با توسعه پایدار می‌باشد؛ یک رویکرد مثبت و اثرگذار بر اقتصاد جوامع است و اگر پایدار باشد در همه ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، مدیریتی و زیست‌محیطی اثربخش خواهد بود. مزیت‌های نسبی رقابتی جوامعی که از رویکرد کارآفرینی پایدار استفاده می‌کنند به مراتب بالاتر از کشورهای دیگر است. کشورهای دارای این رویکرد از افزایش اشتغال، افزایش درآمد، افزایش ثروت، افزایش رفاه اجتماعی، افزایش و تقویت زیرساخت‌ها و تاسیسات زیربنایی، نشاط اجتماعی، جلوگیری از مهاجرت، افزایش امکانات رفاهی و فرهنگی، تقویت موارد آموزشی، تقویت امکانات هنری و ورزش، آسان‌سازی و رفاه سبک زندگی، افزایش توانمندی و کارآمدی اجتماعی - اقتصادی، بهبود بهداشت عمومی، سالم‌سازی فکری و روحی و جسمی، ارتباطات و تعاملات سازنده و مبتنی بر احترام متقابل و همزیستی مسالمت‌آمیز، افزایش سطح فرهنگ و

احترام به ارزش ها و هنجارهای اجتماعی، پیشرفت و توسعه پایدار اقتصادی، حفظ محیط زیست و اهمیت به موارد زیست محیطی و افزایش سطح پارک ها، جنگل ها، مزارع و بسیاری از موارد دیگر برخوردار خواهند بود. عوارض گوناگون ناشی از عدم برخورداری از یک زندگی معمولی موجب فقر، بیکاری، اعتیاد، طلاق، فساد، سرقت و سایر عوارض ناپسند اجتماعی است و انحطاط و نابودی یک جامعه را باعث می‌گردد. این رویکرد یک رویکرد اشتغال زای خلاقانه و نوآورانه است و می‌تواند جوامع را به حرکت های پیشران به سوی نشاط، شادابی، سعادت، کامروایی، آسایش و آرامش رهنمون سازد.

صنعت گردشگری با توسعه ای پایدار می‌تواند رویکرد کارآفرینی پایدار را تقویت کند و جوامع را هرچه سریعتر به جوامعی پیشرفته و مترقی گسیل دهد. پایداری و ثبات صنعت گردشگری زمانی اتفاق خواهد افتاد که رشد و توسعه در ابعاد گوناگون و بخصوص ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، مدیریتی و محیط زیستی ایجاد شود. کارآفرینان زمانی به فکر کارآفرینی خواهند افتاد که شرایط و موقعیت این رویکرد فراهم باشد و بتوانند از خواسته های خود که همانا سود متعادل و منطقی، مشارکت در رساندن فواید و رفاه اجتماعی، مشارکت در تغییر نوع نگرش، باور و رفتار جامعه به این رویکرد و اثرات آن که باعث پیشرفت و تعالی جامعه میگردد، مشارکت در کاهش آسیب های اجتماعی که مستلزم همکاری و پشتیبانی همه آحاد مردم بخصوص سازمان ها، ارگان ها، مجامع و انجمن های بخش دولتی و خصوصی می باشد؛ منتفع گردند.

13

خواست و تقاضای کارآفرینان به غیر از سود و منفعت؛ اثرگذاری در ارتقاء سبک زندگی آحاد مردم است. در اینجا بایستی تفاوت و تمایز ثروتمندان و کارآفرینان را مشخص کرد، زیرا ثروتمندان درصد افزایش ثروت خود بدون در نظر گرفتن منافع و رشد و توسعه اجتماعی هستند ولی کارآفرینان علاوه بر تقاضای سود متعادل برای نتایج کار خود به منافع و رفاه اجتماعی و مشارکت در رشد و توسعه اجتماعی نیز توجه دارند و اقدام می‌کنند. همچنین کارآفرینان صنعت گردشگری نیز از این دیدگاه به فعالیت های اجتماعی نگاه می‌کنند. از یک طرف دولت ها بایستی پشتیبان و مدافع چنین دیدگاه های کارآفرینانه ای باشند و آنها را کاملا حمایت کنند و از طرف دیگر افراد جامعه نیز درصد پشتیبانی و حمایت از آنها برآیند تا تشویقی برای دیگر کارآفرینان به کارآفرینی باشد. توسعه پایدار گردشگری با کارآفرینی کار آفرینان می‌تواند ایجاد، دوام و بقاء یابد.

کارآفرینی در این صنعت بایستی متناسب با سنجش حجم گردشگری، ظرفیت سنجی و اقتصادسنجی جوامع صورت گیرد. زیرا با افزایش بی رویه سازمان های این صنعت همانند هتل ها، آژانس ها، مهمان پذیران و سایر سازمان های خدماتی گردشگری و مازاد بودن خدمات بر تقاضای متقاضیان گردشگری موجب رکود و شکست در این صنعت خواهد شد. البته با طرح های خلاقانه و نوآورانه سازمان های مکمل دیگر میتوان از ظرفیت ها و امکانات آنها استفاده کرد؛ همانند استارت اپ ها، پلتفرم نویسان نرم افزارهای گردشگری، کسب و کارهای شبکه های مجازی و دیجیتالی دست اندرکاران گردشگری، اینفلوئنسرهای مارکتینگ، کسب و کارهای هوشمندسازی در گردشگری، ایجاد پارک ها و امکانات تفریحی نوآورانه همانند پارک های موضوعی والت دیزنی، شرکت های چندملیتی مک دونالد متعلق به ری کراک، تفریحگاه پریتیکین در فلوریدای آمریکا به عنوان اولین مرکز ارائه دهنده شیوه زندگی سالم در آمریکا؛ پارک تفریحی کالکار در آلمان، هتل مزرعه ای در هلند که اتاق ها با نی ساخته و در آنها از کاه و پوست گاو برای تزئین استفاده شده، کشف غار علی صدر در همدان به عنوان یک جاذبه گردشگری و همچنین تونل زیرزمینی جنگی ویتنام که مورد بازدید گردشگران بسیاری قرار می‌گیرد.



پیشنهادها

۱- ایجاد محیطی سازنده برای فعالیت های کارآفرینان با نگرش ، دیدگاه و نظر مساعد به این فعالیت ها و یقین و باور به اینکه با کارآفرینی میتوان توسعه پایدار بخصوص در صنعت گردشگری ایجاد و با توسعه پایدار در صنعت گردشگری میتوان کارآفرینی پایدار برقرار نمود.

۲- پشتیبانی و حمایت کامل بخش های دولتی و خصوصی از کارآفرینان و بسترسازی، راهگشایی و راهنمایی و تشویق آنها به مشارکت و همکاری در فعالیت های اجتماعی منجمله صنعت گردشگری.

۳- تقویت، اصلاح و ایجاد زیرساخت ها و تاسیسات زیربنایی برای مشارکت کارآفرینان ، تا بتوانند از طرح ها و پروژه های خود به خوبی استفاده کرده و در جهت سرمایه گذاری مولد اقدام نمایند.

۴- در رویکرد کارآفرینی پایدار و همچنین در صنعت گردشگری به نگرش دانش محوری و تقویت و توسعه رویکرد آموزشی_ پژوهشی نیاز است. بنابراین افزایش پایگاه های علمی و دانشگاهی جهت برطرف نمودن این نیاز، لازم است.

۵- ایجاد و برقراری "اتاق گردشگری" و شعبه های آن در شهرستان ها در جهت تقویت بخش خصوصی و استفاده از نظرها و پیشنهادهای آنها برای تصمیم گیری ها و تصمیم سازی ها ضروری است.

۶- ایجاد نقشه راه همراه با در نظر گرفتن و پیاده کردن رویکردهای آینده پژوهی، آینده نگاری، تعالی سازمانی، چابکی سازمانی، هوشمندسازی، استعدادیابی، تخصص گرایی ، کارآفرینی ، سیاست گذاری و برنامه ریزی زمانبندی و ملحوظ کردن این رویکردها که باعث پایداری توسعه این صنعت خواهند شد.

۷- گزینش، بکارگیری و استخدام منابع انسانی کارآمد ، با استعداد، چابک، ارتباط محور، با خصوصیات روحی و روانی سالم و متعادل برای پیاده کردن رویکرد کارآفرینی پایدار ضروری است.

۸- تغییرات سازمان های مرتبط با مدیریت سازمان ها همگام با تغییرات تکنولوژیکی و فناوری های نوین و فکرهای خلاقانه و نوآورانه از ضروریات توسعه پایدار گردشگری است.

۹- مدیران متخصص ، کارآمد ، با استعداد، خلاق و نوآور می توانند رویکردهای توسعه پایدار گردشگری و کارآفرینی را پیاده کرده و مدیریت کنند. استفاده از افرادی که دارای این خصوصیات نباشند آسیب های بسیاری به این صنعت وارد خواهند کرد.

۱۰- همبستگی و یکپارچگی سازمان ها، ارگان ها، نهادها و ادارات بخش های دولتی و خصوصی نیاز مبرم توسعه پایدار است. جزیره ای عمل کردن ، موازی کاری و عدم همکاری آنها مانع پیشرفت توسعه این صنعت خواهد گردید.

۱۱- استفاده از مقالات ، کتاب ها و نظریات متخصصین بخش صنعت گردشگری و کارآفرینی که می تواند کمک بسیاری به این رویکردها داشته باشد.

۱۲- ایجاد سازمانی مستقل جهت "رویکرد کارآفرینی پایدار" برای همه بخش های اقتصادی و اجتماعی به ویژه صنعت گردشگری که قادر به سیاست گذاری و برنامه ریزی برای ایجاد کارآفرینی در جامعه گردد.

۱۳- استفاده از رویکردهای نیازسنجی، اقتصادسنجی و امکان سنجی برای اجرای طرح ها و پروژه ها ضروری می باشد؛ زیرا بیشتر بودن عرضه خدمات نسبت به تقاضای متقاضیان این صنعت و گردشگران داخلی و خارجی ؛ باعث اتلاف سرمایه های ملی می گردد و با چنین وضعیتی رویکرد کارآفرینی مناسب نخواهد بود.

۱۴- برای سنجش رویکردهای اقتصاد سنجی، امکان سنجی، ظرفیت سنجی و سایر اطلاعات آماری در صنعت گردشگری نیاز به سیستم مدیریت اطلاعات (MIS)، اطلاعات آماری صحیح و پایگاه های داده های آماری این صنعت می باشد.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۷۹). کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها"، انتشارات پردیس پنجاه و هفت.
- اربابیان، شیرین؛ زمانی، زهرا و رحیمی، معصومه. (۱۳۹۳). بررسی اثر گردشگری در توسعه کارآفرینی، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۱۲۶-۱۴۶.
- پایلی یزدی، محمد حسین، سقایی، مهدی. (۱۳۸۶). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت، چاپ سوم
- حجازی، سید علیرضا. (۱۳۸۳). مشارکت فناوری اطلاعات در کارآفرینی، صص ۳۰-۳۴.
- دادورخانی، فضیله؛ رضوانی، محمدرضا؛ ایمنی قشلاق، سیاوش و بودرجهرمی، خدیجه. (۱۳۹۰). تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی های کارآفرینی و گرایش به کارآفرینی بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندوان شهرستان اسکو) پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ۲۷، صص ۱۶۹-۱۹۵.
- دل انگیزان، سهراب؛ اجاقی، صبا؛ فرجی، فرشته؛ دورباش، زهرا و امیری، صبا. (۱۳۹۴). کارآفرینی در حوزه گردشگری با رویکرد توسعه پایدار، کنفرانس بین المللی کارآفرینی با تاکید بر فناوری های نوین، صص ۱۷-۲۴.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی و پورجم علویجه، افسانه (۱۳۹۵). بومی سازی شاخص های مدیریت کارآفرینی پایدار گردشگری در هتلهای ایران، فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، دوره ۵، شماره ۷، صص ۲۶-۷.
- زینی زاده، لیلا و زینی زاده، اعظم. (۱۳۹۱). مهارت آموزی، کارآفرینی و بهره وری مهارت آموختگان، دانشگاه مازندران، صص ۳۵-۳.
- سجاسی قیداری، حمدالله؛ رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود. (۱۳۹۵). توسعه پایدار کارآفرینی گردشگری با تاکید بر مناطق روستایی، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.
- سلطانی نژاد، مهدیه و وثوقی، لیلا. (۱۳۹۴). بررسی ظرفیت های کارآفرینی در گردشگری (مطالعه موردی استان کرمان)، همایش ملی فرهنگ گردشگری و هویت شهری، صص ۱-۱۶.
- طهماسبی پاشا، جمعی و مجیدی، روفیا (۱۳۸۴). چشم انداز گردشگری سواحل جنوبی دریای خزر و آثار آن بر توسعه شهرها و روستاهای منطقه (مطالعه موردی: شهرستان تنکابن)، مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران، تهران: انتشارات رسانش
- کاظمی، مهدی (۱۳۸۵). مدیریت گردشگری، انتشارات سمت، چاپ سوم.
- کیوان منش، مهری؛ مشرف جوادی، محمدحسین و اعتباریان، اکبر. (۱۳۹۶). شاخص های کارآفرینانه موثر بر کاه اعتیاد به مواد مخدر و ارتقاء لامت عمومی، فصلنامه علمی تخصصی شاخص کارآفرینی، شماره ۴.
- محبی، عظیم (۱۳۸۶). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه خلاقیت و کارآفرینی، کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان های آینده.
- مقیم، محمد (۱۳۸۶). کارآفرینی در سازمان های دولتی، انتشارات دانشگاه تهران.
- ممیز عباسی، آیت اله مهدی (۱۳۹۱). آینده فرصت های کارآفرینی در حوزه زمین گردی مطالعه موردی؛ منطقه جلفا - نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی سال دوازدهم، شماره ۲۶.

اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و صنعت

۱۲ شهریور ۱۴۰۰ - تفلیس / گرجستان

1ST National Conference on Management & Industry

3 September 2021 - Georgia



Hingtgen, N., Kline, C., Fernandes, L., & Mcgehee, N. G. (2015). "Cuba in Transition: Tourism Industry Perceptions of Entrepreneurial Change". *Tourism Manag.*, 50, 184–193.

Lordkipanidze, M., Brezet, H. and Backman, M. (2005). The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development, *Journal of Cleaner Production*, (13): 787- 798.

Prokopenko, J. and Pavlin, I. (1999). Entrepreneurship development in pullice enterprises, international labour organization restructuring: Economic Commission for Europe, www.unece.org.