

مطالعات ریسک کار آفرینی در جوامع محلی

مؤلف:

حمیدرضا حاجی اشرفی



مقدمه ناشر

این مجموعه در ده فصل به بررسی میزان خطرپذیری فعالیت در حوزه کارآفرینی و گردشگری در مناطق محلی ایران می‌پردازد. برای این منظور شهر «کیلان» از توابع شهرستان دماوند به عنوان پایلوت مطالعاتی برای کارگروه کارآفرینی و گردشگری انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته است.

چگونگی شکل‌گیری کارآفرینی و گردشگری در ایران، اهمیت شکل‌گیری فضاها، کسب و کار نوین در جوامع محلی، بررسی خطرات کارآفرینی و گردشگری از نگاه کارشناسان، اصول اساسی شکل‌گیری اکوسیستم‌های کسب و کار و گردشگری، بررسی علل نوسان تولید برخی کالاها، سنتی، مطالعه و بررسی اکوسیستم کسب و کار به روش SWOT، بررسی و تحلیل نقاط ضعف و قوت منطقه مطالعاتی و تهدیدات مربوط به آن و همچنین تحلیل و بررسی فرصت‌ها در این منطقه از مواردی است که در این کتاب به آن‌ها پرداخته شده است.

این کتاب را تقدیم به روح پدر کرامی ام، مرحوم حاج احمد حاجی اشرفی، مادرم حاجیه خانم صدیقه
خادمی و نیز مهربانی ها و تشویق های مستمر، همسر و یگانه دخترم در مسیر تداوم مطالعات ریسک و
ترویج فرهنگ بیمه می نمایم.



پیشگفتار مؤلف

پس از سال‌ها فعالیت در زمینه مطالعات ریسک و ترویج فرهنگ بیمه، سرانجام در سال ۱۳۹۲ تصمیم گرفتم با توجه به اینکه محیط کسب و کار کشورمان به سرعت در حال تغییر است و بخشی از این تغییرات بعثت تحولات اقتصاد جهانی و ورود بازیگران بزرگی در این صحنه که شاخص‌ترین آن کشور چین و سایر کشورهای آسیایی همچون هند، بنگلادش، کره جنوبی، اندونزی، مالزی، سنگاپور که تحت عنوان اقتصادهای نوظهور نامیده می‌شوند از یکسو و رخداد انقلاب چهارم صنعتی از سال ۲۰۰۸ میلادی که به‌مراه پیشرفت تکنولوژی موجب تغییرات سریع اقتصادی جهانی شده است و به علت بالا رفتن درجه حرارت جو کره زمین، کشورهای دنیا لاجرم به سوی کاهش شدید استفاده از سوخت‌های فسیلی می‌بایست گام بردارند و این تصمیم در پیمان‌های کیوتو و پاریس اتخاذ شده است پس در آینده نزدیک از میزان مصرف نفت و انرژی‌های بر پایه محصولات فسیلی کاسته خواهد شد و بجای آن استفاده از انرژی‌های پاک شکل گسترده بخود می‌گیرند، بدون شک همه این تحولات بر اقتصاد کشورهای در حال توسعه و صادرکننده نفت تأثیرات منفی خواهند گذاشت. بدون شک اقتصاد کشور ما نیز از این تحولات بعنوان یک کشور صادرکننده نفت عضو اوپک خسارت خواهد دید. همانطوریکه در قانون برنامه ششم توسعه تأکید شده، راهی بجز توسعه صادرات کالاهای غیر نفتی به سایر کشورها، بخصوص کشورهای منطقه بعنوان جایگزین اقتصاد نفتی باقی نمانده است و برای رسیدن به این هدف تأسیس و راه‌اندازی و حمایت از بنگاه‌ها و کسب و کارهای خانگی، خرد، کوچک و متوسط باقی نمانده و در مطالعات ریسک اخیر تلاش منتور استارت‌آپ‌های باشگاه پتاف بر تبیین نقش آموزش‌های مهارت‌آفرین، فنی و حرفه‌ای، علمی - کاربردی نیروهای کار و ترویج مستمر فرهنگ کار مولد بوده تا ذهنیت مدیران تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر مرتبط با کارآفرینی، سرمایه‌گذاران، کارآفرینان و خوداشتغالان و عموم مردم را به سوی ضرورت همکاری، همیاری، هم‌افزایی و تأسیس، راه‌اندازی و فعالیت بنگاه‌های جدید کسب و کار با توجه به تحولات نوین مشاغل در دنیا و ظهور اقتصادهای تازه صنعتی برای عقب نماندن از کاروان تحولات محیط کسب و کار جلب نمایم.

از این رو بعنوان شهروند کشور عزیزمان ایران که سالیان سال در رشته مطالعات ریسک‌های کارآفرینی فعالیت داشتم در صدد بر آمدم تا در زمینه ریسک‌های محیط کسب و کار به مطالعه و بررسی پردازم و نتایج حاصل از این فعالیت را در اختیار سرمایه‌گذاران و کارآفرینان و خود اشتغالان بخش‌های خصوصی و تعاونی قرار دهم.

مقدمه

در برنامه چشم‌انداز بیست ساله فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی که شروع آن در سال ۱۳۸۴ و انتهای آن در سال ۲۰۰۴ می‌باشد و قرار بوده که طی چهار برنامه پنج‌ساله توسعه یعنی برنامه‌های چهارم، پنجم، ششم و هفتم، ایران به قدرت اول اقتصادی منطقه خاورمیانه تبدیل شود.

البته به علت تداوم دشمنی‌های غربی‌ها، خصوصاً ایالات متحده آمریکا در طی یک قرن اخیر که به انحاء مختلف درصدد ممانعت از رشد و پیشرفت کشور ما برآمده‌اند و دشمنی‌های خودشان را بطور آشکار و پنهان در تضعیف اقتصاد ملی ایران بارها و بارها نشان داده‌اند، موجب کند شدن روند توسعه همه‌جانبه ایران شده‌اند. از دشمنی با رهبران نهضت ملی شدن صنعت نفت به رهبری دکتر محمد مصدق تا راه‌اندازی جنگ تحمیلی هشت ساله بعد از رخداد انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ و تحریم‌های اقتصادی ایران از سال‌های جنگ تا زمان مذاکرات و توافقات معاهده برجام و سپس تحریم ناخوانمردانه اقتصاد ایران پس از برجام و سایر خصومت‌ها بالاخره این واقعیت را نشان داده است که کشورهای صنعتی و توانگر دنیا چندان با پیشرفت‌های اقتصادی کشورمان موافق نیستند و لذا چاره‌ای جز بالابردن تولید ناخالص داخلی با اتکا به تولید خدمات و کالاهای قابل رقابت و داری مزیت نسبی در ایران وجود ندارد.

از این رو از سال ۱۳۹۲ بصورت شخص حقیقی و از سال ۱۳۹۷ تحت عنوان مدیرعامل و کارشناس فنی شخص حقوقی، شرکت پیشگامان ترویج امید فردا (با مسئولیت محدود) که تحت برند **باشگاه استار تاپ پتاف** به طور مستمر به مطالعات ریسک‌های محیط کسب و کار کشورمان خصوصاً در جوامع روستایی و محلی پرداختم و برای این منظور، دره جمع آبرود شهرستان دماوند به مرکزیت شهر کیلان را بعنوان پایلوت مطالعاتی بررسی، ارزیابی و تجزیه و تحلیل ریسک‌های محیط کسب و کار جوامع محلی انتخاب نمودیم و سیر تحولات اقتصادی این منطقه را از اواخر دهه ۱۳۲۰ تا امروز در آخرین روزهای اسفند سال ۱۳۹۹ در آستانه ورود به قرن ۱۵ هجری شمسی را در مرحله اول به مطالعه به روش (SWOT) سوات در قالب ۱۲۰ یادداشت متوالی و پیوستار به انجام رساندیم و اکنون همه این یادداشت‌ها بنا به تقاضای بسیاری از علاقمندان به مباحث اشتغال‌زایی، کارآفرینی و خوداشتغالی در همین کتاب گردآوری شده و در دسترس علاقمندان قرار گرفته است. در فرصت بعدی دومین سری گزارشات پیوستار که به روش تحلیل، کاربردی، تطبیقی، دلفی در حال انجام است در اختیار علاقمندان قرار خواهد گرفت.

ان شالله همه عزیزانی که این کتاب را می‌خوانند هر گونه نظر اصلاحی و یا نقد و بررسی دارند را اطلاع دهند تا در تمدید چاپ بعدی از آن نظرات بهره‌برداری گردد.

حمیدرضا حاجی اشرفی

گروه همکاران منتور استارت‌آپ‌های **باشگاه پتاف** که تلاش‌های بی‌دریغ در تهیه، تنظیم و پشتیبانی از نگارنده و پروژه مطالعات ریسک‌های مشهود و نامشهود حوزه کارآفرینی و خوداشتغالی در اکوسیستم محیط کسب و کار جوامع محلی و بررسی خوشه اقتصادی پایلوت دره جمع آبرود طی ۶ ساله اخیر داشته‌اند، جناب آقای مهندس بهرام فولادی، سرکار خانم نیره اکبر شریفی و سرکار خانم آمنه اکبر شریفی که کارشناس منتور کسب و کار **باشگاه استارت‌آپ پتاف** هستند کمال تشکر و قدردانی را می‌نمایم و این کتاب به همت این عزیزان تهیه و توزیع می‌گردد.

فصل ۱ کلیات ۱۳

- ۱-۱- پیدایش کارآفرینی و گردشگری ۱۳
- ۲-۱- علل شکل‌گیری کارآفرینی و صنعت گردشگری ۱۴
- ۳-۱- سیر تحول و تکامل در شکل‌گیری کارآفرینی و صنعت گردشگری ۱۵
- ۴-۱- انواع گردشگری از منظر مطالعه گران ریسک ۱۶
- ۵-۱- چگونگی شکل‌گیری کارآفرینی و گردشگری در ایران ۱۷

فصل ۲ اهمیت شکل‌گیری فضای کسب و کار نوین در جوامع محلی ۱۹

- ۱-۲- بررسی کارآفرینی و گردشگری روستایی از منظر مطالعه گران ریسک ۱۹
- ۲-۲- عوامل ایجاد مطلوبیت در محیط کسب و کار ۲۰
- ۳-۲- نقش‌آفرینان تأسیس اکوسیستم‌های کسب و کار ۲۲
- ۴-۲- نقش دولت‌ها در تأسیس اکوسیستم‌های کسب و کار ۲۳
- ۵-۲- نقش مردم در تأسیس اکوسیستم‌های کسب و کار ۲۴
- ۶-۲- تشریح وظایف مردم در تأسیس اکوسیستم‌های کسب و کار ۲۵
- ۷-۲- نقش سرمایه‌گذاران در تأسیس اکوسیستم‌های کسب و کار ۲۷
- ۸-۲- نمونه‌هایی از نقش دولت‌ها در راه‌اندازی اکوسیستم کسب و کارهای موفق ۲۸
- ۹-۲- دیدگاه‌های دو مکتب اقتصادی رایج دنیا لیبرالیسم و نئولیبرالیسم ۳۰
- ۱۰-۲- معمار جدید اقتصاد ترکیه ۳۱
- ۱۱-۲- تفاوت ایده‌های تورگوت اوزال با دولت‌های پیشین ترکیه ۳۳
- ۱۲-۲- تشریح نقش‌آفرینان اصلی از مثلث کارآفرینی در یک کشور ۳۴
- ۱۳-۲- اقدامات دکتر محمد یونس در جوامع روستایی بنگلادش ۳۶
- ۱۴-۲- هدف‌گذاری استراتژی توسعه اقتصادی در امارات متحده عربی ۳۸
- ۱۵-۲- چهار نمونه در یک نگاه ۳۹
- ۱۶-۲- تشریح روند شکل‌گیری کارآفرینی و گردشگری در ایران ۴۱

فصل ۳ علل بررسی کارآفرینی و گردشگری از منظر مطالعه گران ریسک ۴۳

- ۱-۳- تحول در سبک زندگی ایران ۴۳
- ۲-۳- اهمیت متوازن مشارکت‌کنندگان در کارآفرینی و صنعت گردشگری ۴۴
- ۳-۳- تشریح پنج بخش اصلی شکل‌دهنده اکوسیستم کسب و کار گردشگری ۴۶
- ۴-۳- عوامل اساسی در کارآفرینی و گردشگری ۴۷
- ۵-۳- سرمایه‌گذاری ثابت و متغیر در اکوسیستم‌های اقتصاد کارآفرینی و گردشگری ۴۸

- ۳-۶- نقش مدیریت ریسک..... ۴۹
- ۳-۷- تبیین عامل سرمایه‌گذاری‌های ثابت و متغیر در بنگاه‌های اقتصادی..... ۵۰
- ۳-۸- لزوم حضور مستقیم اساتید دانش مدیریت بازاریابی در هر پروژه ۵۱
- ۳-۹- بخش سخت‌افزاری در شکل‌دهی اکوسیستم‌های کسب و کار کارآفرینی و گردشگری..... ۵۲
- ۳-۱۰- تشریح بخش سخت‌افزاری به بخش نرم‌افزاری در شهر پایلوت..... ۵۴

فصل ۴ بررسی علل نوسانات تولید سنتی قیسی صادراتی..... ۵۷

- ۴-۱- روند تغییرات در فضای کسب و کارها..... ۵۷
- ۴-۲- تشریح شرایط شهر پایلوت..... ۵۸
- ۴-۳- تشریح شرایط شهر پایلوت در شش دهه گذشته:..... ۵۹
- ۴-۴- تحولات و تغییرات در سیستم باغداری سنتی ۱..... ۶۰
- ۴-۵- طرح دو سوال..... ۶۱
- ۴-۶- تحولات و تغییرات در سیستم باغداری سنتی ۲..... ۶۳
- ۴-۷- توسعه کارآفرینی و صنعت گردشگری داخلی..... ۶۵
- ۴-۸- علل جذب گردشگران داخلی و خارجی..... ۶۶

فصل ۵ مطالعه و بررسی اکوسیستم کسب و کار به روش SWOT..... ۶۹

- ۵-۱- آسیب‌شناسی کسب و کار محیط جغرافیایی پایلوت ۱..... ۶۹
- ۵-۲- آسیب‌شناسی کسب و کار محیط جغرافیایی پایلوت ۲..... ۷۰
- ۵-۳- آسیب‌شناسی کسب و کار محیط جغرافیایی پایلوت ۳..... ۷۲
- ۵-۴- شناسایی علل درج‌زدگی و واپس‌گرایی اجتماعی - اقتصادی منطقه پایلوت..... ۷۴
- ۵-۵- آسیب‌شناسی منطقه پایلوت مطالعاتی..... ۷۵
- ۵-۶- بررسی، ارزیابی و تحلیل ریسک‌های تغییر اکوسیستم کسب و کار ۱..... ۷۶
- ۵-۷- بررسی، ارزیابی و تحلیل ریسک‌های تغییر اکوسیستم کسب و کار ۲..... ۷۸
- ۵-۸- بررسی، ارزیابی و تحلیل ریسک‌های تغییر اکوسیستم کسب و کار ۳..... ۸۰
- ۵-۹- نقش استارت‌آپ‌ها در جوامع کسب و کار و بخش اقتصاد..... ۸۱
- ۵-۱۰- بررسی و ارزیابی علل تغییر ناقص اکوسیستم کسب و کار "دره جمع آبرود ۱"..... ۸۲
- ۵-۱۱- بررسی و ارزیابی علل تغییر ناقص اکوسیستم کسب و کار "دره جمع آبرود ۲"..... ۸۳
- ۵-۱۲- آموزش پاشنه آشیل اکوسیستم کسب و کار دره جمع آبرود..... ۸۵
- ۵-۱۳- ریسک‌های نامشهود..... ۸۶
- ۵-۱۴- ریسک‌های مشهود و نامشهود..... ۸۸
- ۵-۱۵- عوامل روانشناختی پدید آورنده ریسک‌های نامشهود و مشهود..... ۹۰

فصل ۶ بررسی و تحلیل نقاط ضعف منطقه پایلوت مطالعاتی..... ۹۳

۶-۱- ریسک‌های نامشهود برای سرمایه‌گذاران، کارآفرینان، خوداشتغالان بخش‌های اقتصادی خصوصی و تعاونی.....	۹۳
۶-۲- عدم شکل‌گیری تشکل‌های اجتماعی - اقتصادی.....	۹۴
۶-۳- علل افول اکوسیستم کسب و کار.....	۹۶
۶-۴- رویکرد مکتب‌های مدیریت سیستمی و استراتژیک.....	۹۷
۶-۵- پنجمین نقطه ضعف اکوسیستم جغرافیایی پایلوت ۱.....	۹۹
۶-۶- پنجمین نقطه ضعف اکوسیستم جغرافیایی پایلوت ۲.....	۱۰۱
۶-۷- پنجمین نقطه ضعف اکوسیستم جغرافیایی پایلوت ۳.....	۱۰۲
۶-۸- پنجمین نقطه ضعف اکوسیستم جغرافیایی پایلوت ۴.....	۱۰۴
۶-۹- چرا همکاری‌ها، وحدت، دوستی‌های ضروری در چرخش اقتصاد باغداری سنتی در محدوده جغرافیایی دره جمع آبرود به سوی افول رفت؟.....	۱۰۵
فصل ۷ بررسی و تحلیل نقاط قوت منطقه پایلوت مطالعاتی ۱۰۹.....	
۷-۱- پنج عامل اصلی (نقاط قوت) منطقه پایلوت مطالعاتی.....	۱۰۹
۷-۲- نیروی انسانی ماهر، موتور توسعه.....	۱۱۰
۷-۳- بررسی اولین نقطه قوت مطالعات ریسک نمودار ماتریس سوات منطقه پایلوت مطالعاتی ۱.....	۱۱۱
۷-۴- بررسی اولین نقطه قوت مطالعات ریسک نمودار ماتریس سوات منطقه پایلوت مطالعاتی ۲.....	۱۱۳
۷-۵- بررسی اولین نقطه قوت مطالعات ریسک نمودار ماتریس سوات منطقه پایلوت مطالعاتی ۳.....	۱۱۴
۷-۶- بررسی دومین نقطه قوت مطالعات ریسک نمودار ماتریس سوات منطقه پایلوت مطالعاتی.....	۱۱۵
۷-۷- بررسی سومین نقطه قوت مطالعات ریسک نمودار ماتریس سوات منطقه پایلوت مطالعاتی.....	۱۱۶
۷-۸- علت جذابیت فرهنگ غذایی در منطقه پایلوت مطالعاتی.....	۱۱۸
۷-۹- بررسی کارآفرینی و گردشگری روستایی از منظر مطالعه گران ریسک.....	۱۱۹
۷-۱۰- نقش سازمان یونسکو در حفظ میراث معنوی و مادی بشری.....	۱۲۱
۷-۱۱- عوامل روانشناختی و تأثیرات ناشی از ورود تکنولوژی صنعتی.....	۱۲۲
۷-۱۲- تأثیرات ناشی از ورود تکنولوژی صنعتی.....	۱۲۴
۷-۱۳- جهانی‌بیندیش، محلی عمل کن.....	۱۲۵
۷-۱۴- دو تفکر متضاد در تصمیم‌گیرندگان اقتصاد کلان کشور موجب افول فضای کسب و کار.....	۱۲۷

- ۱۲۹-۷- آیا مسیر هدف‌گذاری درست است؟.....
- ۱۳۱-۷- دو ویژگی مهم شکل‌گیری یک اکوسیستم فضای کسب و کار نوین.....
- ۱۳۲-۷- بازنگری در روش‌های سرمایه‌گذاری مدیریت اقتصادی.....
- ۱۳۴-۷- سه نوع اشتغال و اشتغال‌زایی در بازار کار.....
- ۱۳۶-۷- میراث فرهنگی و تولیدات مصرفی غذایی موجب راه‌اندازی مجدد اقتصاد.....
- ۲۰-۷- بررسی چهارمین نقطه قوت مطالعات ریسک نمودار ماتریس سوات منطقه پایلوت مطالعاتی.....
- ۱۳۸-۷- ۲۱- احیای صنایع دستی و هنر بافندگی سنتی در کیلان ۱.....
- ۱۴۰-۷- ۲۲- احیای صنایع دستی و هنر بافندگی سنتی در کیلان ۲.....
- ۱۴۱-۷- ۲۳- احیای صنایع دستی و هنر بافندگی سنتی در کیلان ۳.....
- ۱۴۲-۷- وجود مناظر طبیعی در فصول مختلف سال.....
- ۱۴۴-۷- ۲۵- ما می‌توانیم، زیرا.....
- ۱۴۶-۷- ۲۶- برای شکل‌گیری یک اکوسیستم نوین کسب و کار به ایده و سرمایه نیاز است.....
- ۱۴۷-۷- ۲۷- برای شکل‌گیری یک اکوسیستم نوین کسب و کار به ایده و سرمایه نیاز است ۲.....
- ۱۴۹-۷- ۲۸- برای شکل‌گیری یک اکوسیستم نوین کسب و کار به ایده و سرمایه نیاز است ۳.....
- ۲۹-۷- بررسی نقاط ضعف و قوت دو پنجره ماتریس روش تحلیلی " سوات " اکوسیستم فضای کسب و کار منطقه پایلوت مطالعاتی.....
- ۱۵۱.....

فصل ۸ بررسی و تحلیل تهدیدها در منطقه پایلوت مطالعاتی ۱۵۳

- ۱-۸- پنج تهدید بعنوان موانع پیش روی شکل‌گیری کسب و کار نوین.....
- ۲-۸- تشریح اولین عامل از پنج عامل تهدیدها ۱.....
- ۳-۸- تشریح اولین عامل از پنج عامل تهدیدها ۲.....
- ۴-۸- تشریح اولین عامل از پنج عامل تهدیدها ۳.....
- ۵-۸- تشریح دومین عامل از پنج عامل تهدیدها ۱.....
- ۶-۸- تشریح دومین عامل از پنج عامل تهدیدها ۲.....
- ۷-۸- تشریح دومین عامل از پنج عامل تهدیدها ۳.....
- ۸-۸- تشریح سومین عامل از پنج عامل تهدیدها ۱.....
- ۹-۸- تشریح سومین عامل از پنج عامل تهدیدها ۲.....
- ۱۰-۸- تشریح سومین عامل از پنج عامل تهدیدها ۳.....
- ۱۱-۸- لزوم توجه به عوامل نرم‌افزاری و روانشناختی.....
- ۱۲-۸- تشریح چهارمین عامل از پنج عامل تهدیدها.....
- ۱۳-۸- تشریح چهارمین عامل از پنج عامل تهدیدها ۲.....
- ۱۷۱.....

۱۴-۸- تشریح پنجمین عامل از پنج عامل تهدیدها..... ۱۷۲

۱۵-۸- تشریح سومین عامل از پنج عامل تهدید ها ۲..... ۱۷۴

فصل ۹ بررسی و تحلیل فرصت ها در منطقه پایلوت مطالعاتی..... ۱۷۷

۱-۹- شناسایی و ارزیابی مربوط به عوامل فرصت ها..... ۱۷۷

۲-۹- دیدگاه های متفاوت در مورد فرصت های توسعه فردی و جوامع ۱۷۸

۳-۹- تشریح فرصت های نمودار ماتریس سوات..... ۱۷۹

۴-۹- مدیریت ریسک و مدیریت بازاریابی..... ۱۸۱

۵-۹- تشریح دومین عامل فرصت شناسایی شده ۱..... ۱۸۳

۶-۹- تشریح دومین عامل فرصت شناسایی شده ۲..... ۱۸۴

۷-۹- تشریح سومین عامل فرصت شناسایی شده ۱..... ۱۸۵

۸-۹- تشریح سومین عامل فرصت شناسایی شده ۲..... ۱۸۷

۹-۹- تشریح چهارمین عامل فرصت شناسایی شده..... ۱۸۹

۱۰-۹- تشریح پنجمین عامل فرصت شناسایی شده..... ۱۹۰

فصل ۱۰ جمع بندی و ارائه پیشنهادات در مورد اکوسیستم نوین کسب و کار..... ۱۹۳

۱-۱۰- رابطه، علت - معلولی پدیده ها..... ۱۹۳

۲-۱۰- جمع بندی..... ۱۹۵

۳-۱۰- نتیجه گیری..... ۱۹۷

۴-۱۰- پیشنهادات..... ۱۹۸

فصل ۱ کلیات



۱-۱- پیدایش کار آفرینی و گردشگری

به طور کلی وقتی از گردشگری سخن می‌گوییم به نیازهای انسان‌ها در بخش سرگرمی و تفریحات سالم اشاره می‌گردد. بر اساس حدیثی که به حضرت رسول‌الله منتسب و روایت می‌شود، انسان در ۲۴ ساعت شبانه‌روز به ۸ ساعت کار، ۸ ساعت استراحت و ۸ ساعت مطالعه، ورزش، انجام امور شخصی و تفریحات سالم در کنار خانواده نیاز دارد.

آبراهام مازلو، دانشمند روانشناس آمریکایی (اوکراینی الاصل) تفریحات و سرگرمی را در پله سوم سلسله هرم نیازهای انسانی ابداعی خویش قرار داده است. به نظر وی و بسیاری از دانشمندان رشته‌های دانشگاهی روانشناسی و جامعه‌شناسی، سرگرمی و تفریحات سالم، در واقع خستگی‌های روحی و روانی در جامعه را می‌کاهند و به گرمی محیط عاطفی خانواده‌ها می‌افزایند و تأثیر مستقیم بر افزایش تولید ناخالص داخلی و ثروت آفرینی در کشورها دارند.

لذا در پی کشف این نوع از نیازها و خواسته‌های انسانی، صنعت تفریحات و سرگرمی که از پیش‌قروان آن والت دیسنی بود به راه افتاد و گردشگری سنتی به تدریج حذف و انواع گردشگری نوین به همراه سیستم‌های جدید حمل و نقل، هتل‌داری و ... پدید آمدند و علاوه بر میلیون‌ها میلیون شغل مفید در سراسر دنیا، میلیاردها میلیارد دلار چرخش مالی سالانه در دنیا بوجود آورده‌اند.

بدنبال توسعه شهرنشینی و زندگی در محیط بسته آپارتمان نشینی، به تدریج انواع گردشگری بوجود آمدند که طبیعت‌گردی و بوم گردی از جمله آنان است. در کنار این دو گردشگری اوقات فراغت و گردشگری غذا هم شروع شد.

در ادامه در مورد تک تک این چهار نوع گردشگری و نقاط اشتراک و افتراق آن‌ها، تفاوت سرمایه‌گذاری، نیروی انسانی، محیط جغرافیایی و زمان برگزاری تورهای این انواع گردشگری تبیین خواهند شد.

۲-۱- علل شکل‌گیری کار آفرینی و صنعت گردشگری

در بالا به علت نیاز انسان‌ها به تفریحات و سرگرمی بطور کلی و گردش و سفر بطور اخص بسیار اجمالی اشاره گردید.

انسان‌ها همواره در زندگی علاوه بر نیازهای اولیه که آب، غذا، پوشاک، درمان، مسکن و ... که بیشتر از جنبه رفع نیازهای جسمی و مادی بشر بطور مستقیم مرتبط هستند به تفریحات و سرگرمی‌ها نیز جهت رفع خستگی جسمی و روحی و تعادل رفتاری در زندگی و کار نیز احتیاج دارند، آبراهام مازلو دانشمند روانشناس آمریکایی که شخصاً در محیط زندگی و تحصیلی دوران انقلاب‌های صنعتی دوم و سوم در کشوری زندگی می‌کرد که شاهد عینی رشد اقتصاد سرمایه‌داری و مسابقه تولیدات صنعتی و بازاریابی کارخانجات آمریکای شمالی با اروپا و ژاپن بود، شاهد فشرده‌گی ساعات کار در صنایع و مشکلاتی که خستگی‌های جسمی و روحی برای کارگران بوجود می‌آورد که در نتیجه این خستگی‌ها شاهد رخداد مستمر حوادث محیط کار، درگیری‌های شغلی مداوم در قالب سندیکاه‌ها و اتحادیه‌های کارگری و کارفرمایی، اعتیاد کارگران و کارکنان ناشی از همین عامل خستگی جسمی و روحی ممتد، افزایش میزان اختلافات خانوادگی و طلاق و سایر مشکلات بود، در سلسله نیازهای هرم مازلو، پس از پله‌های اول و دوم (نیازهای اولیه) در پله سوم یعنی نیازهای ثانویه به دوست داشتن، به عوامل روانشناختی و نیازهای روحی و روانی انسان‌ها در زندگی می‌پردازد.

در دهه‌های ۵۰، ۶۰، ۷۰ میلادی، بسیاری از دانشمندان دیگر، علوم مدیریت، جامعه‌شناسی، روانشناسی در دانشگاه‌ها و تحقیقات علمی و در صنایع مختلف کشورهای غربی پس از بررسی‌ها و مطالعات متعدد دریافتند که اگر در زندگی شهرنشینی صنعتی علاوه بر تأمین حداقل سطح زندگی و رفاه، درمان خانوارهای حقوق‌بگیر از سازمان‌های صنعتی و خدماتی به تأمین و برطرف نمودن نیازهای روحی و روانی این خانواده‌ها توجه نشود بهره‌وری شرکت‌ها و مالا بهره‌وری ملی کاهش می‌یابد و در مسابقه اقتصادی بین کشورهای صنعتی، مدیران اجرایی ارشد و سرمایه‌گذاران شرکت‌های بخش‌های دولتی و خصوصی کشورهایی که به این‌گونه نیازهای انسانی توجه نمی‌کنند، سهم بازار خود از تولید ناخالص بین‌المللی را از دست می‌دهند!

دانشمندان علم (مدیریت منابع انسانی) و دانشمندان روانشناسی صنعتی در درون سازمان‌های کشورهای غربی به برنامه‌ریزی در جهت رفع نیازهای روحی و روانی کارگران و کارکنان سازمان‌ها اقدام و انواع برنامه‌های سرگرمی، تفریح و گردشگری را برای آن‌ها به‌مورد اجرا گذارند و بدین ترتیب به دو گونه: سرگرمی‌ها و تفریحات درون‌شهری، خانوادگی با سرمایه‌گذاری مستقل شرکت‌ها و برنامه‌های گردشگری با اجرای کوتاه یک‌روزه و تا چندروزه



در طول سال را طی خرید خدمات از شرکت‌های خدمات گردشگری، هتل‌ها و ... اقدام نمودند که بدین ترتیب صنعت توریسم (گردشگری) بطور گسترده و تخصصی شکل گرفت و به تدریج به یکی از مهمترین رشته‌های اکوسیستم کسب و کار کشورها و جهان با تولید هنگفت چرخش مالی تبدیل شد.

۱-۳- سیر تحول و تکامل در شکل‌گیری کارآفرینی و صنعت گردشگری

قبلاً به روند شکل‌گیری و تنوع انواع گردشگری به عنوان بخشی از نیازهای روحی و روانی انسان‌ها در جوامع صنعتی و کلان‌شهرها پرداخته شد و به این موضوع اشاره گردید که کارآفرینی و صنعت گردشگری (توریسم) موجب ایجاد چرخش عظیم مالی در جهان گردیده که تا ابتدای قرن پیش، چنین اکوسیستم کسب و کار در دنیا به این وسعت و گستردگی وجود نداشته است.

البته عوامل مختلفی در شکل‌گیری خوشه‌های کسب و کار گردشگری در درون کشورها و در سطح بین‌المللی مؤثر بوده‌اند که به بخشی از علل بنیادین از منظر دانشمندان مدیریت صنعتی و روانشناسی کار از زمان رشد اقتصادی کشورهای غربی پس از جنگ جهانی دوم اشاره شد. با افزایش سرانه درآمد خانوار در کشورهای توسعه یافته و تشویق کارکنان از سوی مدیران منابع انسانی سازمان‌ها به سفر و تبلیغات و اطلاع‌رسانی نمایندگی (آژانس‌ها) شرکت‌های گردشگری و ترویج مزایای سفر در نزد شهروندان (تحریک تقاضا) به تدریج موجب آشنایی مردم آن‌ها با مزایای گردشگری و تأثیر مثبت سفر در آرامش زندگی افراد که مالا افزایش علاقمندی به کار و تلاش در انسان‌ها را بوجود می‌آورد، دولت‌ها، صاحبان سرمایه و سهامداران، مدیران شرکت‌ها و سازمان‌های اداری، تجاری، صنعتی، خدماتی را به فکر تشویق و فراهم ساختن زمینه‌های سفر کردن کارکنان در داخل کشورها و قاره‌ها و بین قاره‌ها را بوجود آورد و بدین ترتیب صنعت عظیم و پولساز، اشتغال‌زای گردشگری بوجود آمد!

بدون شک، اختراعات بشر که عبارت بودند از سیستم‌های جدید و سریع حمل و نقل من جمله کشتی‌های مسافربری جدید، اتومبیل و اتوبوس، قطار، هواپیما، ساخت هتل‌ها و متل، رستوران‌ها، امکانات ورزشی و احداث بندرها، جاده‌ها، خطوط راه‌آهن، فرودگاه‌ها و ... تأثیر بسزایی در شکل‌گیری خوشه‌های کارآفرینی و صنعت گردشگری و کسب‌وکارهای مکمل داشته‌اند.

از دهه ۱۹۶۰ میلادی، پس از جنگ جهانی دوم و به تدریج که اقتصاد کشورهای آسیب‌دیده از جنگ بازسازی شدند، رونق گردشگری آغاز شد و به تدریج مکان‌های مختلفی در داخل کشورها و کشورهای مختلفی به مقصد سفر گردشگران تبدیل شدند و اهمیت صنعت گردشگری به



جهت سرمایه‌گذاری، اشتغال‌زایی، ایجاد ارزش افزوده و تعاملات فرهنگی، اجتماعی در دنیا از چنان جایگاهی برخوردار گردید که همواره در رتبه‌های اول صنایع قرار دارد بطوریکه چندین کشور در قاره آسیا، اروپا، آفریقا و آمریکا حجم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی آن‌ها وابسته به این صنعت است، از جمله این کشورها: فرانسه، ایتالیا، اسپانیا، پرتغال، روسیه، اوکراین، گرجستان، ترکیه، چین، امارات متحده عربی، مالزی، اندونزی، تایلند، هند، نپال، مصر، مراکش، آفریقای جنوبی، ایالات متحده آمریکا، کلمبیا، برزیل و... را می‌توان نام برد.

۱-۴- انواع گردشگری از منظر مطالعه گران ریسک

لازم به ذکر است، پس از پیگیری چهار ساله پروژه مطالعات ریسک کارآفرینی در حوزه مشاغل خانگی کوچک و متوسط در شهرها و روستاها در سال‌های اتمام قانون پنج ساله برنامه پنجم توسعه و آستانه شروع قانون برنامه ششم، مباحث مطروحه در رسانه‌ها زمان انتخابات دور دوم دولت آقای دکتر روحانی و سایر داوطلبین ریاست جمهوری تأکید قریب به اتفاق هر شش داوطلب با استناد به مفاد قانون برنامه ششم و تأکید آن بر اشتغال برای پنج میلیون نفر طی پنج سال اجرای آن و تمرکز بیشترین سهم از این میزان اشتغال‌زایی پیش‌بینی شده در بخش خدمات خصوصاً گردشگری، کارگروه کارآفرینی و گردشگری پایلوت کیلان، بیشترین تمرکز را با توجه به انتخاب محدوده شرق استان تهران به‌عنوان پایلوت مطالعاتی که بر اساس مزیت نسبی این منطقه و علاقه اعضا کارگروه به محدوده زیستی آبا و اجدادی‌شان، اکنون در واقع با نوشتن این سلسله‌یادداشت‌ها نه‌تنها در حال انعکاس نتایج مطالعاتی چهارساله خویش به هموطنان و همشهریان معزز علاقمند به این مباحث فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی مربوط به فضای کسب و کارهای نوین و تبیین چگونگی شکل‌گیری اکوسیستم کسب و کارهای نوین هستیم، بلکه روش نگارشی این سلسله‌یادداشت‌ها را به شیوه گزارشی، مستندسازی و ضرورتاً به منظور ایجاد همگرایی و هم‌افزایی در اذهان علاقمندان مشارکت در این صنعت توانمند به تشریح نحوه شکل‌گیری صنعت گردشگری در دنیا و ایران بطور توأم پرداخته شده تا بیشترین بازدهی مطلوب را در نزد علاقمندان به این گونه مباحث و کسانی که برای رشد و پیشرفت کشور عزیزمان ایران قلبشان می‌طلبد و حداکثر مطلوبیت را بهمراه داشته باشد و ان‌شالله توالی مطالب و انسجام موضوعی به اندازه‌ای دقیق باشد تا اشخاص علاقمند به کارآفرینی و جوانان عزیز مستعد به اشتغال در حوزه گردشگری، انگیزه و ایده پردازی‌های لازم را از این مستند گزارشی کسب و برداشت نمایند.

- در بالا به تشریح علت، نحوه و سیر تحول و تکامل شکل‌گیری صنعت تفریحات، سرگرمی و گردشگری در کشورهای توسعه یافته و صنعتی بطور بسیار اجمال اشاره گردید و در ادامه از



چند کشور در جهان که بیشترین سهم از تولید ناخالص داخلی آن‌ها را بخش کارآفرینی و صنعت گردشگری ایجاد می‌کند، نام برده شد.

از آنجایی که در مطالعات این کارگروه، بیشترین تمرکز مطالعات کارشناسی، بررسی و ارزیابی ریسک‌های مشهود و نامشهود، چهار نوع از گردشگری مناطق روستایی و شهری کوچک مد نظر بوده و همه انواع گردشگری‌ها نیز در مطالعه و بررسی رویکرد گردشگری داخل کشوری پیگیری شده، لذا با نوشتن متن سه قسمت اول، در این قسمت ضروری است تا یکبار دیگر علت انجام مطالعات پروژه کسب و کار پابلوت کیلان برای دوستان و همشهریان فرهیخته و همواره مشوق توضیح داده شود و در ادامه نتایج حاصل از این مطالعات در قالب، مستندسازی به روش گزارش‌نویسی به راهکارهای اشتغال‌زایی گردشگری روستایی در انواع آن

۱- گردشگری اوقات فراغت ۲- گردشگری بوم گردی ۳- گردشگری طبیعت گردی ۴- گردشگری غذاهای سنتی

و آخرین نوع از انواع گردشگری معرفی شده محیط روستا تحت عنوان:

۵- گردشگری مزرعه

بطور خلاصه از منظر کارشناسی مدیریت ریسک به‌مراه معرفی کامل منطقه مطالعاتی به سه روش تحقیق: کتابخانه‌ای - مشاهده می‌دانی - مصاحبه مورد ارزیابی، امکان‌سنجی و استعدادیابی قرار می‌گیرد، در نوشتارهای قسمت‌های آتی، گردشگری داخلی از منظر تحلیلی دانش مدیریت بازاریابی و از منظر مفاد قانون برنامه ششم توسعه در حمایت از کارآفرینی و تشکیل خوشه‌های اکوسیستم کسب و کار گردشگری روستایی و اشتغال‌زایی، در این سری مستندنویسی گزارشی در چند قسمت دیگر ادامه می‌یابد.

۱-۵- چگونگی شکل‌گیری کارآفرینی و گردشگری در ایران

با رشد درآمد سرانه خانوار در بسیاری از کشورهای جهان و در کشورمان از دهه ۱۳۴۰ شمسی به بعد فرهنگ سفرهای داخلی و خارجی همزمان با رشد شهرنشینی و افزایش تعداد کارکنان دولت و تأسیس کارخانجات صنعتی در ایران و در نظر گرفتن تعطیلات شغلی و مرخصی‌های یک ماهه کارکنان و کارگران بر اساس قانون کار و استخدامی کارکنان دولت و داشتن درآمد ماهانه ثابت که بسیاری از کارمندان و کارگران را از امنیت شغلی و امنیت درآمد برخوردار نموده بود، به موازات تشویق سازمان ایرانگردی و جهانگردی قبل از انقلاب ۱۳۵۷ و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در ترویج فرهنگ سفر در نزد ایرانیان منجر به نهادینه شدن فرهنگ سفر و گردشگری در نزد دهک‌های درآمدی متوسط و متوسط به بالای درآمدی در ایران شد و علاوه بر سفرهای خارجی که با بصورت تورهای حرفه‌ای و با بسیاری از خانواده‌ها



بصورت مستقل و انفرادی به سفرهای خارجی رفته و می‌روند.

- به تدریج با افزایش وسایل حمل و نقل مسافر از قبیل افزایش اتومبیل‌های شخصی و ساخت جاده‌ها، خطوط ریلی و شبکه راه آهن، فرودگاه‌ها، هتل‌ها، متل‌ها و ... فرهنگ سفرهای داخلی خصوصاً در ایام اعیاد نوروز و فصل تابستان در ایران مرسوم گردید. سفرهای داخل سرزمینی خانواده‌ها، سفرهای زیارتی، سفر به روستاها و شهرهای زادگاه اشخاصی که به شهرهای مختلف مهاجرت کرده‌اند، سفرهای ورزشی، سفرهای گروهی، سفرهای دانشجویی، سفر به سواحل جنوبی و شمالی کشور در فصول مختلف، سفر به جزایر خلیج فارس بخصوص جزیره‌های کیش، قشم و سفرهای طبیعت و بوم گردی و جشنواره‌های محصولات کشاورزی و غذا شکل گرفته‌اند.

- به موازات سفرهای گردشگری از دو دهه ۷۰-۸۰ پس از اتمام جنگ ایران و عراق، بعلا تغییرات اقتصادی و کاهش میزان سرمایه‌گذاری در بخش صنعت، به تدریج سرمایه‌های راکد بخش خصوصی به سمت خرید زمین‌های زراعی اطراف شهرها و سواحل شمالی و جزایر کیش و قشم و ویلا سازی سوق پیدا کردند و انواع مختلف از سفرهای داخلی، تفریحات و سرگرمی سالم درون و برون شهری راه‌اندازی شده‌اند که بعلا مطالعات [باشگاه استارت‌آپ پتاف] در زمینه ریسک‌های فیزیکی و غیر فیزیکی انواع گردشگری روستایی، مطالعات نمودار ماتریس SWOT گردشگری روستایی در ایران از چند منظر مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، اکوسیستم فضای کسب و کار خوشه‌ها و دانه‌های صنعت گردشگری روستایی در ایران متمرکز بوده و به علت آشنایی گروه مطالعه‌کنندگان **باشگاه استارت‌آپ پتاف** (مطالعه‌گر انواع ریسک‌ها) با مختصات جغرافیایی و فرهنگ شهروندان در منطقه شرق استان تهران و پایلوت مطالعاتی کیلان، شهری کوچک و زیبا در جنوب شرقی شهرستان دماوند انتخاب شد. ایده‌یابی و مزیت نسبی در انتخاب نوع گردشگری روستایی با مختصات جامع هر منطقه، تقسیم‌بندی محله‌ها، بررسی ظرفیت سرمایه‌گذاری و امکانات فعلی و آتی در حوزه گردشگری و نقش آموزش‌های کاربردی و مهارت آفرینی، ترویج فرهنگ مهمان‌پذیری و آداب و رسوم رفتارها و گفتگوهای حرفه‌ای با گردشگران، آموزش اصول ایمنی و بهداشت در گردشگری، آموزش بازاریابی جذب گردشگر و نحوه پذیرایی حرفه‌ای و مطالعه نیازهای کارآفرینان گردشگری در پشتیبانی امور اداری، بیمه، مالیات مشاغل و ... متمرکز بوده است.

فصل ۲ اهمیت شکل‌گیری فضای کسب و کار نوین

در جوامع محلی



۲-۱- بررسی کارآفرینی و گردشگری روستایی از منظر مطالعه گران ریسک

در فصل قبلی این سری گزارش مستند سازی و استعدادیابی منطقه شرق استان تهران در صنعت گردشگری روستایی سعی گردید بطور خلاصه به مهمترین عناوین و سرفصل‌ها، من جمله چگونگی شکل‌گیری گردشگری بین‌المللی، ملی درون کشورها و در محدوده‌های جمعیتی استانی، شهری و شهرستانی اشارات کلی و گذرا شود و مالا به تبیین و تحلیل کاربردی مطالعات چهار ساله صورت پذیرفته بطور مستقیم در منطقه شهری و روستایی پایلوت رسید که از این قسمت به بعد نحوه نوشتن گزارش از روش نظری محض به روش نظری - کاربردی متمایل می‌شود تا گروه مطالعه‌گر موفق به انتقال مفاهیم و یافته‌ها به جوانان مستعد و جویای کار، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران علاقمند به فعالیت در حوزه گردشگری روستایی شوند و نحوه نگارش و مستندسازی موجب ارتباط ذهنی و ایده پردازی بین گروه مطالعه گران طرح پایلوت و مخاطبین هدف همسو و منطبق گردد.

بررسی گردشگری روستایی از منظر کسب و کار پایدار: - علم مدیریت بازاریابی به‌مراه علم مدیریت ریسک، دو نوع دانش کلیدی که امروزه در کسب موفقیت شرکت‌های کوچک و بزرگ، راه‌اندازی طرح‌های کسب و کارهای نوین یا به روزرسانی کسب و کارهای پیشین، کاربردهای بنیادین و غیرقابل‌انکار دارند. لذا استفاده کردن و یا نکردن از این دو نوع دانش و تجربیات بشری در حوزه اقتصادی و مشاغل در کسب موفقیت یا عدم موفقیت بخش‌های مختلف فضاهای کسب و کارها، برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی سالانه و میان‌مدت تدوین شده دولت‌ها نقشی اساسی ایفا می‌کنند. در واقع امروزه در سراسر دنیا، هیچ فرد تحصیل کرده و یا هیچ گروه سرمایه‌گذار عاقلی بدون یاری گرفتن از دانش مدیریت بازاریابی به طراحی و



راه‌اندازی یک کسب و کار نوین نمی‌پردازد و بدون یاری گرفتن از دانش مدیریت ریسک که به آنان در شناسایی، اندازه‌گیری و تصمیم‌گیری درباره مخاطرات کمک و مشاور است به راه‌اندازی یک سیستم کسب و کار اقدام نمی‌کنند. در طول فرآیند طراحی یک سیستم کسب و کار از مرحله ایده‌یابی از نقطه صفر پیش از شروع طرح تا نقطه صد که همانا مرحله اتمام کار و سنجش میزان رضایت مشتریان است، اقدام به تصمیم‌گیری، راه‌اندازی و فعالیت در یک شاخه کار و فعالیت اقتصادی هر چند در اندازه کوچک نمی‌کنند؛ زیرا به علل مختلف فضای کسب و کارهای امروزی از چنان پیچیدگی‌ها، فراز و نشیب‌هایی برخوردار شده که با کوچکترین اشتباه، سرمایه‌ها، زمان مصروفه و اتحاد و همگرایی گروهی برای شکل‌گیری یک اکوسیستم اقتصادی را بهم میریزد و نتیجتاً به ورشکستگی می‌کشاند.

گروه مطالعه گران ریسک گردشگری روستایی از چه مناظری به راه‌اندازی این اکوسیستم نگاه می‌کنند؟!

- در هر برنامه مطالعاتی، تجزیه و تحلیل و ارزیابی محیط کسب و کار، در گام اول مطالعه برنامه‌ها و اهداف کلان دولت در حوزه کارآفرینی و اشتغال‌زایی، منابع و مصارف درآمد - هزینه بودجه سالانه، پشتیبانی دستگاه‌های دولتی اعطاکننده مجوزها و ناظر، تسهیلات بانک‌ها و موسسات اعتباری، میزان درآمد میانگین خانوارها، بررسی زیرساخت‌ها و ترکیب جمعیت ساکن، میزان مهارت، استعداد و علاقمندی اشخاص هر منطقه به مشاغل مورد هدف و ... مد نظر می‌باشد.

۲-۲- عوامل ایجاد مطلوبیت در محیط کسب و کار

وقتی به تقویت و حمایت از کسب و کارهای موجود در منطقه شرق استان تهران که بطور مستقیم یا غیرمستقیم در حوزه گردشگری فعالیت می‌کنند اشاره می‌کنیم در واقع بدنبال تشریح و تعریف مشخص، این موضوع هستیم که در مجموعه مشاغلی که تشکیل یک خوشه کسب و کار در سطح یک کشور، استان، شهرستان در حوزه صنعت گردشگری را می‌دهند به وجود تعداد مشخصی از انواع مشاغل و صنوف همگرا و هم‌راستا در کنار هم و بصورت زنجیروار نیاز است تا آن منطقه از لحاظ فضای کسب و کار و زیرساخت‌ها، امکانات و جمعیت متخصص شاغل در فضای کسب و کار با همکاری و همیاری یکدیگر بتوانند کلیه نیازهای گردشگرانی که برای تفریح، سرگرمی سالم و گذرانیدن اوقات فراغت از چند ساعت تا چند روز به منطقه گردشگری هدف وارد می‌شوند را به بهترین وجه ممکن تأمین کنند و حداکثر مطلوبیت، رفا، تجربه خوب را برای گردشگران از مناظر مختلف فراهم آورند، بطور خلاصه به مناظر و عوامل مطلوبیت آفرین اکوسیستم گردشگری در ذیل اشاره می‌گردد:



۱- امکانات و زیرساخت‌های کمی مربوط به مشاهدات عینی - بصری، شنیداری، گفتاری، شامل: شرایط محیطی مطلوب یعنی سرسبزی، پاکیزگی، مناظر زیبا، آراستگی، مبلمان شهری، امکانات رفاهی، درمانی، امکانات سرگرمی‌های سالم، ورزشی، و سایل حمل و نقل ایمن و منظم و... در مجموع کلیه امکانات فیزیکی و قابل‌رؤیت مطلوب برای آسایش و رفاه، امنیت و اطمینان گردشگران را افزایش دهد

۲- امکانات و زیر ساخت‌های کیفی، شامل حس تجربه خوب و خاطره خوشایند، حس لامسه و بوجود آمدن ذهنیت مثبت گردشگران به عملکرد اجزا و کل خوشه مقصد سفر (برخوردها، نحوه گفتار و کردار و ارائه خدمات جمعیت ساکن در شهرها و روستاهای مبتنی بر پایه اقتصادی گردشگری) از آنچنان مهارت و فرهنگی برخوردار باشند، به‌طوری‌که همه واحدهای صنفی و اشخاصی که مستقیماً شغل آن‌ها تأمین بخشی از خدمات گردشگری و درآمد آن‌ها از این طریق تأمین می‌شود و چه سایر ساکنان روستا یا شهر منطقه گردشگری که بطور غیرمستقیم از مزایا و منافع اقتصاد گردشگری راه‌اندازی شده به هر طریقی منتفع می‌گردند، همه بصورت یک مجموعه کل از اجزای یک اکوسیستم خوشه گردشگری تلقی شوند که به مثابه کارکنان و ذینفعان شاغل و سرمایه‌گذار در یک کارخانه بزرگ صنعتی تلقی شوند که همگی با کمک یکدیگر در حال همکاری مشترک محسوس و غیر محسوس هستند که روستا یا شهر یا شهرستان و استانی با کمک تک‌تک آن‌ها به مقصد گردشگری م‌شهوری تبدیل شده که هر زمان که گردشگران به آن منطقه سفر می‌کنند، از خاطره و تجربه خوب برخوردار و علاوه بر علاقه به حضور و تکرار دفعات سفر توسط هر خانواده، آن‌ها بطور خود به خود، تبدیل به مبلغان و مروجان آن منطقه گردشگری در نزد دیگر شهروندان تبدیل شوند.

- با توجه به مطالب سطور فوق، راه‌اندازی یک اکوسیستم کامل و جامع کسب و کار گردشگری اوقات فراغت و روستایی در یک منطقه یا یک شهرستان نیازمند داشتن یک برنامه برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی و هدایت علمی سیستم، متکی بر دانش مدیریت‌های بازاریابی و ریسک است که با مشاوره مستمر و تأمین نیازهای آموزشی مهارت‌آفرینی، فرهنگی، اجتماعی اشخاص فعال در اکوسیستم و جمعیت ساکن منطقه و تأمین خدمات کارشناسی بازاریابی و فنی خوشه کسب و کار به مدیریت بهینه کلان سیستم و نظارت مستمر وظایف و فعالیت‌های هر میکرو دانه در خوشه اصلی، همواره سیستم کل و اجزا را بسوی مأموریت و هدف غایی طراحی شده اکوسیستم هدایت کنند و مانع از انحراف سیستم از مسیر اصلی و درست طراحی شده شوند و بدین ترتیب از اضمحلال و نابودی خوشه خدماتی - صنعتی گردشگری پا گرفته و از نهال به درخت تبدیل شده بر اثر هرگونه قصور یا تقصیر اعضا و عده‌ای از اشخاص عضو خوشه جلوگیری کنند و مانع از ایجاد آنتروپی مثبت در سیستم شوند و در واقع با اجرا و



پیااده‌سازی مستمر قوانین و قواعد دانش و تجربیات مدیریت ریسک به سیستم خوشه گردشگری برای رشد و پیشرفت دائم مساعدت کنند.

۳-۲- نقش آفرینان تأسیس اکوسیستم‌های کسب و کار

قبلاً در این سلسله از یادداشت‌ها سعی گردید بطور کلی به علل و نیازهای تفریحات سالم، سرگرمی، گردشگری در زندگی بشر و انواع گردشگری و نقش این صنعت در تولید خالص بین‌المللی و سهم از چرخش مالی این نوع از کسب و کارها در کشورهای دارای رتبه برتر گرد شگری و روند شکل‌گیری و ساختاردهی خوشه‌ها و دانه‌های گرد شگری در سطوح ملی کشورها، استان‌ها، شهرستان‌ها، شهرها و روستاها بطور اجمالی و خلاصه به منظور آشنایی خوانندگان این یادداشت‌ها تشریح گردند. از این پس سعی می‌گردد با استفاده از مشاهدات، صاحب‌ها و تجربیات می‌دانی از پیگیری‌های اجرایی در زمینه اخذ مجوزهای گرد شگری و نیز برداشت‌های دریافت شده از صاحب‌ها صورت پذیرفته با علاقمندان به گردشگری اوقات فراغت و روستایی توضیحاتی داده شود.

در شکل‌گیری هر خوشه اکوسیستم ملی، خوشه‌های استانی و ابعاد کوچک‌تر بر اساس مطالعات علم بازاریابی لازم است به نقش و وظایف سه شخصیت اصلی ایفاکننده نقش در بازار گردشگری به تفکیک پرداخته شود.

۱- دولت‌ها: دولت‌ها نقشی تعیین‌کننده و اصلی را در شکل‌گیری بخش‌های مختلف اقتصادی بعنوان سیاست‌گذاران، سرمایه‌گذاران احداث زیر ساخت‌ها و نگهداری از آن‌ها، اعطای مجوزهای شغلی و نظارت بر واحدهای شغلی صنعت گردشگری و نیز بطور کلی سیاست‌گذاری‌های کلان اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تبیین نقش و اندازه هر صنعت در تولید ناخالص داخلی و سهم تولید صنعت گردشگری در مجموع اقتصاد ملی بر عهده دولت‌ها است.

در قانون برنامه ششم توسعه دولت و مجلس اهتمام ویژه‌ای در جهت توسعه صنعت گردشگری (داخلی - بین‌المللی) داشته‌اند و گردشگری را بخشی که قابلیت اشتغال‌زایی مؤثر و محرک اقتصاد کشور می‌دانند.

بدون کمترین تردیدی لازم است به این نکته اشاره گردد بدون حمایت و پشتیبانی دولت‌ها، شکل‌گیری و موفقیت همه مشاغل و کارآفرینان و سرمایه‌گذاری‌ها امکان نخواهد داشت. خوشبختانه موقعیت سرزمینی و جغرافیایی، تنوع فرهنگی، خونگرمی و مهمان‌دوستی ایرانیان که یکی از شاخص‌ترین مزیت‌های فرهنگی، اجتماعی کشورمان در سطح جهان است که در رسیدن به موفقیت خوشه‌های اکوسیستم فضای کسب و کار نقشی اساسی خواهند داشت.



۴-۲- نقش دولت‌ها در تأسیس اکوسیستم‌های کسب و کار

قبلاً به سه شخصیت و نقش آفرینان تأسیس اکوسیستم‌های کسب و کار از منظر مطالعات علم مدیریت بازاریابی اشاره گردید و در مورد اولین نقش آفرین، دولت‌ها توضیح داده شد و در ادامه لازم است اشاره شود که دولت‌ها برای موفقیت در این نوع برنامه‌های کلان بیش از اینکه نقشی حاکمیتی در چشم‌انداز و تعیین هدف‌گذاری داشته باشند ضروری است نقش ترویجی، تشویقی، آموزشی و نظارتی بر روند تأسیس بنگاه‌های اقتصادی داشته و بیشتر از اینکه مداخله‌گر در اقتصادی که مبتنی بر مکانیزم بازار آزاد است نقش هدایت‌گر و حمایت‌گر را ایفا کنند.

مطالعه و بررسی چرایی و علل موفق نبودن کامل برنامه‌های دولت‌ها در اجرای توسعه بخش اقتصاد خدمات گردشگری طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته در قانون برنامه‌های چهارم، پنجم و ششم توسعه این نتیجه بدست می‌آید که متأسفانه نگاه کارشناسان محترم دولت و حتی نمایندگان مجلس که تنظیم‌کنندگان و تصویب‌کنندگان این قوانین و برنامه‌ها بوده‌اند، بیش از آنکه دارای رویکردی هدایتی و نظارتی باشند، رویکردشان حاکمیتی بوده که با اصل دموکراسی و استقلال عمل بخش‌های خصوصی و تعاونی در اقتصاد بازار مغایرت دارد و همین نکته، مانع اصلی و منشأ ناتوانی شکل‌گیری اکوسیستم کسب و کار خوشه صنعت گردشگری می‌شود.

در ادامه از منظر مطالعه گران ریسک تشریح خواهد شد که در بسیاری از تصمیمات خرد و کلان، بخش دولتی بجای داشتن رویکرد مدیریت سیستمی مبتنی بر متوازن سازی بخش‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری فعالیت‌های شغلی در مراحل راه‌اندازی و استمرار انجام کار در میکرو دانه‌ها، دانه‌ها و خوشه‌های اکوسیستم‌های فضای کسب و کار بنگاه‌های اقتصادی، متأسفانه بیشترین میزان توجه و تمرکز بدنه بخش کارشناسی نهادهای عمومی و دولتی معطوف به سرمایه‌گذاری‌ها و اعطای تسهیلات مربوط به بخش سخت‌افزاری فضای کسب و کارها متمرکز و به همین علت شاهد توقف و ایستایی کارآفرینان و سرمایه‌گذاران در اجرای نمودن قوانین برنامه‌های اشتغال‌زایی و توسعه فضای تولید خدمات و کالاها می‌گردد.

۱- بخش سخت‌افزاری: هنگامی بخش سخت‌افزاری در اکوسیستم‌های فضای کسب و کار مطرح می‌شود، منظور عوامل فیزیکی مشاغل شامل: نیروی انسانی، زیرساخت‌ها، منابع و امکانات مالی و مادی و ... هر آنچه که قابل رؤیت و مشاهده عینی هست مدنظر است.

۲- بخش نرم‌افزاری: این بخش بیشتر بر عوامل غیر فیزیکی اکوسیستم و فضای کسب و کارها: شامل آموزش‌های نظری و عملی که بطور مستقیم با مدیریت دپارتمان‌های مختلف مربوط به زیر سیستم هر یک از مشاغل مرتبط است، مهارت‌افزایی حرفه‌ای کارآفرینان، کارکنان، تهیه و تدوین طرح‌ها و برنامه‌های کسب و کار، بازاریابی، اطلاع‌رسانی، CRM و ... مربوط می‌گردد.

در فرستی دیگر سعی خواهد شد بطور مبسوط‌تر در مورد نقش و تأثیر دولت‌ها در تأسیس و تداوم فعالیت‌های کسب و کارها نوشته و با جزئیات کامل‌تری این بخش تشریح گردد.

۲-۵- نقش مردم در تأسیس اکوسیستم‌های کسب و کار

قبلاً، توضیحات مربوط به تأثیر و چگونگی ایفای نقش یکی از اضلاع پایه گذاری‌های اکوسیستم‌های گردشگری یعنی دولت‌ها اشاره شد و در اینجا به نقش عرضه‌کنندگان، سرمایه‌گذاران، کارآفرینان و علاقمندان به اشتغال در حوزه خدمات گردشگری یعنی ضلع دوم تشکیل‌دهنده این سیستم‌ها یعنی مردم و شهروندان می‌پردازیم.

ده‌ها سال است که دیگر انتخاب شغل و سرمایه‌گذاری‌های در حوزه تولید محصولات دیگر تصادفی و بدون برنامه‌ریزی نیست و اساساً به غیر از دولت‌ها که به سیاست‌گذاری کلان در زمینه ایجاد فرصت‌های اشتغال‌زایی حضور حمایتی و پشتیبانی نقش اساسی دارند و در سیاست‌گذاری‌های کلان توزیع سرمایه‌گذاری‌ها، اعطا تسهیلات و مجوزها بر اساس طرح‌های آمایش سرزمین و توزیع متقارن امکانات و فرصت‌های منطقه‌ای، استانی، شهرستانی، با محاسبه میزان جمعیت موجود و دارای مهارت‌های فنی و حرفه‌ای، در هر نقطه از خاک سرزمین و دیگر عوامل مؤثر (منابع آب، خاک، محیط زیست، معادن، استعداد محیطی، زیرساخت‌ها و...) در ایجاد اکوسیستم‌های کسب و کار به تشویق تأسیس بنگاه‌های اقتصادی از قبیل خرد، کوچک، متوسط (SMEs) و بزرگ، مبادرت می‌کنند، در ضلع مهم و غیرقابل‌انکار دیگر این شکل‌دهی و شکل‌گیری خوشه‌ها و دانه‌های مشاغل مردم به مفهوم واقعی بخش خصوصی و تعاونی قرار دارند.

وقتی در سیاست‌های توسعه کسب و کار حسب قانون برنامه چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور و چند قانون برنامه توسعه همه‌جانبه پنج‌ساله به مطالعه می‌پردازیم، همه آن پیش‌بینی‌ها که قانون‌گذاران در قالب قوانین مختلف و بعضاً پیوستار مصوب نموده‌اند بطوریکه در پایان هر برنامه قرار است: به هدف (الف) در مدت‌زمان (ب) برسیم و نتایج آن به اندازه (ج) می‌باشد! در واقع به طور مشخص و غیرمستقیم دولت‌ها و مجالس قانون‌گذاری در حال خط دادن به مردم و شهروندان کشور بعنوان ساکنان سیاست‌گذاری‌های کلان اقتصادی، کشتی اقتصاد را می‌خواهد به سوی بندر (د) برای توسعه همه‌جانبه هدایت کند و مبدأ و زمان حرکت را مشخص و مقصد و زمان رسیدن را نیز با میزانی از درصد خطا که تحت تأثیر متغیرها و عوامل مختلف و تغییر شرایط که امکان ایجاد تغییر در برنامه‌ها را دارند (عوامل مربوط به انواع ریسک) اعلام می‌کنند! همه این سیاست‌گذاری‌های دولت‌ها و برنامه‌ریزی‌ها بدون همراهی، حضور و جلب مشارکت مردم! در قالب کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و جویندگان کار و نیروهای انسانی هدف اشتغال با



دانش و ماهر صورت تحقق و اجرا به خود نخواهد گرفت. از آنجایی که در همین سری از نوشتار به تأثیر متوازن و مکمل بخش‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در شکل‌گیری خوشه‌ها و دانه‌های کسب و کارها اشاره شد، دقیقاً در حال بحث بر همین موارد یعنی دقت در نحوه و چگونگی دعوت و تشویق به مشارکت و حفظ تداوم حضور مردم در اکوسیستم‌های کسب و کار شکل گرفته بطور استراتژیک است!

- سؤال مشخص این مرحله این است: دولت چه برنامه‌ها و چه مشوق‌ها و چه حمایت‌هایی برای جلب مشارکت مردم و بخش خصوصی در زیرسیستم حوزه صنعت گردشگری دارد؟! در این بخش از تبیین نحوه شکل‌گیری اکوسیستم‌های کسب و کار و تحلیل برنامه‌های توسعه بلندمدت و میان‌مدت ۵ ساله (در یکی دو دهه اخیر، کارشناسان مدیریت و اقتصادی، صنعتی در کشورهای توسعه یافته، مدت ۵ سال را دیگر میان‌مدت نمی‌دانند و آن را به علت سرعت بالای رشد تکنولوژی و تغییرات شرایط محیطی داخلی کشورها و بین‌المللی، بلندمدت می‌دانند!) و اساساً اینکه نوع برنامه‌نویسی و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی کلان و قانون‌گذارهای این‌گونه را در این برهه مغایر با مکانیزم اقتصاد آزاد و سیاست‌های لیبرالیسم اقتصادی می‌دانند! زیرا آن‌ها معتقدند وظیفه دولت‌ها فقط ریل‌گذاری در اقتصاد، بسترسازی، نظارت و حمایت همه‌جانبه از سرمایه‌گذاران، کارآفرینان و نیروهای کار است و نه مداخله و هدایت بازار آزاد و عرضه‌ها و تقاضاها!

زیرا مردمی که دانش و مهارت‌های شغلی و هوش سرمایه‌گذاری مبتنی بر بهره‌وری داشته باشند! خودشان بهتر از دولت‌ها می‌دانند که قطار توسعه فضای کسب و کار را از روی کدامین ریل‌های گذاشته دولت عبور دهند تا به موفقیت و اهداف تعیین شده برسند.

۲-۶- تشریح وظایف مردم در تأسیس اکوسیستم‌های کسب و کار

قبلاً به نقش ضلع دوم کارگردانان و سناریو نویسان (از این واژه‌ها صرفاً استعاره‌ای برای نزدیکی ذهنی و برداشت مشترک بین نگارنده و خوانندگان علاقمند به این مباحث استفاده گردیده است) تأسیس بنگاه‌های اقتصادی خرد، کوچک، متوسط و راه‌اندازی خوشه‌ها و دانه‌های اکوسیستم کسب و کار اشاره گردید و در ادامه نگارش این قسمت به تبیین و تشریح وظایف و تعهدات این ضلع مهم پرداخته می‌شود.

پس از پایان اقتصاد برده‌داری در جهان خصوصاً در ایالات متحده آمریکا در قرن هجدهم میلادی که آخرین پایگاه برده‌داری بی‌رحمانه و غیرانسانی در بخش کشاورزی و خدمات بود و سرانجام در پی جنگ‌های چندین ساله بین ایالت‌های جنوب و شمال آمریکا، سرانجام با پیروزی شمالی‌ها که طرفدار ملگی کردن اقتصاد زشت و غیرانسانی برده‌داری بودند، اساس و بنیان این



شیوه اقتصادی که قرون متمادی در دنیا رواج داشت سرانجام برچیده شد. البته وقوع انقلاب اول صنعتی و شکل‌گیری تولیدات انبوه و مکانیزه در بخش‌های صنعتی، کشاورزی و خدمات هم که فلسفه نیاز به نیروی کار ارزان را با کمک ماشین‌آلات دست بشر در تمامی شقوق شغلی از بین برده بود نیز در از بین رفتن اقتصاد خشن و بی‌رحمانه سرمایه‌داری برده‌داری بسیار مؤثر بود و به موازات و پیوستار آن، نظام تیول‌داری، اقتصاد زمین‌داری بزرگ، فئودالیت (نظام ارباب - رعیتی) نیز در قاره اروپا بخش غربی، آسیای جنوب شرقی و غرب آسیا و بخش‌های وسیع از قاره آفریقا از بین رفت و در اتحاد جماهیر شوروی سابق، چین، کشورهای اروپای شرقی، کوبا و سایر کشورهای پیرو اقتصاد سوسیالیستی، کلیه زمین‌ها اعم از کشاورزی و شهری، منابع طبیعی نیز به مالکیت عمومی، دولت‌ها درآمدند و نظام اشتغالی زایی و انتخاب شغل توسط انسان‌ها در جوامع مختلف از وضعیت اجباری و تعیین تکلیفی توسط برده‌داران، فئودال‌ها و سرمایه‌داران و دولت‌ها به وضعیت اختیاری و انتخابی بر اساس اصل آزادی شغل و محل سکونت افراد و شهروندان تغییر شکل یافت و به فرهنگ شغلی مبتنی بر رعایت اصول حقوق بشر ارتقا پیدا نمود. عوامل بسیاری از منظر تغییرات تمدنی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، نظام آموزش‌های نوین مدارس، دانشگاه‌ها و بخصوص در حوزه ارتقا و بهبود مستمر فضای اشتغال و بازار کار سازمان بین‌المللی کار (ILO) در طی چندین دهه گذشته، قبل از جنگ جهانی اول، نقشی بی‌بدلیل در تغییر روش‌های انتخاب شغل، مهارت‌آموزی و ارتقا سطح معیشت و اقتصاد خانوارها و بنگاه‌های اقتصادی و مالاقتصادهای ملی و بین‌المللی داشته و دارند.

مطالعات سیر تکامل زندگی و شغلی جوامع بشری حکایت از فراز و فرودها و نوسانات بسیاری دارد که برای هر انسان مطالعه‌گر درس‌آموز و برای کارآفرینان همچون نقشه راه می‌ماند. در گذشته دور و نزدیک، در کشورهای وارث اقتصاد تیول‌داری و استبدادی و در کشورهای سوسیالیستی، دولت‌ها تبدیل به کارفرماهای بزرگ شدند و در بسیاری از کشورها حتی با از بین رفتن نظام اقتصاد سوسیالیستی و اقتصاد متمرکز صنعتی، همچنان راه رسیدن به امنیت درآمد - بازنشستگی - رفاه و بیمه از طریق روش شغلی استخدام (فروش نیروی کار افراد به کارفرمایان دولتی و خصوصی) در فرهنگ مردم جا افتاده است؛ اما با ورود نظام اقتصاد بازار آزاد، روند دموکراتیک‌تر شدن انتخاب مشاغل توسط شهروندان در اکثر کشورهای دنیا رو به تعالی گذارده و استقرار یافته است.

تا اینجا به نحوه اشتغال‌زایی، انتخاب شغل توسط شهروندان پرداخته و در ادامه به تبیین تفاوت بین مفاهیم، کار، شغل، حرفه، استخدام، خوداشتغالی، کارآفرینی، رسالت شغلی و تأمین سرمایه، شرکت‌های خصوصی، تعاونی می‌پردازیم و سپس وارد، تشریح نقش‌آفرینی شهروندان



در کارآفرینی و اشتغال‌زایی در حوزه صنعت گردشگری از مناظر مختلف خصوصاً قوانین توسعه همه‌جانبه ملی مصوب دولت‌ها و مجالس قانون‌گذاری خواهیم پرداخت.

۲-۷- نقش سرمایه‌گذاران در تأسیس اکوسیستم‌های کسب و کار

قبلاً به تفاوت‌های گرایش به اشتغال و تأمین معیشت شهروندان اجمالاً اشاره گردید. بدون شک کسانی که تمایل به کارآفرینی و سرمایه‌گذاری در بخش‌های خصوصی و تعاونی دارند از جمله اشخاص ریسک‌پذیرند که احتمال شکست شغلی و هدر رفتن زمان و سرمایه اولیه خویش را می‌دانند و تعدادشان نسبت به شهروندان محافظه‌کار و ریسک‌گریز بسیار کمتر است. پس در هر جامعه شهری و روستایی افرادی که تمایل به فروش نیروی کار خود بصورت استخدامی دارند، هرگز چه با تشویق دولت‌ها و چه بدون تشویق آن‌ها تمایل به سرمایه‌گذاری و پذیرفتن تعهدات و مسئولیت‌های مدیریت یک بنگاه اقتصادی یا خوداشتغالی را ندارند. البته سطح تحصیلات جویندگان کار، سطح پیشرفت و توسعه کشورها و استان‌های مختلف و میزان حمایت دولت‌ها از کارآفرینان و فضای کسب و کارها، دانش و مهارت نیروهای کار، فرهنگ شغلی محیط زندگی، میزان تجربه و تشویق اطرافیان در انتخاب مسیر شغلی شهروندان مؤثر است. قبلاً توضیح داده شد که اصولاً در تعیین مسیر آتی مشاغل و اکوسیستم کسب و کار کشورها، دولت‌ها و مجالس قانون‌گذاری و نظریه‌پردازان سازمان‌های تدوین‌کننده سیاست‌های استراتژی توسعه ملی و اکوسیستم‌های کسب و کار (همچون سازمان برنامه و بودجه، وزارت امور اقتصاد و دارایی، وزارتخانه‌های صمت، جهاد کشاورزی، کار، تعاون و رفاه اجتماعی، وزارت گردشگری و میراث فرهنگی و زیرساخت‌ها، کاملاً نقش‌آفرین هستند) لیکن هر چقدر هم برنامه‌ها و تشویقات دولت‌ها مناسب و کارآمد باشند، اما اگر محرک‌ها قادر به جلب توجه مردم و علاقه‌مندی به مشارکت آن‌ها نگردند و منجر به سرمایه‌گذاری آن‌ها در طرح‌های نوین کارآفرینی و شغلی نشوند، هرگز استراتژی توسعه فضای کسب و کارها به طور کامل و مطلوب که مد نظر دولت‌ها و بنفع توسعه اقتصاد ملی طراحی می‌گردند، پیاده‌سازی نمی‌شوند و بسیاری از منابع مالی و فرصت‌های اشتغال‌زایی و زمان بهره‌وری ملی سوخته و به هدر می‌روند! لذا، دولت‌ها به موازات طرح‌ریزی و شکل‌دهی اکوسیستم‌های نوین کسب و کارها، سیاست‌های تشویقی و ترویجی دمکراتیکی را برای راه‌اندازی خوشه‌ها و دانه‌های اکوسیستم‌های همگون شغلی تعریف و اجرا می‌کنند تا بتوانند موفق به جلب مشارکت ملی و همگانی شوند. البته درجه اطمینان در نتیجه‌گیری از برنامه‌های توسعه مشاغل که حتی دولت‌ها و شهروندان بعنوان کارآفرینان، سرمایه‌گذاران به درک کامل و دیدگاه مشترک مطلوب هم رسیده باشند، صد درصد بدون ریسک و بازدهی نهایی مطلوب نیست و عوامل بسیاری می‌توانند موجب



شکست این گونه طرح‌های صد در صد مورد توافق ملی نیز شوند. البته، درجه موفقیت طرح‌های مورد استقبال مشترک دولت‌ها و شهروندان چنانچه بر اساس پیروی از آموزه‌های دقیق علم بازاریابی و دانش مدیریت ریسک‌های مشهود و نامشهود طراحی شده باشند، احتمال میزان شکست آن‌ها بسیار پایین است.

۲-۸- نمونه‌هایی از نقش دولت‌ها در راه‌اندازی اکوسیستم کسب و کارهای

موفق

با چند مثال از برنامه‌ریزی‌های مشترک دولت‌ها و مردمی داخلی و خارجی تلاش می‌گردد، نمونه‌هایی از راه‌اندازی اکوسیستم کسب و کارهای مختلف و موفق را معرفی نماییم تا الگوهای عینی در جهت طراحی خوشه‌ها و دانه‌های کسب و کار گردشگری اوقات فراغت روستایی تجسم شوند.

۱- الگوهای خارجی:

- کره جنوبی: در ابتدای دهه ۷۰ میلادی، کره جنوبی که کشوری با اقتصاد ضعیف و کاملاً وابسته به آمریکا و ژاپن بود، در یک برنامه‌ریزی استراتژیک تصمیم گرفت از نقطه صفر به سوی توسعه اقتصادی گام بردارد و بر اساس همین تصمیم راهبردی با توجه به میزان جمعیت و منابع محدود معدنی، تمرکز اقتصادی را در حوزه صنایع کوچک و متوسط در دهه اول و سپس با سرمایه‌های انباشته بدست آمده از مرحله اول توسعه صنعتی، اقدام به سرمایه‌گذاری و تولیدات محصولات صنایع بزرگ همچون: کشتی‌سازی، اتومبیل‌سازی، لوازم خانگی و... در مرحله دوم ادامه داد. برنامه‌های توسعه صنعتی دولت کره جنوبی با پایه‌گذاری بر آموزش‌های ایجاد و ارتقا مهارت نیروهای کار و مدیریتی آن کشور استوار گردیده و با پیاده‌سازی سیستم آموزشی [دوآل] کیفیت نیروهای انسانی شاغل در بخش‌های مختلف را بالا برد و با تأمین سید خدمات رفاهی و بیمه‌ای بهمراه تأمین سرمایه هر فرد عضو نیروی کار و هر کارگاه کوچک مشاغل خانگی تا کارخانه‌های کوچک و متوسط و... از اولین روز ورود هر شخص و هر بنگاه کوچک اقتصادی به چرخه فعالیت تولیدی و اشتغال، دولت کره جنوبی حداکثر حمایت از صاحبان مشاغل و با ایجاد زمینه موفقیت بازار و سودآوری آن‌ها راه‌های پیشرفت و استمرار فضای کسب و کار در آن کشور را برای کسب موفقیت اقتصاد ملی فراهم نمود. دولت کره جنوبی نمونه موفق از یک سیستم اقتصاد بازار آزاد را در این چند دهه (در طی ۵۰ سال اخیر) به دنیا نشان داده است. از جمله برنامه‌ها و روش‌های اجرایی کره جنوبی در جذب کارآفرینان و خود اشتغالان و سرمایه‌گذاری زمان - مالی اشخاص، حداکثر سهولت راه‌اندازی فضای کسب و



کارها و تشویق جوانان به تأسیس شرکت‌های کوچک و تعاونی با امتیازدهی مناسب به آن‌ها بوده و می‌باشد.

- سیستم دفاتر بازرگانی خارجی کره جنوبی

COTRA کره جنوبی پس از ۲۰ سال از شروع برنامه‌های توسعه اقتصادی آن کشور، برای بالا بردن تولید ناخالص داخلی از ابتدای دهه ۷۰ میلادی تمرکز نفوذش را در بازارهای بین‌المللی گذاشت که سایر رقبای صنعتی در آن‌ها یا اصلاً حضور نداشتند و یا اینکه حضورشان بسیار ضعیف بود و همین استراتژی باعث موفقیت برنامه راهبردی توسعه صادرات صنعتی آن کشور شد. این کشور به منظور حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط بخش‌های خصوصی و تعاونی و خوداشتغالان، کارآفرینان و سرمایه‌گذاران با تأسیس ۷۰ دفتر بازرگانی در کشورهای مختلف جهان که اکثر آن‌ها وظیفه مطالعات بازار، شناسایی نیازها، آشنایی با فرهنگ و سنن مردم بازارهای هدف و روش‌های تعامل و قوانین کشورهای مقصد و تعامل با تجار محلی را به عهده داشتند و تعداد محدودی از این دفاتر COTRA وظایف دو سویه، خرید مواد اولیه موردنیاز از کشورهای دیگر برای صنایع و بازاریابی محصولات را توأم با انجام می‌رسانند.

- بدین ترتیب، دولت کره جنوبی از نقطه زیر صفر راه‌اندازی مشاور خانگی، کارگاه‌ها، کارخانجات کوچک و متوسط و بزرگ، بعنوان حمایت‌گر، مشاور، مدیریت بازاریابی، تبلیغات، تأمین سرمایه و اعطای تسهیلات، مدیریت ریسک و... تا زمانیکه کارآفرینان بدان کمک‌ها نیاز داشتند به پشتیبانی و حمایت از خوشه‌ها و دانه‌های عضو فضای کسب و کار آن کشور ادامه داده و می‌دهد.

همین سیاست‌های اقتصادی هوشمندانه موجب گردید، کشوری که منابع معدنی ندارد و وسعت خاک آن کم می‌باشد، از رتبه‌های پایین جهانی به رتبه دوازدهم اقتصادی دنیا طی ۳۰ سال تبدیل شود. در توصیف شرایط سال‌های ضعف اقتصادی کره، آقای کیم وو چونگ، مالک صنایع دوو در کتاب: سنگ‌گش هر خیابان از طلاست، می‌نویسد: (ما همچون قورباغه‌هایی بودیم که صدای ما را از ته چاه کسی نمی‌شنید = کنایه وی به بی‌اهمیت بودن نقش کره‌ای‌ها در نزد سایر اقتصادهای جهانی در گذشته این کشور است)

سعی شد، تأثیرات و نقش بی‌بدیل همکاری مشترک و دموکراتیک دولت‌ها با شهروندان بعنوان دو ضلع اصلی توسعه اقتصادی، شکل‌گیری و راه‌اندازی خوشه‌ها و دانه‌های فضای کسب و کارها در این مثال عینی، تبیین شود و در ادامه این سری یادداشت‌ها به نمونه‌های دیگر اشاره خواهد شد.

۹-۲- دیدگاه‌های دو مکتب اقتصادی رایج دنیا لیبرالیسم و نئولیبرالیسم

قبلاً به تشریح نقش دولت‌ها در پیدایش اقتصاد بازار، بخش‌های خصوصی و تعاونی، شکل‌گیری خوشه‌ها و دانه‌های اقتصادی در اکوسیستم فضای کسب و کار در کشورهای مختلف با ذکر مثالی عینی پرداختیم و در ادامه خواهیم پرداخت.

ریشه تصمیم‌گیری‌های اقتصادی در جهان، بلوک‌بندی‌های سیاسی و کشورهای مختلف به مکتب‌های اقتصادی و نظریات اقتصاددانان‌ها که ملهم از قانون اساسی کشورهاست برمی‌گردد. سالیان سال اقتصاددانان طرفدار دو نظریه اقتصادی اشتراکی یا سوسیالیستی با طرفداران نظریه اقتصادی لیبرالیسم و نئولیبرالیسم با یکدیگر در حال مجادله‌اند. گروه اول به تمرکز و تصمیم‌گیری و دخالت مستقیم دولت‌ها در سرمایه‌گذاری، مالکیت، مدیریت، دخالت در تعیین نرخ کالاها و خدمات به منظور جلوگیری از تمرکز ثروت و سرمایه‌های ملی در دست اقلیتی خاص از جمعیت کشورها و توزیع متقارن فرصت‌ها و درآمدها را معتقد و گروه دوم که اکثریت اقتصاددانان و سیاست‌کلی اقتصادی کشورهای دنیا را تشکیل می‌دهد این باورند که: تمرکز تصمیم‌گیری‌ها، سرمایه‌ها، ثروت ملی و مدیریت اقتصادی در کشورها در دست دولت‌ها با فطرت انسان‌ها که مبتنی بر تلاش‌ها و انگیزه‌های فردی و پیشرفت مستمر می‌باشد بطوریکه اختیار و آزادی فعالیت انسانی در اقتصاد موجب رقابت، رشد و پیشرفت سطح زندگی و رفاه در جوامع می‌شود معتقد به مکانیزم اقتصاد بازار هستند که این گروه ابتدا با نظریات لیبرالیسم و سپس نئولیبرالیسم باور داشته و دارند و بطور خلاصه می‌گویند:

نقش دولت‌ها در شکل‌گیری، هدایت، نظارت و عدالت محوری در اقتصاد کشورها بسیار مهم است و اختلاف نظر طرفداران این دو مکتب بر نحوه دخالت و میزان حضور دولت‌ها در سهم اقتصاد و تقسیم دقیق مأموریت و تکالیف دولت‌ها با میزان مشارکت و حضور شهروندان در سرمایه‌گذاری و مدیریت بخش‌های اقتصادی کشورها و در فضای کسب و کارها می‌باشد که تشریح و تبیین مبسوط‌تر رویکردهای مدیریتی، مکتب‌ها و نظریات اقتصادی خارج از وظایف حوزه مطالعه گران ریسک‌های مدیریتی و مالی است، لیکن از منظر دانش مدیریت ریسک زمانی که کارشناسان این رشته به ارزیابی عملکردها تحلیل‌داری‌ها، صورتحساب‌های سود و زیان بررسی علل انحراف از اهداف طراحی شده پروژه‌های ملی، منطقه‌ای و محلی و یا مطالعه علل ورشکستگی بنگاه‌های اقتصادی و یا مقایسه بالا و پایین بودن تولید ناخالص ملی و داخلی کشورها با یکدیگر و سنجش علت و میزان بهره‌وری هر کشور و مطالعات تطبیقی آن‌ها می‌پردازند، آنگاه مطالعه مکتب‌ها و رویکردهای مدیریتی اقتصادی و تصمیمات اتخاذی در برنامه‌های توسعه ملی بلند و میان‌مدت، بودجه سالانه کشورها و تأثیرات آن‌ها بر شکل‌گیری و



میزان موفقیت یا عدم موفقیت خوشه‌ها و دانه‌های اکوسیستم‌های اقتصادی در مطالعات ریسک مفهوم و موضوعیت می‌یابد.

اقتصاددان‌های مختلفی در برنامه‌ریزی طرح‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت، بلندمدت، بودجه‌بندی سالانه و نظریه‌پردازی اقتصادی دولت‌ها مشارکت دارند و بسیاری از آن‌ها به تحلیل برنامه‌های اقتصادی کشورها بعنوان نظریه‌پردازان و اساتید فن به مطالعه، بررسی، مشاوره و تدریس در دانشگاه‌ها مشغول هستند.

در زمینه نقش و میزان دخالت دولت‌ها در اقتصاد و هدایت فضای کسب و کار کشورها بین نظریات لیبرال‌ها و نئولیبرال‌ها اختلاف دیدگاه‌هایی علی‌رغم تشابه کلی این نظریات وجود دارد. از جمله معروف‌ترین اشخاصی که در این زمینه صاحب‌نظر است، ویلهلم کوپلر، اقتصاددان و فیلسوف آلمانی که مخالف اقتصاد متمرکز دولتی و سوسیالیستی و از طرفداران لیبرالیسم اقتصادی بود، وی ضمن اینکه مخالف اقتصاد دولتی متمرکز است، تأکید داشت که بدون حمایت و پشتیبانی دولت‌ها از راه‌اندازی و توسعه فضای کسب و کارها، اقتصاد بخش خصوصی و بازار آزاد پا نمی‌گیرد و دولت‌ها نقشی بسیار مؤثر و با اهمیت برای رشد طبقه متوسط و بالنده اجتماعی، توزیع‌کنندگان فرصت‌ها و ایجادکنندگان مزیت‌ها به عهده دارند. این اقتصاددان بر این باور بود، دولت‌ها فقط در بخش اقتصاد کلان همچون آب - برق - گاز (مالکیت و مدیریت زیرساخت‌ها) حضور مقتدر داشته باشند و امور بقیه بخش‌های اقتصادی به مردم واگذار کنند، نام باورمندان هم‌اندیش وی را «دبستان نئولیبرالیسم» گذاشته بودند.

در ادامه به نقش مدیریتی و نظرات تورگوت اوزال، نخست‌وزیر فقید ترکیه در شکل‌گیری خوشه‌های اکوسیستم‌های کسب و کار آن کشور مقارن با جنگ تحمیلی غرب به کشورمان اختصاراً اشاره خواهد شد.

۲-۱۰- معمار جدید اقتصاد ترکیه

قبلاً سعی شد تا تفاوت دیدگاه دو مکتب اقتصادی رایج دنیا و میزان دخالت و هدایت دولت‌ها در اقتصاد و شکل‌گیری خوشه‌ها و دانه‌های کسب و کارها در کشورهای مختلف اختصاراً تشریح شود. مطالعه روند توسعه اقتصادی در کشورهای صنعتی و در حال توسعه (کشورهایی که در طی دو - سه دهه اخیر به رشد و پیشرفت‌های اقتصادی روز افزونی دسترسی یافته‌اند و همچنان روند رو به رشد سالانه را طی می‌کنند) نشان می‌دهد سیاست‌گذارانی که به اصول بازار آزاد معتقدند و همچون نئولیبرالیست‌ها، سهم و میزان حضور حاکمیتی و مداخله دولت‌ها در اقتصاد را مختص و فقط محدود به مالکیت زیرساخت‌ها و خدمات عمومی فراگیر را مفید می‌دانند و در سایر بخش‌های اقتصادی بخصوص در بخش SMEs که امکان واگذاری همه امور

اعم از سرمایه‌گذاری، مدیریت، نرخ‌گذاری محصولات و ... به بخش‌های تعاونی و خصوصی وجود دارد، دخالت و هدایت مستقیم دولت‌ها را به صلاح نمی‌دانند و بر این باورند نقش دولت‌ها در این‌چنین سیستم‌های بازار آزاد، فقط نظارتی، حمایتی و تشویق‌گرانه است. (مطالعه روند توسعه اقتصادی کشورهای تازه صنعتی شده یا اقتصادهای نوظهور نشان می‌دهد که در واقع آن‌ها با پیاده‌سازی اصولی و دقیق مکانیزم اقتصاد مبتنی بر رویکرد بازارهای آزاد رقابتی بخش خصوصی و تعاونی به موفقیت‌های بی‌نظیر و قابل‌تحسین طی دو - سه اخیر دست یافته‌اند) در ادامه این سلسله‌نوشتار به پتانسیل‌های ارزشمند و بالای کشورمان از جمیع موارد من جمله از منظر تفکیک تکالیف و رویکرد اقتصاد ترکیبی مترقی مبتنی بر اصول، قانون اساسی، مدنی، تجارت، کار و تأمین اجتماعی و ... که بر اصل احترام و آزادی حقوق مالکیت فردی اشخاص حقیقی و حقوقی غیردولتی بر مبنای تعالیم دین مبین اسلام استوار است بیشتر توضیح داده خواهد شد.

در بالا به سیاست‌های اقتصادی و برنامه‌های عمران و توسعه کره جنوبی و روش‌های راه‌اندازی فضای کسب و کارها و خوشه‌های اقتصادی آن کشور در صنایع کوچک و متوسط در ابتدای دوره صنعتی شدن و سپس ورود به عرصه تولیدات صنعتی بزرگ در سه شاخه تولیدات پرکشش اشاره شد.

و قبلاً به نقش رئیس‌جمهور فقید ترکیه خلیل تورگوت اوزال که معمار اقتصاد نوین آن کشور است اشاره گردید!

سؤال: چرا تورگوت اوزال را معمار جدید اقتصاد ترکیه می‌نامند؟!

- مطالعه سوابق فعالیت‌های تحول‌گرای رئیس‌جمهور اسبق ترکیه تورگوت اوزال نشان می‌دهد وی بعنوان یک اقتصاددان نئولیبرالیست که سال‌ها بعنوان مشاور بانک جهانی همکاری داشته با طرح‌ریزی کاهش تصدی‌گری و دخالت دولت ترکیه در بخش‌های پایین‌دستی اقتصاد، به بخش خصوصی واقعی و پویا و آموزش‌های مهارت آفرینی، فنی و حرفه‌ای نیروهای بازار کار، برای ورود گسترده به فضای کسب و کارهایی که آن کشور دارای مزیت رقابتی بود میدان داد، حمایت‌های جامع از کارآفرینان و خود اشتغالان بعنوان موتور محرکه فضای کسب و کارها را با دقت و پیگیرانه اجرا نمود و با سیاست‌های تشویقی صادراتی در بخش‌های تولید انبوه پوشاک، مواد غذایی و نیز جذب گردشگران خارجی، اقتصاد ترکیه را در رتبه بالای کشورهای منطقه غرب آسیا (بدون در نظر گرفتن اقتصاد نفتی کشورهای عضو سازمان اوپک و تولیدکننده گاز طبیعی و پتروشیمی) قرار داد و با اجرای سیاست‌های اقتصاد بازار آزاد و رقابتی در مدت قریب ۱۰ سال اقتصاد ترکیه را دچار رشد کمی و کیفی و تحول بنیادین نمود. بدین ترتیب تجربه ترکیه همچون کره جنوبی نشان می‌دهد، دولت‌ها نقشی بی‌نظیر و بی‌همتا در پایه‌گذاری،



سهولت راه‌اندازی و استمرار فعالیت فضای کسب و کارها، رونق اقتصاد بازار و حمایت همه‌جانبه از کارآفرینان و خود اشتغالان، افزایش سطح رفاه عمومی و... دارند و از رویکردهای توسعه محور و روش‌های مدیریتی کشورهای موفق در فعال‌سازی بخش‌های تعاونی و خصوصی و نحوه پشتیبانی و حمایت از فضای کسب و کارهای نوین در طرح‌ریزی - تأسیس - استمرار فعالیت خوشه‌ها و دانه‌های کسب و کارها می‌توان الگوبرداری کرد.

۲-۱۱- تفاوت ایده‌های تورگوت اوزال با دولت‌های پیشین ترکیه

پس از درگذشت تورگوت اوزال یک سفر کاری به ترکیه و استانبول داشتم، هنوز که این فضای مجازی و بانک اطلاعاتی توانمند آن برای مطالعه وجود نداشت، با مطالعه روزنامه‌ها و مجلات هموطن، تحولات اقتصادی ترکیه و طرح‌ها و برنامه‌های اقتصادی تورگوت اوزال را برای اصلاحات فضای اکو سیستم کسب کار در آن کشور و شکل‌دهی، راه‌اندازی و پشتیبانی از خوشه‌های اقتصادی و ایده‌های تحول‌گرای وی و دولتش را مستمراً و حسب علاقه شخصی مطالعه و دنبال می‌کردم.

در سفر به ترکیه با یک جوان تحصیل کرده رشته مدیریت بازرگانی که در آمریکا درس خوانده و فردی مسلط به تحلیل برنامه‌ها و اهداف بود آشنا شدم، از وی تفاوت بین ایده‌ها و برنامه‌های تورگوت اوزال با دولت‌های پیشین آن کشور را پرسیدم، وی پاسخ داد: دولت‌های قبل از اوزال، برنامه‌های توسعه اقتصادی تصویبی را همانند روند اجرا امور و درصدد پیاده‌سازی نهایی بر اساس زمانبندی دقیق برنامه‌ها نبودند، اما اوزال، جدیت و پیگیری خاصی برای اجرای برنامه‌ها در زمان‌های تعیین شده داشت! اوزال می‌دانست برای افزایش میزان ضریب اشتغال نیروهای کار و موفقیت در اشتغال‌زایی اثربخش، ترکیه نیازمند ایجاد تحرک در فضای کسب و کار توسط بخش‌های تعاونی و خصوصی بر مبنای زمانبندی‌های مشخص در هر پروژه است و همه این اقدامات نیز نیازمند قانونمندی، نظم و انضباط، به روز شدن برنامه‌های کسب و کار می‌باشد. بخش خصوصی برای تحرک و نقش‌آفرینی مثبت و کارآیی نیازمند حمایت دولت است. تورگوت اوزال با بهره‌گیری از اصول علم بازاریابی و دانش مدیریت ریسک با مطالعات بازار داخلی و منطقه‌ای و درک منطقی از ظرفیت‌ها و پتانسیل اقتصادی و منابع انسانی کشورش، پشتیبانی اصولی و منطقی از تجارت خارجی و تولیدکنندگان و صادرکنندگان ترکیه و افزایش سهم صادرات را هدف‌گذاری کرد و با تشویق صادرکنندگان، تقریباً در نفوذ به بازارهای تمام کشورهای منطقه موفق بود و تراز بازرگانی خارجی در زمان اوزال و بعد از وی مثبت و بهره‌وری اقتصاد ملی به بالاترین حد مطلوب در آن شرایط و زمان رسید.

به اتفاق آن جوان برای دیدن محله‌ای از شهر استانبول که کارگاه‌های دوزندگی (سیستمی



شبهه به کارگاه‌های دوخت لباس خیابان جمهوری و ساختمان پلاسکو داشتند) به دوخت انواع لباس‌ها مشغول بودند رفتیم، به وضوح نشاط و انگیزه کار در کارگاه‌هایی که به شدت مشغول فعالیت بودند مشاهده می‌شد و چند خیابان آن طرفتر پا ساژها و فرو شگاه‌های عرضه لباس با انبوهی از گردشگران خرید کالا از روسیه، اوکراین و... مواجه بودند که کارتن، کارتن سفارش انواع پوشاک، کفش، کیف و... می‌دادند و با اتوبوس‌های قطار شده به سوی کشورهای خود می‌رفتند. آن جوان تحصیل کرده ترکیه‌ای در توضیحات خودش به این نکته کلیدی هم اشاره کرد: وقتی در سند توسعه اقتصادی ترکیه، صادرات کالاها و خدمات و یا جذب گردشگری خارجی مصوب و هدف‌گذاری می‌شد، کارشناسان مجرب وضعیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، قوانین و مقررات تجاری، بازارها و تجار توانمند و... کشورهای هدف صادراتی و یا نیازها و خواسته‌های گردشگران آن‌ها را شناسایی و با انجام مطالعات بازار دقیق، تبلیغات و زنجیره تولید محصولات از صفر تا صد را با یکدیگر هماهنگ می‌کردند و بدین ترتیب اقتصاد کشور ترکیه از زمان تورگوت اوزال توانست به ایجاد، استقرار کامل و تداوم فعالیت‌های خوشه‌های کسب و کار توانمند نائل شود و اقتصاد بدون نفت اما متکی به مهارت‌های نیروهای انسانی خویش و استفاده از پتانسیل زیست‌محیطی و تاریخی و نیز از موقعیت جغرافیایی بین‌قاره‌های آسیا و اروپا به بهترین وجه، بهره‌برداری کند و به موفقیت‌های ارزشمند در منطقه دست یابد. گرچه مطالعات نشان می‌دهند که دولت‌های قبل از تورگوت اوزال بسترهای مناسب توسعه اقتصادی و فضای کسب و کار را ایجاد کرده بودند و دولت‌های بعد از اوزال نیز همان روند و کسب موفقیت‌ها را ادامه داده‌اند، لیکن مردم کشور دوست و همسایه ترکیه همواره از نقش مثبت ایده‌ها طرح‌ها و برنامه‌های توسعه کسب و کارها و پشتیبانی از بخش‌های خصوصی و تعاونی در مسیر صادرات و اشتغال‌زایی همواره به نیکی یاد می‌کنند، گرچه همیشه عده‌ای نفی خدمات ارزشمند انسان‌های خادم و نقدهای شدید مستمر و در کلیت برنامه‌های دولت‌ها می‌پردازند که البته مطالعه تحلیل‌های متفاوت در حوزه برنامه‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی به دانش‌افزایی دولت‌ها، استارت‌آپ‌های کسب و کار منتهی و مفید است، اما هرگز از خدمات و ارزش‌های نیک ایجاد شده از سوی مردان و زنان دارای شخصیت کریزماتیک کاسته نخواهد شد.

۲-۱۲- تشریح نقش آفرینان اصلی از مثلث کارآفرینی در یک کشور

در این سلسله از یادداشت‌ها، تلاشمان بر این است به سهم بسیار اندکمان در قبال رشد و توسعه همه‌جانبه وطن عزیزمان ایران سرافراز و سروقامت بعنوان وظیفه ملی، آنچه می‌دانیم و هر آنچه که با هم‌افزایی و اتخاذ روش‌های مطالعاتی علمی می‌توانیم فراگیریم برای رسیدن



کشورمان به توسعه همه‌جانبه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی بر اساس قوانین برنامه‌های توسعه من جمله برنامه چشم‌انداز ۲۰ ساله ایران منتهی به سال ۱۴۰۴ شمسی و برنامه ششم توسعه، با فعالیت‌های: جمع‌آوری داده‌ها به شیوه مبانی علمی روش تحقیق، مطالعات می‌دانی جهت تحلیل و ارزیابی به روش ماتریس SWOT الگوبرداری از نظریه منحنی عمر بنگاه‌ها و محصولات بوستون، شناسایی و امکان‌سنجی، معرفی و اطلاع‌رسانی فرصت‌های سرمایه‌گذاری مالی در جوامع شهری کوچک و روستایی در حوزه کارآفرینی گردشگری روستایی اوقات فراغت و نیز فراگیری و انتقال آموزه‌های دانش رشته گردشگری از منظر کاربردی و مهارتی با الگوهای مبتنی بر روش سازمان فنی و حرفه‌ای کشور که بر اساس سیستم‌های آموزشی [دوآل] و تجربیات گرانسنگ سازمان بین‌المللی کار (ILO) استوار است، به شناسایی فرصت‌ها، ترویج و تشویق جوانان، کارآفرینان و خوداشتغالان بپردازیم و بعنوان ایرانیانی که با مفاهیم نوین روش‌های راه‌اندازی سیستم‌های کسب و کار تحت رویکردهای استارت‌آپی و استارت‌آپی آشنا هستیم، بعنوان اشخاص مشاور و کارشناس آزاد و مستقل با توجه به برنامه‌ریزی‌های دولت در قوانین به منظور توسعه فضای کسب و کار کشور و نیز پتانسیل‌ها و استعداد‌های مادی و معنوی موجود در ظرفیت‌سازی خوشه‌ها و دانه‌های شغلی و کسب و کارها، با هموطنان عزیزمان بطور واقع‌گرایانه با مطالعات تطبیقی شرایط و مزیت‌های نسبی ملی در حوزه ریسک‌های صنعت گردشگری و مزیت‌های ملی کشورمان نسبت به کشورهای منطقه غرب آسیا بطور مستمر و تکوینی مطالعات ترویجی را ارائه و تبادل تجربیات و مطالعات را مستمراً پیگیری نماییم. در واقع بدنبال پیاده‌سازی عینی شعار [باهم و به هم بیاموزیم] در حوزه شاخه گردشگری روستایی اوقات فراغت هستیم.

قبلاً، تصریح گردید که برای رونق اقتصادی، اشتغال‌زایی، ثروت‌آفرینی ملی و مالا رشد و پیشرفت همه‌جانبه یک کشور سه ضلع از یک مثلث، نقش دارند.

۱- دولت‌ها: نقش کلیدی در ارتقا و توسعه سطح کمی و کیفی اقتصاد کشورها در دستان دولت‌ها و مجالس که با تصویب قوانین و بسترسازی و حمایت از کسب و کارهای موجود و صاحبان مشاغل با تأمین شرایط سهولت فضای کسب و کارها و رفع موانع تولید و توزیع متقارن فرصت‌های شغلی برای همه شهروندان و افزایش میزان عرضه محصولات و نیز حمایت از کارآفرینان و خوداشتغالانی که قصد ورود به عرصه کارآفرینی و بازار کار را دارند و مالا به تأسیس بنگاه‌های نوین کسب و کار می‌پردازند و بطور خلاصه حمایت عملی، علمی و پایدار از بخش‌های خصوصی واقعی و تعاونی در اقتصاد کشور

۲- شهروندان: ضلع دوم، اصلی و حامی تأثیرگذار در برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی، سازماندهی و هدایت، استمرار فعالیت و به ثمر نشاندن طرح‌ها و قوانین توسعه مصوب شده فضای کسب و کار کشورها مردم هستند.



امروزه نقش استارت‌آپ‌های کسب و کار، اتصال، تبیین و هماهنگ نمودن طرح‌های دولت‌ها با کارآفرینان و خوداشتغالان علاقمند به ورود تولید محصولات در سمت عرضه یعنی دو ضلع اصلی نقش‌آفرین در اکوسیستم‌های کسب و کار ایفای نقش می‌کنند. استارت‌آپ‌های فعال در حوزه مطالعات و برنامه‌ریزی کسب و کارها، از مرحله ایده‌یابی برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی، هدایت، بازخور و نیز احیا نو سازی مشاغل قدیمی و موجود در خدمت اقتصاد ملی، می‌توانند به ایفای وظایف حرفه‌ای و تخصصی بی‌نظیر خدمتگزاری کنند.

قبلاً، به روش‌های همکاری دولت‌های کره جنوبی و ترکیه و شهروندانشان در راه‌اندازی و توسعه اکوسیستم‌های کسب و کار در آن کشورها در طی سه دهه گذشته و حصول نتایج فوق‌العاده موفقیت‌آمیز آن‌ها و ضرورت بنیادین این همکاری‌ها در هر کشور بطور اجمال اشاره شد و در ادامه به نقش بی‌نظیر ایده‌ها و طرح‌های دکتر محمد یونس در تحرک و کسب موفقیت‌های ارزشمند بنگاه‌های خرد روستایی در کشور بنگلادش اشاره خواهد شد.

۲-۱۳- اقدامات دکتر محمد یونس در جوامع روستایی بنگلادش

قبلاً به منظور تشریح نقش‌آفرینان اصلی از مثلث کارآفرینی در یک کشور که با همکاری یکدیگر در شکل‌گیری و راه‌اندازی خوشه‌ها و دانه‌های اکوسیستم کسب و کارها مؤثرند به اقدامات دکتر محمد یونس، بانکدار و اقتصاددان بنگلادشی اشاره گردید. محمد یونس که دکترای اقتصاد خود را از دانشگاه فاندرویلت آمریکا دریافت کرده است بنیانگذار وام‌های خرد در جوامع روستایی بنگلادش با ایده کارآفرینی اجتماعی به صاحبان مشاغل روستایی و یا کارآفرینانی که از تودیع وثیقه به بانک‌ها برای دریافت وام عاجز بودند با مکانیزم تعهد سپاری زنجیره‌ای مجموعه افراد آشنا و کارآفرین در یک محله برای همدیگر وام‌های خرد را به اشخاص خود اشتغال و تعاونی‌های تولیدی و توزیعی از طریق گرامین بانک که مؤسس و بنیان‌گذارش خود محمد یونس بود وام می‌داد و وام‌گیرندگان را تشویق به راه‌اندازی کسب و کارهای تولیدی با هدف ایجاد ارزش افزوده می‌نمود. دکتر محمد یونس و گرامین بانک در این روش بانکداری و تأثیرگذاری در اشتغال‌زایی و مبارزه با فقر در روستاهای بنگلادش به اندازه‌ای موفق عمل نمودند که در سال ۲۰۰۶ میلادی دکتر محمد یونس و گرامین بانک برنده جایزه صلح نوبل در رشته اقتصاد بعثت موفقیت در طرح‌های کارآفرینی اجتماعی ابداعی در مسیر فقرزدایی در روستاها شدند.

منابع لازم برای مطالعه موجز جهت آشنایی دقیق‌تر با اندیشه‌ها و اقدامات اجرایی دکتر محمد یونس در کارآفرینی روستایی، تجزیه و تحلیل صورتحساب‌های سود و زیان و گزارش مجامع سالانه گرامین بانک در سال‌های پس از تأسیس و فعالیت آن، میزان وفاداری مشتریان و



وام‌گیرندگان خرد در بازپرداخت وام‌های دریافتی و ایفای تعهدات آن‌ها چنانچه در دسترس باشد، می‌تواند برای الگوبرداری کارآفرینی مشاغل کوچک و خوداشتغال مفید واقع شوند؛ اما بطور کلی آنچه از ایده‌ها، طرح‌ها و اقدامات دکتر محمد یونس منتشر شده نشان‌دهنده موفقیت آن‌ها در تأثیرگذاری فضای کسب و کار بنگلادش بعنوان یک کشور درحال توسعه و یکی از متراکم‌ترین کشورهای دنیا به لحاظ جمعیت دارد و آنچه پس از مطالعه ایده‌های دکتر محمد یونس به ذهن یک مطالعه‌گر ریسک می‌رسد این است که: گرامین بانک فقط یک موسسه پولی و تأمین سرمایه محض، حامی فضای کسب و کار روستایی بنگلادش نبوده و این بانک با مطالعات ژرف فرهنگی، اجتماعی در خصوص باورها، انگیزه‌ها، رفتارهای وام‌گیرندگان در دو زمینه ذیل بصورت متوازن به فعالیت پرداخته:

۱- بازار پایی اجتماعی: دکتر محمد یونس و بانک وی، گرامین بانک با ترویج فعالیت‌های اشتغالی زایی مؤثر و ارزش آفرین (طرد فعالیت‌های دلالی و سودجویانه فردی) جمعیت روستاییان را به سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تولیدات کشاورزی و زیر شاخه‌ها، راه‌اندازی صنایع روستایی و اقتصاد خدمات روستایی و توزیعی تشویق می‌کرده‌اند و در واقع دکتر محمد یونس بعنوان یک استاد دانشگاه و اقتصاددان با فرهنگ انسان دوستانه آسیایی و شرقی، در راس مدیریت یک بانک فقط نقش واسطه‌گری پولی و تلاش به افزایش سرمایه بانک و سود محوری سازمانی را هدف‌گذاری نکرده، زیرا مطالعه برنامه‌های اجرایی آن‌ها موید این است که گرامین بانک نقش یک منتور استارت‌آپ را در متحول‌سازی اقتصادی جوامع محلی بنگلادش و سازمان رشد دهنده اقتصاد ملی ایفا کرده است.

۲- ترویج روحیه تعاون و همیاری: مطالعه رفتارهای اقتصادی و اجتماعی مردم شبه قاره هند نشان می‌دهد که پایداری، وفاداری، عواطف در نهاد خانواده و بالنتیجه در خانواده گسترده و روستاها و شهرهای مناطق کشورهای این منطقه بسیار بالاست و این مزیت فرهنگی، اجتماعی در مردم این مناطق روحیه تعاون و همگرایی بر مبنای تولید ثروت گروهی و موفقیت جمعی را نهادینه کرده است و به نوعی بر اساس تجربیات ناشی از فراز و فرودهای ناشی از سود و زیان ملی در طول تاریخ این کشورها، روحیه همگرایی و مشارکت‌های اجتماعی و حمایت جمعی در فرهنگ مردمان این مناطق را بوجود آورده، گرامین بانک با اشراف بر این فرهنگ در شبه قاره هند، ایده کارآفرینی اجتماعی که می‌توانست پایه‌گذار خوشه‌ها و دانه‌های اکوسیستم‌های کسب و کارهای نوین باشد با موفقیت دنبال نمودند (ضمانت‌های بانکی زنجیره‌ای مردم از هم در گرفتن و بازپرداخت وام‌ها ریشه در همین فرهنگ دارد) گرچه در برخی از منابع اختصاراً به سنگ‌اندازی در مسیر اجرای طرح‌های گرامین بانک اشاره شده، لیکن ایده‌های دکتر محمد یونس و گرامین بانک در حوزه کارآفرینی روستایی و جوامع محلی به اندازه‌ای موفق بوده که بتواند به کسب جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۰۶ میلادی نائل آید.



۱۴-۲- هدف‌گذاری استراتژی توسعه اقتصادی در امارات متحده عربی

در میان کشورهای منطقه که طی سه دهه اخیر دولت آن کشور تلاش نموده است تا با اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی متوالی، اکوسیستم‌های جدید کسب و کار را راه‌اندازی و با ایجاد تنوع رشته‌های شغلی موجب ایجاد اشتغال و سرمایه‌گذاری در حوزه‌های غیر نفتی گردد، امارات متحده عربی بوده که از سالیان دور این کشور با توجه به موقعیت جغرافیایی آن واقع در جنوب خلیج همیشه فارس و همجواری با کشورهای نفت خیز و ثروتمند منطقه و خاورمیانه و نیز نزدیکی با کشورهای شمال آفریقا و شبه قاره هند اقدام به دو نوع هدف‌گذاری استراتژی توسعه اقتصادی نموده که این دو نوع هدف‌گذاری عبارت بوده‌اند از:

۱- تبدیل امارات متحده به HUB ترانزیت کالا و مسافر منطقه غرب آسیا:

امارات متحده عربی از ابتدای دهه ۱۹۹۰ با احداث منطقه جبل علی در کنار همین بندر، یکی از بزرگترین بندر تجاری در جهان و بزرگترین بندر تجاری خاورمیانه این منطقه آزاد تجاری را به قطب HUB ترانزیت منطقه مبادله تبدیل نموده است. این کشور در منطقه آزاد و بندرگاه جبل علی، سالانه در انبارهای عظیم بندر جبل علی شرایط انبارنمودن، تخلیه و بارگیری مجدد میلیون‌ها کانتینرهای حمل کالا را به منظور صادرات و واردات کالاها از جهان به منطقه و بالعکس را فراهم نموده و با ایجاد شرایط تأسیس شرکت‌های مختلف صنعتی - بازرگانی در آن منطقه توسط بخش خصوصی (در سال‌های پیش تعداد شرکت‌های فعال آن منطقه آزاد تجاری را ۲۵۰۰ شرکت اعلام کرده‌اند) با سرمایه‌گذاری تجار با ملیت‌های مختلف، شرایط ارتباطات بازرگانی بین امارات با کشورهای بازار هدف را فراهم ساخته است.

ازسوی دیگر، با احداث یکی از بزرگترین فرودگاه‌های جهان (مجهزترین و پر تعدادترین پرواز سالانه از طریق ترمینال هوایی مسافر و ترانزیت هوایی کالا در غرب آسیا) و یکی از توانمندترین شرکت‌های هواپیمایی در دنیا که در سال‌های متمادی رتبه اول را به لحاظ کیفیت پروازها و خدمات دهی به مسافران و نظم و ترتیب در پروازها، در بین شرکت‌های هواپیمایی دنیا کسب کرده، فرودگاه دومی را به HUB ترانزیت مسافر و کالا تبدیل و هزاران هزار شغل و صدها شرکت فعال در حوزه حمل و نقل بین‌المللی را ایجاد و سالانه چرخش مالی بالایی را بوجود آورده‌اند.

این کشور بدنبال ایجاد زیرساخت‌های مناسب حمل و نقل، اقدام به توسعه صنعت گردشگری نمود و با سرمایه‌گذاری و ساخت تعداد زیادی هتل، مراکز خرید، احداث مراکز تفریحی که بیشتر آن‌ها بصورت مصنوعی همانند، ساخت تپه‌های گردشگری، سالن‌های ورزش‌های زمستانی، استادیوم‌های ورزشی، مراکز تفریحی خاص ورزش‌های بیابان گردی (این نوع مراکز



تفریحی جاذبه برای گردشگران کشورهای سردسیر و ثروتمند نیمکره شمالی دارند) مراکز ورزشی، تفریحی آبی و احداث نخلستان‌های و سیع خرما مرغوب و باغات زیبا و چشم نواز، سعی بر جذب گردشگران خارجی با سلائق و هدف‌های گردشگری مختلف نموده که بدلیل مشارکت‌های و سیع مردم و بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری و مدیریت زیر سیستم‌هایی که دولت در این اکوسیستم‌های نوین اقتصادی فراهم می‌نماید، فضاهای کسب و کار موفق را بوجود آورده‌اند و کمبود نیروهای کار را نیز از کارگران کشورهای دیگر با ایجاد جاذبه حقوق و دستمزد ترجیحی تأمین کرده‌اند.

مطالعه برنامه‌های توسعه اقتصادی این کشور نشان می‌دهد که از سالیان دور آن‌ها بدنبال متنوع‌سازی فضای کسب و کار و دور شدن از اقتصاد تک محصولی نفتی هستند و در بحران‌های نفتی مختلف همانند کاهش شدید نرخ جهانی نفت (حتی نرخ منفی ۳۰-۴۰ دلاری نفت آمریکای شمالی) در بحران پاندومیک ماه‌های اخیر ویروس کرونا (نیمه اول سال ۲۰۲۰ میلادی) اقتصاد این کشور در بین کشورهای حوزه نفت خیز خلیج همیشه فارس کمترین زیان را متحمل شده.

با ذکر چهار مثال از چهار کشور همسایه و منطقه قبلاً سعی گردید تا نقش دولت‌ها و شهروندانی که بعنوان کارآفرین و خود اشتغال به سرمایه‌گذاری و مدیریت در خوشه‌ها و دانه‌های اکوسیستم‌های کسب و کار به همکاری مشترک و دوسویه می‌پردازند، تأثیر ژرف اشتراک برنامه و منافع دو ضلع اصلی از سه ضلع تأسیس و راه‌اندازی فضای کسب و کارها در کشورها [مشارکت مستقیم دولت‌ها - ملت‌ها] تشریح شوند و بعنوان الگوهای موفق پیش چشم کارآفرینان و جوانان با اراده، مصمم و بادانش ایرانی در مسیر سازندگی اقتصاد ملی کشورمان به تصویر کشیده شود، در ادامه ان شالله به نمونه طرح‌های موفق دولت‌ها و هموطنان عزیز در چند دهه اخیر و فعالیت‌های مؤثر و مثبت کارآفرینی خصوصاً در بخش گردشگری در ایران اشاره می‌گردد.

۲-۱۵- چهار نمونه در یک نگاه

قبلاً با ذکر نمونه‌هایی از ایده‌یابی، برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری، همگرایی‌هایی که طی مشارکت دولت‌ها و شهروندانشان در برنامه‌های توسعه استراتژیک فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی آن کشورها منجر به شکل‌گیری اکوسیستم‌های کسب و کارهای موفق در چهار کشور، کره جنوبی - ترکیه - بنگلادش - امارات متحده عربی گردید، تلاش شد تا اهمیت نقش و همکاری‌های مشترک دولت‌ها و شهروندان در بسترسازی فعالیت کارآفرینان و خوداشتغالان، سرمایه‌گذاران - مدیران و اجراکنندگان طرح‌های توسعه شغلی از سوی بخش‌های خصوصی و تعاونی از مرحله



ایده‌یابی، تأسیس و راه‌اندازی بنگاه‌های اقتصادی از اندازه‌های بزرگ ماکرو خوشه‌ها تا خوشه‌های متوسط و کوچک و نیز میکرو دانه‌های کسب و کار بطور اجمال برای علاقمندان و مطالعه‌کنندگان شرح داده شود و این نکته را واقف گردیم که بدون مشارکت فعالانه و هم‌افزایی دولت‌ها و شهروندان، هیچگاه اکوسیستم‌های کامل و متصل دارای سینرژی مطلوب که نتیجه‌ی غایی آن توأم با موفقیت‌های حداکثری باشد، تشکیل نمی‌گردند! زیرا اگر دولت‌های کشورهای در حال توسعه، فقط به طرح‌ریزی نظری در توسعه فضای کسب و کار و تبلیغات محض بسنده کنند و چارچوب تکالیف خودشان را فقط در حد بررسی و اعطا مجوزهای شغلی و پروانه‌های کسب و کار خلاصه نمایند و اعطای تسهیلات و وام‌های بانکی سرمایه‌بنگاه‌ها را بزرگترین بلندگامترین حمایت دولت‌ها در ایجاد اکوسیستم‌های نوین اقتصادی بدانند کاملاً به بیراهه رفته‌اند زیرا مطالعه‌گران ریسک‌ها معتقدند، دولت‌ها علاوه بر ایده‌یابی و طرح‌ریزی اولیه فضای کسب و کار، بطور قاطع تکلیفشان پشتیبانی از بخش‌های تعاونی و خصوصی اقتصادی از مرحله ایده‌یابی محصولات تا تأسیس، سازماندهی، هدایت اکوسیستم‌ها (و نه دخالت) مبتنی بر حمایت از ساختاردهی هر اکوسیستم بزرگ اقتصادی از ماکرو خوشه‌ها تا میکرو دانه‌ها با بهره‌برداری از مطالعات بازاریابی و ریسک از فضای کسب و کار همراه نباشد، امکان شکل‌گیری و به ثمر نشستن طرح‌های اقتصاد ملی، استانی و شهرستانی منجر به موفقیت وجود ندارد!

در این مرحله از نگارش به نحوه شکل‌گیری اکوسیستم گردشگری اوقات فراغت روستایی بعنوان زیرسیستم اقتصاد کلان کشور، موکداً احترام‌گذاری و حفظ منزلت و ارزش‌گذاری به طرح‌ها و برنامه‌های دولت‌ها در چند دهه گذشته تا امروز و نیز تقدیر از کارآفرینان، خوداشتغالان و فعالین هموطن بخش خصوصی در حوزه پایه‌گذاری و توسعه خدمات گردشگری داخلی و خارجی، صنایع و خدمات وابسته که منشا پیدایش دانش و تجربیات صنعت گردشگری کنونی در ایران اعم از مراکز علمی دانشگاهی، نهادها و سازمان‌های متولی دولتی بخش اشتغال گردشگری و کلیه مدیران و کارشناسان مراکز میراث فرهنگی، مراکز دینی و مذهبی جاذب گردشگری معنوی، خلق‌کنندگان و مدیران، کارکنان حفاظت از آثار تاریخی، خالقان آثار هنری و سایر زیرسیستم‌های بخش گردشگری ایران زمین که خالق شکل‌گیری، حفظ و تداوم نگهداری و گسترش این صنعت مهم شده‌اند، بر خویش واجب می‌دانیم و از صمیم قلبمان تشکر می‌نماییم و با قدردانی از همگی این هموطنان عزیز، چه آن اساتید و پیشقراولان معززی که اکنون دیگر در بین جامعه شریف ایران نیستند و به دیار باقی رفته‌اند، برای ارواح شریفشان از درگاه پروردگار متعال مغفرت الهی می‌طلبیم و چه مدیران و کارشناسان معزز حاضر شاغل در سیستم اقتصاد گردشگری سازمان‌های دولتی و خصوصی کشورمان فعالند که سرمایه‌های گرانسنگ انسانی تداوم و ارتقا دهنده، تنوع بخش و باعث توسعه بسیط این مجموعه هستند،



ضروری است به جهت تلاش‌ها و تجربیاتشان تبریک گفته و از همگی عزیزان قدردانی و تقدیر گردد، زیرا با وجود تک‌تک این اشخاص حقیقی و حقوقی با دانش و خلاق هموطن فعال در عرصه انواع گردشگری داخلی و خارجی دولت‌ها در کشورمان می‌توانند بگویند برای توسعه صنعت گردشگری و افزایش سهم معنی‌دار این صنعت در اقتصاد کشور برنامه‌ریزی کرده‌اند! در ادامه با بهره‌گیری از اطلاعات موجود به تشریح روند شکل‌گیری گردشگری در ایران در دهه‌های اخیر بعنوان مکمل ادامه تشریح راه‌اندازی اکوسیستم‌های نوین اقتصادی خارجی پیش گفته، می‌پردازیم و سپس به مبحث اصلی یعنی بررسی ریسک‌های توسعه اکوسیستم گردشگری و تبیین روش‌ها، رویکردها و نتایج رسیدن به نقطه‌آمال توسعه گردشگری اوقات فراغت روستایی با تاسی از برنامه‌های چشم‌انداز ۲۰ ساله ایران و قانون برنامه ششم توسعه خواهیم پرداخت.

۲-۱۶- تشریح روند شکل‌گیری کارآفرینی و گردشگری در ایران

خوشبختانه کشورمان به لحاظ سبب‌گردشگری از منظر فرهنگی، مذهبی، ویژگی‌های جغرافیایی و تاریخی از چنان پتانسیل ارزشمندی برخوردار است که بطور خود به خودی ظرفیت‌های توسعه اقتصاد گردشگری در انواع شقوق آن را دارد.

در دوره تاریخی اسلامی، در بخش‌های مربوط به ایران در سفرنامه‌های گردشگران مشهوری همچون ابن بطوطه، ناصر خسرو قبادیانی، مارکوپولو و ... و سایر شرق‌شناسان اروپایی توصیفات جالبی از ویژگی‌های مردم ایران، شرایط اجتماعی، جغرافیایی، معیشت، هنر و ... سایر نکات ممتاز و ویژگی‌های زندگی ایرانیان نوشته شده که جالب توجه هستند و مهمتر اینکه وجود مسیر راه ابریشم در ایران و انجام سفرهای زیارتی مختلف رایج نزد ایرانیان از دوران گذشته همچون، سفرهای حج واجب و عمره، سفرهای به عتبات عالیات در عراق و مشهد مقدس برای زیارت بارگاه امامان شیعه بنا به اعتقادات پاک شیعیان و سایر سفرهای داخلی در ایران فرهنگ سفر را نهادینه کرده تا اینکه به تدریج از آغاز رژیم پهلوی (پهلوی اول) در ایران که به تدریج جاده‌ها و خطوط ریلی و سپس فرودگاه‌ها و هتل‌ها، متل‌ها، رستوران‌ها و مکان‌های اقامتی بین راهی در سفرهای برون‌شهری احداث و توسعه می‌یابند و به موازات آن افزایش جمعیت شهرنشین و دهک‌های درآمدی متوسط بعنوان اقشار علاقمند به گردشگری و تفریحات سالم شکل گرفتند، شاهد افزایش تقاضاها برای سفرهای داخلی و خارجی در فرهنگ ایرانیان هستیم. از یکسو در طی ۶-۷ دهه گذشته شاهد افزایش سطح فرهنگی - اجتماعی جامعه بالنده و پویای کشورمان می‌باشیم و از سوی دیگر با توسعه تدریجی بازار کار و توسعه جمعیت کارکنان بخش‌های اداری، خدماتی، صنعتی بخش‌های اقتصاد دولتی و خصوصی، آشنایی ایرانیان با



قوانین کار و استخدامی نوین در سطح کشورهای توسعه یافته که متأثر از دانش مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های اداری، صنعتی، خدماتی و... بود، اختصاص دوران فراغت و مرخصی‌های یکماهه سالانه کارمندان و کارگران و وجود تعطیلات معمولاً ۱۵ روزه ایام عید نوروز و تعطیلات سه ماهه تابستان دانش‌آموزان و دانشجویان در پیش و پس از انقلاب نسل‌هایی که با گردشگری و مزیت‌های آن کاملاً آشنا و علاقمند هستند رشد نموده‌اند؛ و از سوی دیگر شرایط آب و هوایی چهارفصل و نقاط دیدنی و طبیعت زیبای ایران که از شرایط آب و هوایی مدیترانه‌ای دریاچه بزرگ خزر و جنگل‌ها در شمال در رشته کوه‌های البرز و زاگرس تا شرایط آب و هوایی کوهستانی همین دو رشته کوه و سایر رشته کوه‌های داخل فلات ایران، قله پرارتفاع مشهور همچون دماوند و سبلان، توچال، دنا، تفتان و... و شرایط آب و هوایی بیابانی فلات مرکزی و منطقه آب و هوایی استوایی جنوب کشور در کناره خلیج همیشه فارس و دریای عمان و جزایر جنوبی و رودخانه‌های جاری داخلی و... شرایط اقلیمی متنوع در اقصی نقاط ایران که جاذبه‌های شهری و طبیعی بسیار متنوعی را برای گردشگری داخلی و نیز جذب گردشگران خارجی فراهم نموده و نیز مهاجرت‌های اقوام ایرانی در داخل استان‌های کشور شرایط سفرهای دید و بازدیدهای فامیلی هر ساله را بعنوان انگیزه‌های سیر و سیاحت یا همان گردشگری را ایجاد کرده است همه موجب توسعه گردشگری در جامعه فرهیخته ایران زمین شده‌اند.

در کنار همه این جاذبه‌های گردشگری دینی - مذهبی، تاریخی، فرهنگی، طبیعی و جغرافیایی، ورزشی، دید و بازدید و... که جذب‌کننده گردشگران داخلی و خارجی هستند از هفت دهه گذشته، با تأسیس سازمان ایرانگردی و گردشگری قبل از انقلاب و سپس تغییر نام و وظایف آن به سازمان گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی پس از انقلاب و نهایتاً تغییر سطح فعالیت این سازمان به وزارتخانه در سال ۱۳۹۸ به پیشنهاد دولت دوازدهم و تصویب مجلس جهت توسعه صنعت توریسم، همه بیانگر گام‌های بسیار منطقی و پیوستار دولت‌های ایران در ادوار مختلف طی این ۷۰ ساله گذشته تاکنون برای توسعه اقتصاد بخش گردشگری داخلی و خارجی و نیز سرمایه‌گذاری مادی و معنوی در این رشته مهم کارآفرینی و اشتغال‌زایی می‌باشند. تبدیل نقاط و جزایر مختلف ایران به قطب‌های گردشگری از جمله تلاش‌های ارزنده دولت‌ها در ایران در همین راستا طی ۷ دهه گذشته تاکنون قابل ارزیابی و تحلیل هستند.

فصل ۳ علل بررسی کار آفرینی و گردشگری از

منظر مطالعه گران ریسک



۳-۱- تحول در سبک زندگی ایران

قبلاً سعی گردید تا سیر تحول صنعت توریسم در کشورهای صنعتی و علل مادی و معنوی شکل‌گیری خوشه‌های اکوسیستم گردشگری، تفریحات سالم و سرگرمی از زوایای مختلف بصورت اجمال در هر بخش توضیحاتی داده شود و نیز در ادامه به سیر تاریخی مقوله گردشگری در نزد ایرانیان به شرح فعالیت‌های ۷ دهه گذشته تاکنون که دولت‌ها و هموطنان عزیز بطور علمی و تجربی به رشد کمی و کیفی این صنعت بسیار مهم پرداخته‌اند اشاره گردید.

سبک زندگی در ایران عزیزمان نیز طی نیم قرن گذشته به سرعت در حال تغییر بوده و هست. ایرانیان از جمله معدود ملل جهان هستند که ضمن برخورداری بودن از استعدادها ذاتی در بنیان‌گذاری رفتارهای نوگرا و مثبت، توانایی حفظ اعتقادات، باورها و سنن، فرهنگ بومی و ملی خویش را در سیر تحول تمدنی بشر همواره داشته و دارند از همین روی، افزایش جمعیت کشور موجب توسعه آپارتمان‌نشینی و تراکم انسان‌ها در محیط‌های کوچک شد و از سوی دیگر حضور مستمر انسان ایرانی در محیط‌های شغلی محدود و بسته درون شهرها و یا بعلاوه ضرورت حضور مستمر در یک محیط اجتماعی، احساس نیاز به بازسازی روحی - روانی در همه شهروندان در هر سن و سالی را تقویت کرده است. همین احساس نیاز و خواسته به تفریحات، سرگرمی‌ها، ورزش، هنر، گردشگری که دکتر آبراهام مازلو به آن‌ها در پله سوم هرم سلسله نیازهای خویش پرداخته است. مازلو در پله سوم هرم خویش در مطالعه سطح نیاز انسان‌ها پس از نیازهای اولیه در نیازهای ثانویه امنیت و بدون ترس زیستن از جمیع جوانب در پله دوم اشاره می‌کند (از منظر مدیریت ریسک و بیمه همه پله‌های هرم مازلو جای بحث‌های مفصل دارد) و