

بایدها و نبایدهای مدیریت کارآفرینی گردشگری در ایران

به گزارش صدای تجارت، دانش، مهارت‌های رهبری و مدیریت، آگاهی از فناوری‌های جدید، به‌روزر بودن درباره علایق مسافران، داشتن شم تجاری برای رقابت در بازار و شکار فرصت‌ها و خلاقیت از جمله مهارت‌هایی است که در کارآفرینی گردشگری بسیار موثر است.

یک کارآفرین گردشگری موفق همیشه به‌دنبال نیازها و خواسته‌های مسافران است و تلاش می‌کند تا ایده خود را با این نیازها هماهنگ کند. علاوه بر این، هر کارآفرین گردشگری موفق باید در بازاریابی نیز مهارت داشته باشد تا قلب و ذهن مشتری را به دست آورد و همچنین، باید اطلاعات دقیق و به‌روزی از محصولات و خدمات موجود در بازار داشته باشد.

نکته مهمتر آنکه با تغییر مستمر انگیزه و ترجیحات گردشگران، توسعه همیشگی روندهای گردشگری، افزایش تقاضا برای محصولات و خدمات جدید گردشگری، رشد تعداد گردشگران و در نهایت افزایش رقابت شدید در این صنعت، کارآفرینی گردشگری تنها راه ادامه حیات این صنعت بزرگ و جهانی است.

براساس آمار «شورای جهانی سفر و گردشگری» (WTTC)، صنعت گردشگری تا قبل از شیوع کرونا، حدود ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان و یک شغل از هر ۱۰ شغل را به خود اختصاص می‌داد. همچنین امروزه به‌ازای هر یک دلار درآمدزایی خالص و مستقیم در صنعت گردشگری، رشد اقتصاد جهانی دو برابر (معادل ۲ دلار) خواهد بود؛ و این اهمیت صنعت سفر را در اقتصاد به نمایش می‌گذارد.

تقاضا برای سفر روز به روز بیشتر می‌شود؛ به‌خصوص حالا که ترس از کرونا و ابتلا به آن کمی در میان گردشگران کمتر شده. این رشد تقاضا و تقاضایی که تا پیش از بحران کرونا همه ساله رو به افزایش بود، این نوید را می‌دهد که ریسک سرمایه‌گذاری در این صنعت پایین‌تر از دیگر صنایع است.

در همین حال، کارآفرینی در جهان امروز یک ضرورت است و می‌تواند به شکوفایی یک اقتصاد منجر شود. شومپیتر نیز معتقد است کارآفرینان، اقتصاد را کنترل می‌کنند؛ چراکه مسئول نوآوری و تغییرات تکنولوژیک هستند. این نوآوری، دائما وضعیت موجود را از بین می‌برد و تعادل جدیدی ایجاد می‌کند و در یک کلام استاندارد زندگی را ارتقا می‌دهد.

حالا اگر این دو حوزه بسیار مهم و تاثیرگذار را در کنار هم بگذاریم، خواهیم دید که چگونه کارآفرینی در صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی، موتوری محرک برای رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها بوده و بنگاه‌های کوچک و متوسط فعال در زمینه گردشگری و مهمان‌نوازی، چه نقش مهمی را در ایجاد شغل و توسعه متوازن مقاصد گردشگری مختلف ایفا می‌کنند.

نگاهی به تجربه مقاصد موفق جهانی، به ما یادآوری خواهد کرد که بدون حضور کارآفرینان متعهد، ریسک‌پذیر و مبتکر، هیچ مقصدی نمی‌تواند موفق شود.

در جوامع محلی، راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا و به کارگیری مردم محلی در این مشاغل، باعث می‌شود درآمد حاصل در همان منطقه باقی بماند. به این ترتیب، با جذب سرمایه‌های جدید و ایجاد شغل از طریق کارآفرینی گردشگری، اقتصادهای محلی نیز سود می‌برند.

از نظر اجتماعی نیز کارآفرینی گردشگری، جذابیت مقاصد را به‌عنوان مکانی برای زندگی، کار، تفریح و لذت بردن از دوران بازنشستگی بهبود می‌بخشد. مثلاً تورهای گردشگری سعی می‌کنند محبوبیت یک مقصد را تبلیغ کنند اما کارآفرینان گردشگری با ارائه خدمات منحصر به فرد، سعی می‌کنند یک مقصد محبوب بسازند.

از نظر زیست محیطی نیز کارآفرینی گردشگری می‌تواند ابزاری برای افزایش سطح تعهد زیست محیطی در جوامع محلی باشد و به حفظ منابع طبیعی و غیرطبیعی مقصد و حفظ مزیت رقابتی آن در بلندمدت کمک کند. نتایج مطالعات در زمینه کارآفرینی گردشگری نشان می‌دهد، کارآفرینی گردشگری تنها منجر به سودآوری مالی نمی‌شود و گاه به‌صورت غیر مستقیم تاثیرات بلندمدت غیرمالی بر جای می‌گذارد که بسیار بااهمیت‌تر است.

اکثر شرکت‌های فعال در زمینه گردشگری و مهمان‌نوازی نمی‌توانند در اوایل راه‌اندازی سود کسب کنند اما همین کسب‌وکارهای کارآفرینانه، تجارب گردشگران و هزینه‌های آن‌ها را بهبود می‌بخشند و در بلندمدت نتایج شگفت‌انگیزی بر جای می‌گذارند. به‌طور مثال، نتایج یک تحقیق بر روی هتل‌های در سوئیس در سال ۲۰۱۹ نشان می‌دهد کارآفرینی و نوآوری تاثیر مستقیمی بر مشتری‌مداری و بهبود خدمات هتل‌ها داشته است.

در کنار روند هیجان‌انگیز کارآفرینی گردشگری، کارآفرینان معمولاً هنگام ایجاد کسب‌وکار خود با موانع زیادی همچون بوروکراسی، چالش یافتن افراد مستعد و جذب سرمایه روبه‌رو می‌شوند. برخی از بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌های گردشگری در ایران، از این چالش‌ها به «رسانه قطب‌نما» خبر داده‌اند.

در این بین سهولت انجام کسب‌وکار برای بخش بزرگی از کارآفرینان

بسیار حیاتی است و بسیاری از آنها نمیتوانند بدون حمایت دولتها و تسهیل قوانین و سیاست‌گذاری‌ها، به حیات خود ادامه دهند. علاوه بر این موانع، شیوع کرونا با ایجاد اختلال در اقتصاد جهانی و بازارهای کار، توقف زنجیره‌های تامین و تعطیلی‌های اجباری برخی از کسب‌وکارها، بر بسیاری از شرکت‌های کوچک و متوسط گردشگری تاثیر گذاشت.

تحول دیجیتال و رشد سریع فناوری از دیگر اثرات کرونا بود. با دگرگونی جهان، کارآفرینان گردشگری نیز برای افزایش انعطاف‌پذیری و پایداری کسب‌وکار خود به دنبال روش‌های نوآورانه مالی هستند. در این بین ایجاد شتاب‌دهنده‌های منطقه‌ای میتواند کمک زیادی به تضمین اتصال با سایر نقاط جهان و امکان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کسب‌وکارهای گردشگری کمک کند.

اگرچه کارآفرینی بسیار پرریسک است، اما در عین حال میتواند بسیار با ارزش نیز باشد؛ چرا که در نهایت منجر به تولید ثروت، رشد و نوآوری میشود و شکوفایی اقتصاد می‌انجامد.

برخلاف مشاغل قدیمی، که اغلب مسیر مشخصی دارد، مسیر کارآفرینی و کسب و کارهای نوپا برای بسیاری از افراد مبهم است و گاه راه‌حلی که برای یک کارآفرین جواب می‌دهد ممکن است برای کارآفرین دیگر مثمر ثمر نباشد.

حالا وقت آن است که به سوالی که در ابتدای مقاله مطرح شده، پاسخ دهیم: آیا کارآفرینی گردشگری آسان است و سود کلانی دارد؟ باید بگوییم هیچ فرمول جادویی برای موفقیت کارآفرینی در بخش گردشگری وجود ندارد، اما اصول کلی وجود دارد که باید همواره آن را در نظر بگیرید. سعی کنید ذهن خود را مثبت و به‌روز نگه دارید و خلاقانه به مشکلات نگاه کنید. در برابر شکست ضعف نشان ندهید و با تجربه گرفتن از آن، مهارت‌ها و دانش خود را گسترش دهید و حقایق را دوباره ارزیابی کنید. گردشگری هنوز صنعتی پرفرصت است که میتواند رویای کارآفرینی شما را محقق کند.