

بررسی مشکلات کارآفرینی و گردشگری در میزگرد نسل فردا

دست و پاگیر بودن قوانین دولتی انگیزه را می گیرد



عکس: شرف آسل فردا

بهاره بستام رخ
bastamrokh@yahoo.com

در دنیای کنونی گردشگران به دنبال تجربیات نو و جدیدی هستند که با مفهوم تازه برایشان به وجود آورد. تجربه، قلب صنعت گردشگری را برای گردشگران فراهم آورد. از طرفی افزایش جمعیت و کمبود کار مناسب در کشورهای درحال توسعه سبب شده تا مسئولان این کشورها به دنبال راهکارهایی مانند کارآفرینی باشند تا بخش اقتصادی کشورها را به حرکت درآورد. یکی از ویژگی گردشگری این است که می تواند با سرمایه ای بسیار کمتر نسبت به دیگر صنایع اشتغال سریع و درآمد زیاد ایجاد کند، صنعتی که ظرفیت و پتانسیل آن به وفور در ایران یافت می شود، اما هنوز آن طور که باید از این فرصت ها برای رشد اقتصادی کشور استفاده نشده است. کارآفرینی پروسه به وجود آوردن یک چیز جدید از راه تلاش و با درنظرگرفتن ریسک است که برای تأمین تقاضاها و نیازهای سریع التغییر مشتریان گردشگری امری حیاتی است و شاید تنها راه برآوردن این نیازها آوردن محصولات جدید به بازار باشد تا بتوانند چشم مشتری مشکل پسند را بگیرند و دوام و بقای کسب و کارهای گردشگری را تأمین کنند. گرچه کارآفرینی در تمام زمینه ها زیاد شنیده می شود، اما مقوله ای نسبتاً جدید است و مشکلات خاص خودش را دارد؛ لذا بر آن شدیم تا در میزگردی با حضور آقایان محمدمتقی طغریایی دکترای کارآفرینی سازمانی از دانشگاه تهران و عضو هیئت علمی دانشگاه هنر اصفهان، کوروش خسروی دبیر جشنواره ملی کارآفرینی شیخ بهایی و نماینده شورای شهر اصفهان، حسین مقصودی دانشجوی دکتری گردشگری از دانشگاه علامه طباطبائی تهران و خانم محبوبه رحیمی کارشناس برنامه ریزی روستایی و کارآفرین برتر در استان به گفت وگو بپردازیم.

این روزها واژه کار آفرینی بسیار پرکاربرد و نقل محافل مرتبط با کسب و کارهای نوپا شده است. بسیاری اما هنوز راه اندازی کسب و کار و اشتغال زایی را به جای آن به کار می برند و آن ها را هم معنی می دانند. به راستی این لغات باهم تفاوت معنایی ندارند؟

طغریایی: قبلاً از اینکه کار آفرینی را تعریف کنیم باید چند ملاحظات برای آن در نظر بگیریم. کار آفرینی یک فرایند است. در تعریف جامع کارآفرینی می توان گفت ما با تشخیص ارزیابی بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه که منجر به چهارچوب هدف و خلق ثروت و ارزش در جامعه می شود روبهرو هستیم؛ اما در کسب و کار با هرگونه فعالیت تجاری بازارگانی و تعاونی که به جنبه سود و انتفاع برسم روبهرو هستیم. اولین وجه تمایز نوآوری است، یعنی هر نوع کسب و کار و اشتغال زایی کارآفرینی نیست حتماً باید جنبه نوآورانه هم داشته باشد. رانندگی با کسب و کار جدید ریسک پذیری هم دارد؛ اما کارآفرینی مبتنی بر تشخیص فرصت های جدید است که هم کشفی است و هم خلقی. کشف فرصت از دیدگاه نئوکلاسیک فرصت های نوآورانه ای است که وجود دارد. افراد کارآفرین دارای هوشیاری هستند که این فرصت ها را کسب می کنند و باعث سودآوری می شوند. از دیدگاه دیگری با دیدگاهی یعنی خلق فرصت و کارآفرینان بر مبنای خلاقیت ایده های نوآورانه خلق می کنند. مقصودی: کار آفرینی یک فرایند هدفمند، آگاهانه و علمی در مسیر توسعه یک کسب و کار است و مهم ترین ویژگی کارآفرینی و کارآفرین، آگاهی از ریسک های احتمالی و پذیرش آن هاست. به طبع یک کارآفرین با پذیرش ریسک، تمام توان خود را در قالب ساختارهای سخت افزاری و نرم افزاری به کار می گیرد تا در مسیر کاهش آن ها کام بردارد. به نظر بنده مهم ترین تفاوت کارآفرینی و اشتغال زایی در همین نکته خلاصه می شود.

رحیمی: اگر بخواهیم به طور خلاصه بیان کنیم کارآفرینی ایجاد فرصت شغلی یا ایده جدید و خلاقانه است؛ اما کسب و کار اشتغالی است که قبلاً وجود داشته و خلاقیتی در آن نیست. خسروی: درست است. در کار آفرینی نوآوری نهفته است و در نوع محصول و شرایط تولید و نحوه بازاریابی خلاقیت و نوآوری وجود دارد؛ اما در کسب و کار معمولی الزام نوآوری وجود ندارد.

حال به این مسئله بپردازیم واقعاً مشکل گردشگری امروز ما نبود کار آفرینی در آن است؟ یعنی اگر کار آفرینی در گردشگری رونق پیدا کند شاهد توسعه گردشگری خواهیم بود؟

خسروی: در بحث گردشگری، هم جای سرمایه گذاری و هم جای اشتغال زایی خالی است. تورهای علاقه مندی اکنون وجود دارند که می توانند گردشگران را جذب کنند؛ اما مشکل اینجاست که ما اکنون با کمبود اقامتگاه ها روبهرو هستیم و بسیاری از این تورها به همین دلیل لغو می شوند. ما هنوز زیرساخت های مناسبی مثل هتل در فصل پیک مسافر نداریم؛ بنابراین کارآفرینان می توانند با ایده های جدید و برگزاری تورهای در فصل کم مسافر جذابیت هایی ایجاد کنند که در این فصل هانیز ما شاهد گردشگری باشیم که به ایران می آیند. به نظر من با ایجاد جذابیت و ایده های جدید می توان

به جذب بیشتر گردشگر کمک کرد. در زمینه هایی مثل پرندنگری، گردشگری طبیعت، گردشگری در حوزه سلامت و غیره حلقه های مفقوده زیادی وجود دارد که می تواند به جذب گردشگر کمک کند. رحیمی: در منطقه ما بحث آموزش بسیار مهم و این درحالی است که با توجه به اینکه خور فاصله زیادی تا استان دارد اقامتگاه های بسیاری در این منطقه توسعه یافته اند؛ اما همان طور که گفتیم آموزش از اهمیت ویژه ای برخوردار است. بنده جزو اولین کسانی بودم که برخلاف دیگران که جذب ایجاد اقامتگاه در منطقه شدند برای صنایع دستی محلی ارزش گذاری کردم و متوجه شدم که می تواند از لحاظ ظرفیت و توان اقتصادی نقش مهمی در این منطقه داشته باشد. با ارزش گذاری به داشته های بومی و محلی شهرستان که خود یک توان و ظرفیت اقتصادی هم هست، هم می توان حس خوب به گردشگر اهدا کرد، هم اشتغال زایی و درآمدزایی برای مردم محلی فراهم کرد و هم ریشه و هویت فرهنگی مردم منطقه را به گردشگر داخلی و خارجی نشان داد. متأسفانه چیزی که الان در شهرستان دنبال می شود آماده سازی شهرستان برای گردشگری انبوه است که اصلاً مناسب منطقه نیست و مسیری است که در آینده باید از آن برگردیم؛ پس بهتر است این راه را ادامه ندهیم و آنسویی به محیط زیست و فرهنگ وارد نکنیم و به سمت کیفی سازی که معنای واقعی بوم گردی است، تغییر مسیر بدهیم.

طغریایی: به عقیده بنده کارآفرینی در توسعه گردشگری مدد در دسترس است. ما امروز کارآفرینی را به عنوان بازاردانی در نظر می گیریم که مزیت رقابتی دارد؛ به عنوان مثال، بازار خودرو یا مسکن مزیت رقابتی ندارد؛ اما در بحث گردشگری پتانسیل های زیادی وجود دارد که متأسفانه هنوز به آن ها پرداخته نشده است. فرصت های کارآفرینی در رشته های گردشگری بسیار زیاد است و جای کار زیادی دارد؛ به عنوان مثال، طراحی مباحث سرگرم کننده برای گردشگران و غیره می تواند باعث جذب بیشتر آنان شود. باعث تأسف است که در سال های گذشته بسیاری از گردشگران ما بالای ۵۰ سال سن داشتند و ما کمتر گردشگر جوان می دیدیم. این مسئله به این خاطر است که ما بخش های مختلف بازار گردشگری را تعریف نکرده ایم؛ درحالی که می توانیم در عرصه های مختلف مثل گردشگری مذهبی، هنری، سلامت، عشایری، طبیعی و غیره کارآفرینی داشته باشیم. مقصودی: توسعه گردشگری بدون توسعه تمام جنبه های آن امری غیرممکن است. کارآفرینی تنها یکی از جنبه های صنعت گردشگری است. اگر دولت در طراحی سیاست های کلان اقتصادی به صنعت گردشگری بی توجه باشد رونق کارآفرینی کمکی به توسعه گردشگری نخواهد کرد. صنعت گردشگری یکی از محرک های مهم اقتصاد در دنیای امروز است؛ اما استفاده از ظرفیت های بالقوه گردشگری نیازمند توجه به تمامی جنبه های آن است.

در راستای صحبت های پیشین و با توجه به اینکه در اذهان بیشتر علاقه مندان این طور تلقی می شود که کار آفرینی در گردشگری محدود به احداث اقامتگاه های بوم گردی است، در صورتی که گردشگری فرصت های بسیاری در تمام بخش های خود دارد، به نظر شما راه حل از بین بردن این

موردبررسی قرار دادیم و دریافتیم که متأسفانه بسیاری از آن ها اگر چه در این حوزه قدم برمی دارند، اما فعالیت هایشان شعارگونه است و در حوزه عملیاتی و اثر بخشی کار خاصی انجام نمی دهند و طراحی خاصی هم ندارند. اولین محور کارآفرینی توسعه کسب و کاری است که در آن خلاقیت باشد؛ ولی تصمیم گیرندگان این حوزه اعم از وزارت کار و آموزش و پرورش و غیره هیچ سیاست درستی در این رابطه نداشته و تخصص لازم را هم ندارند و تمام کارهایی که انجام می دهند حالت شعارگونه داشته و در حد گزارش های سطحی ارائه می شود. این درحالی است که برای این موضوع هزینه های سرسام آوری فراهم می شود. راهکار این است که جامعه خنکان و افرادی که در حوزه کارآفرینی دانش دارند تصمیم گیرنده شوند و اقدام به شبکه سازی کنند. درواقع سه موضوع تجربه قبلی، تحصیلات و شبکه سازی باید منابع اصلی باشد. متأسفانه ما کارآفرینان موفق داشته ایم که عمر شهرت شان تنها یک سال بوده و سال بعد فراموش شده اند و شکست خورده اند؛ درحالی که اگر بتوانیم از افراد متخصص استفاده کنیم و سرمایه گذاران را به سمت تولیدکننده سوق دهیم می توانیم به توسعه کارآفرینی نیز امیدوار باشیم.

خسروی: مشکلاتی اعم از مشکلات فرهنگی، کمبود منابع مالی، دسترسی سخت به بازارهای جهانی، به خصوص در بخش گردشگری نبود زیرساخت هایی اعم از هتل و اقامتگاه ها جمله مسائلی است که جلوی توسعه گردشگری را می گیرد.

رحیمی: شاید باید تمام زوایا را بسنجیم. از سال ۸۹ به این وادی وارد شدم و تمام زوایا را سنجیدم. کارآفرین باید تمام زوایا را بسنجد که البته این کار به مهارت و تجربه خاصی نیاز دارد. باید واقع بین بود و البته کمی خوش بین. از سوی دیگر سمت و سوی اداره میراث باید به سمت کارآفرینی برود و کارشناسان امر باید نیازسنجی کنند و تمام زوایا را در نظر داشته باشند.

در این میان برای ایجاد و گسترش کارآفرینی باید بیشتر از دولت انتظار داشته باشیم یا بخش خصوصی؟ مقصودی: به طبع دولت نقش مهم تری در توسعه کارآفرینی خواهد داشت. وجود ساختارهای موازی، عدم شفاف سازی در قوانین و فقدان قوانین مدون مورد نیاز در فضای کارآفرینی، مهم ترین ضعف های دولت در این مسیر است. به بیانی دیگر

باید اشاره کرد که برای انگیزش بخش خصوصی نیاز به بستر مناسب تری وجود دارد و تا زمانی که بستر مناسب در این بخش وجود نداشته باشد بخش خصوصی از انگیزه های کافی برای ورود به بازار کارآفرینی برخوردار نخواهد بود. همان طور که اشاره شد مهم ترین چالش پیش روی کارآفرینان مواجهه با ریسک است که ابعاد وسیعی دارد. حمایت های بخش دولتی در قالب کاهش دستگاه های موازی و تدوین و شفاف سازی قوانین دولتی مهم ترین اقدام دولت در رونق بازار کارآفرینی است.

طغریایی: اما به نظر بنده دولت اگر در بخش کارآفرینی وارد نشود، بهتر است. دولت باید فقط زمینه های تسهیل کنندگی داشته باشد و شرایط لازم را برای رقابت سالم ایجاد کند. هر چه دولت بیشتر دخالت کند و در مسیر رقابت درست قرار نگیرد رانت ایجاد می شود و شرایط رقابت خوب به وجود نخواهد آمد. به نظر من دولت باید تعرفه های هوشمندانه ای برای محصولات و خدمات در نظر بگیرد تا مزیت رقابت شکل بگیرد.

رحیمی: البته نقش دولت رانمی شود نادیده گرفت و انکار کرد؛ چون بخش خصوصی هم به تنهایی نمی تواند با توجه به شرایط اقتصادی که وجود دارد موفق باشد. جوانی که بخواهد از صفر تا صد یک کار را انجام بدهد نیاز به کمک هایی از سوی دولت دارد؛ لذا فقط ایده کافی نیست و سرمایه لازم هم باید وجود داشته باشد.

خسروی: برای انگیزش باید اکوسیستم ایجاد و تعریف شود؛ در نتیجه سازمان های مردم نهاد یا ngo، سرمایه گذاران و دولت و بخش خصوصی همگی باید حضور داشته باشند. **شاهد آن بوده ایم که کارآفرینان، بسیاری از قوانین و مقررات دولتی و بوروکراسی اداری موجود در بین ادارات مختلفی را که در طول کارشان با آن ها سروکار دارند، آفت اساسی کارآفرینی برشمرند. آیا واقعاً این طور است یا مشکل از جای دیگری است و بخش خصوصی انگیزه کافی ندارد؟**

رحیمی: هر دو صحت دارد. دست و پاگیر بودن قوانین دولتی انگیزه را نمی کند و تا زمانی که بخش دولتی به عنوان یک ساختار پشتیبان از بخش خصوصی حمایت نکند نمی توان به آینده کارآفرینی در کشور خوش بین بود. هرچند در سال های اخیر سیاست های مؤثری طراحی شده است اما به دلیل عدم پیوستگی در اجرا هنوز توانسته چرخ کارآفرینی را به خوبی به حرکت درآورد.

طغریایی: زنجیره ارزش گردشگری در ایران باید مهندسی مجدد شود و هتل ها و آژانس ها مبتنی بر بازار گردشگری در دنیا روز شوند. باید متخصصان و کسانی که دانش دارند در زمینه گردشگری به کار گرفته شوند و اکنون ما با چالش بزرگی در این رابطه روبهرو هستیم. باید به بحث مارکتینگ در گردشگری توجه ویژه بشود. محدودیت در سرمایه اجتماعی مرتفع شود. نبود اعتماد در گردشگری ما را با کمبود سرمایه اجتماعی روبهرو کرده است و به همین خاطر این اعتمادسازی باید تعریف شود.

مقصودی: مشکلات متعددی در بخش کارآفرینی گردشگری وجود دارد؛ از دریافت مجوزهای لازم از دستگاه های موازی تا عدم وجود قوانین مدون مورد نیاز که عمده مشکلات را برای کارآفرینان گردشگری ایجاد کرده است؛ همچنین با آگاهی از فعلی بودن گردشگری در بسیاری از مقاصد، سهم حمایت های دولتی برای کارآفرینان این صنعت همچون بسته های حمایتی دولت که می تواند بر حوزه هایی چون مالیات و بیمه متمرکز باشد بیش از پیش ضروری به نظر می رسد.

رحیمی: به عنوان فردی که عملاً در یک شهرستان با این مشکلات مواجه بوده، می توانم بگویم قوانین دست و پاگیر بزرگ ترین چالش و مشکل است. در شهر های دیگر متقاضیانی برای آموزش هایی که من در خور داشتم، وجود داشتند؛ اما وقتی به موقع به داد کارآفرین نمی رسند، او با مشکلات زیادی روبهرو می شود و ترجیح می دهد کارش محدود به مقصودی: به عنوان فردی که بخش دولتی به عنوان یک ساختار پشتیبان از بخش خصوصی حمایت نکند نمی توان به آینده کارآفرینی در کشور خوش بین بود. هرچند در سال های اخیر سیاست های مؤثری طراحی شده است اما به دلیل عدم پیوستگی در اجرا هنوز توانسته چرخ کارآفرینی را به خوبی به حرکت درآورد.

خسروی: برای کارآفرینی باید اکوسیستم ایجاد و تعریف شود؛ در نتیجه سازمان های مردم نهاد یا ngo، سرمایه گذاران و دولت و بخش خصوصی همگی باید حضور داشته باشند.



کوروش خسروی



محمدمتقی طغریایی



محبوبه رحیمی



حسین مقصودی



بهاره بستام رخ

طغریایی: زنجیره ارزش گردشگری در ایران باید مهندسی مجدد شود و هتل ها و آژانس ها مبتنی بر بازار گردشگری در دنیا روز شوند. باید متخصصان و کسانی که دانش دارند در زمینه گردشگری به کار گرفته شوند و اکنون ما با چالش بزرگی در این رابطه روبهرو هستیم. باید به بحث مارکتینگ در گردشگری توجه ویژه بشود. محدودیت در سرمایه اجتماعی مرتفع شود. نبود اعتماد در گردشگری ما را با کمبود سرمایه اجتماعی روبهرو کرده است و به همین خاطر این اعتمادسازی باید تعریف شود.

به عنوان کلام پایانی اگر بخواهیم به طور خلاصه مشکلات و چالش های موجود در کارآفرینی را بر شماریم به چه مواردی باید اشاره کنیم؟

طغریایی: دولت باید یک سری تسهیلات حمایتی را به بخش خصوصی واگذار کند تا آن ها بتوانند ایده های کارآفرینانه را عملی کنند. زنجیره ارزش گردشگری در ایران باید مهندسی مجدد شود و هتل ها و آژانس ها مبتنی بر بازار گردشگری در دنیا به روز شوند. باید متخصصان و کسانی که دانش دارند در زمینه گردشگری به کار گرفته شوند و اکنون ما با چالش بزرگی در این رابطه روبهرو هستیم. باید به بحث مارکتینگ در گردشگری توجه ویژه بشود. محدودیت در سرمایه اجتماعی مرتفع شود. نبود اعتماد در گردشگری ما را با کمبود سرمایه اجتماعی روبهرو کرده است و به همین خاطر این اعتمادسازی باید تعریف شود.

مقصودی: مشکلات متعددی در بخش کارآفرینی گردشگری وجود دارد؛ از دریافت مجوزهای لازم از دستگاه های موازی تا عدم وجود قوانین مدون مورد نیاز که عمده مشکلات را برای کارآفرینان گردشگری ایجاد کرده است؛ همچنین با آگاهی از فعلی بودن گردشگری در بسیاری از مقاصد، سهم حمایت های دولتی برای کارآفرینان این صنعت همچون بسته های حمایتی دولت که می تواند بر حوزه هایی چون مالیات و بیمه متمرکز باشد بیش از پیش ضروری به نظر می رسد.

رحیمی: به عنوان فردی که عملاً در یک شهرستان با این مشکلات مواجه بوده، می توانم بگویم قوانین دست و پاگیر بزرگ ترین چالش و مشکل است. در شهر های دیگر متقاضیانی برای آموزش هایی که من در خور داشتم، وجود داشتند؛ اما وقتی به موقع به داد کارآفرین نمی رسند، او با مشکلات زیادی روبهرو می شود و ترجیح می دهد کارش محدود به مقصودی: به عنوان فردی که بخش دولتی به عنوان یک ساختار پشتیبان از بخش خصوصی حمایت نکند نمی توان به آینده کارآفرینی در کشور خوش بین بود. هرچند در سال های اخیر سیاست های مؤثری طراحی شده است اما به دلیل عدم پیوستگی در اجرا هنوز توانسته چرخ کارآفرینی را به خوبی به حرکت درآورد.