یادداشت

حلقه مفقوده در مدیریت ایرانی

در ایران افزایش مداوم نقدینگی برای شرکت‌ها هم به‌عنوان فرصت به‌نظر می‌رسد و هم تهدید! در نگاه اول اینگونه به‌نظر می‌رسد که با افزایش نقدینگی احتمالا رونق زیاد می‌شود و این فرصتی است برای فروش بیشتر و سودآوری بالاتر، ولی با توجه به مدل این افزایش نقدینگی که از دل رشد اقتصادی و افزایش تولید بیرون نیامده، به‌نظر می‌رسد تهدید این افزایش برای شرکت‌ها بیشتر از فرصت آن است. اما چرا؟ چون این افزایش نقدینگی، باعث تورم در بخش مواد اولیه و مهمتر در بخش ارز شده که واردات مواد اولیه و تجهیزات تولید را دشوارتر می‌کند و نکته مهم‌تر اینکه این افزایش نقدینگی به دلیل شکوفایی اقتصادی نبوده و شاهد افزایش نقدینگی در حساب‌های بلندمدت هستیم که معمولا صاحبان آنها این پول را در کوتاهمدت به‌طور کامل وارد چرخه خرید نمی‌کنند پس با افزایش تورم در مواد اولیه و ارز روبه‌رو بیم ولی با حجم بسیار کمتری این نقدینگی باعث خرید بیشتر محصولاتمان می‌شود. پس با افزایش نقدینگی در جامعه به‌جای اینکه شرکت‌ها به نقدینگی بیشتر دسترسی یابند به دلایل گفته شده، با کمال تعجب به نقدینگی بیشتر نیاز دارند! به‌نظر می‌رسد ما نیاز به برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک و هوشمند منابع مالی داریم تا از نابسامانی محیطی تکرار شونده که همان افزایش مداوم نقدینگی است در دچه اول زیان نکنیم و در صورت امکان سود هم ببریم و به راهکارهای عملی برای رویارویی با رشد پایه‌پولی و افزایش نقدینگی برسیم. در این مقاله مایلیم به مطالبی بپردازیم که شاید در مدیریت شرکت‌ها در ایران کمتر به آن پرداخته شده و به‌نظر می‌رسد بسیاری از مدیران در شرکت‌های کوچک و متوسط کمتر بدان توجه دارند ولی با بنچمارک از صنایع کوچک و متوسط در کلاس جهانی این موضوع نقش تعیین‌کننده‌ای به خود می‌گیرد و نه‌تنها یک نیاز است بلکه به‌نظر می‌رسد به یک «باید» تبدیل شده است: این مهم، مدیریت سرمایه‌گذاری است. اما چاره چیست؟ به‌نظر می‌رسد ما باید به‌صورت هوشمندانه و دائمی متغیرهای بازار و شرایط بیرونی را پایش و منابع مالی داخل شرکت را بهینه کنیم. در شرکت برای برنامه‌ریزی و مدیریت نقدینگی ما سه ابزار در دست داریم: اول مدیریت وجوه نقد، دوم مدیریت مواد اولیه و سوم مدیریت سرمایه‌گذاری.

اما چگونه محیط بیرون را تحلیل کنیم و چه استراتژی و برنامه درون‌سازمانی داشته باشیم؟ در بیرون باید به‌دنبال رصد دائمی پارامترهای تاثیرگذار بر روی منابع مالی‌مان و ریسک‌های سیستماتیک مانند تحریم، تورم مواد اولیه، تورم کالا و خدمات، همچنین توجه به برابری نرخ ارز باشیم و در درون شرکت با رصد مستمر مدیریت نقدینگی توسط ابزارهایی که در اختیار داریم مانند گزارش‌های مالی نظیر ترازنامه، صورت گردش وجوه نقد، صورت سود و زیان و به‌روز نگهداشتن آنها تصمیمات به‌هنگام و صحیحی بگیریم.

در اولین قدم با بیرون‌داد این صورت‌های مالی باید نسبت جاری و مهم‌تر از آن نسبت آنی را به‌صورت دائمی رصد کنیم. نسبت آنی شرکت یعنی نسبت دارایی‌هایی که به سرعت نقد می‌شوند (مثل وجوه نقد، مطالبات با نقدشوندگی کمتر از یکسال و در کل دارایی‌هایی که به‌صورت آنی می‌توان آنها را نقد کرد) به بدهی‌های جاری (یعنی بدهی‌های با سررسید کمتر از یکسال). این نسبت همواره باید بالاتر از ۱/۵ باشد یعنی به ازای هر یک ریال بدهی یک ونیم ریال دارایی جاری به سرعت نقدشونده داشته باشیم، اگر نسبت کمتر از یک باشد یعنی در پرداخت بدهی‌های جاری دچار مشکل می‌شویم و احتمالا باید با تامین مالی کنیم و سود آینده را اگر وجود داشته باشد، پیش‌خور کنیم و اگر نسبت بالاتر از ۲ داشته باشیم یعنی یا نتوانسته‌ایم مطالباتمان را وصول کنیم یا احتمالا نتوانسته‌ایم نقدینگی موجود را به‌صورت پویا مدیریت کنیم و به موجودی کالا یا سرمایه‌گذاری تبدیل کنیم که هر دو یک مفهوم دارد: مدیریت ناکارآمد. مدیریت باید به‌صورت مستمر منابع موجود در سبد دارایی‌های جاری وسریع نقدشونده خود را بهینه کند، یعنی بررسی و برآورد کند که در دارایی‌های جاری چه میزان سهم وجوه نقد ریالی، چه میزان سهم وجوه ارزی، چه میزان سهم موجودی کالا و مواد اولیه و چه میزان سهم سرمایه‌گذاری است تا نسبت به تهدیدهای بیرونی بتواند پاسخ مناسب دهد. سازمان باید به سطحی از هوشمندی و پویایی برسد تا بتواند ترکیب بهینه‌ای از این ۳ متغیر، یعنی وجوه نقد، متریال و سرمایه‌گذاری را بوجود آورد. این فرآیند باید به‌صورت مداوم مواد اولیه و لوازم‌تاری، تجهیزات و ... به وجوه ارزی نیاز داریم، که با توجه به گزارش‌های مالی و برنامه‌ریزی سالانه باید موجودی وجوه نقد را به‌صورت بهینه مابین وجوه ریالی و ارزی تقسیم کرد. در خصوص مدیریت مواد اولیه باید قبل از فروش محصولات، موجودی مواد اولیه را تهیه کرده باشند یا حداکثر به محض فروش کالا، مواد اولیه را خریداری کنند. در خصوص فرآیند سرمایه‌گذاری که به‌نظر می‌رسد حلقه مفقوده در مدیریت شرکت‌هاست باید توجه بیشتری معطوف شود: به‌نظر می‌رسد شرکت‌های متوسط و کوچک در هر قلمرای برای رشد و توسعه و شاید حتی برای ماندن در وضعیت موجود، ناچارند از حوزه آسایش سنتی خود بیرون آیند و فرآیندهای مستمری از قبیل بین‌المللی شدن، سازمان یادگیرنده‌شدن و الکترونیک‌شدن را در همه حوزه‌ها بویژه در مبحث سرمایه‌گذاری انجام دهند. منظور از بین‌المللی‌شدن فقط این نیست که شرکتی محصولاتش را صادر کند یا واردات مواد اولیه و تجهیزات را مستقیم انجام دهد، بلکه مهم‌تر این است که مدیران سازمان با ادبیات جهانی‌شدن آشنا شوند و به‌عنوان اولین قدم در این راه باید سرمایه‌گذاری بین‌المللی را فرا گیرند. مدیران باید سرمایه‌گذاری را بدانند و بتوانند: چه سرمایه‌گذاری داخلی و چه خارجی، باید فرا گیرند که چه سرمایه‌گذاری بهتر است و چگونه باید آنرا انجام دهند، باید دانش خود را در این زمینه بالا ببرند. سرمایه‌گذاری از جمله مواردی است که نمی‌شود آن را بروز سپاری کرد، می‌توان مشاور مالی و سرمایه‌گذاری داشت و آموزش دید ولی مسئولیت و حرکت به سمت سرمایه‌گذاری مشخصا باید توسط خود مدیران شرکت‌ها انجام شود. مدیریت سرمایه‌گذاری باید به‌نحوی انجام گیرد تا در جهت کاهش ریسک، نقدشوندگی بالا و سودآوری بروز کند. برای جمع‌بندی باید به این نکته اشاره کنم که گاهی فقط با دوراندیشی برنامه‌ریزی یاد گیرنده‌بودن، می‌تواند معادلات را به سود سازمان خود تغییر دهیم و نیازی به انجام کارهای بزرگ و سناریوهای پیچیده وجود ندارد و تنها مدیران باید به این نکته توجه کنند که یادگیرنده باشند و با تغییرات کوچک اما مستمر همواره خود و سازمان را بهنگام سازند.

امیرعباس کهتریان

از ابتدای امسال تاکنون:

بیش از ۸۰۰۰ حریق و حادثه در کرج گزارش شده است

رئیس سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری کرج گفت: از ابتدای سال تا کنون چهار و ۴۴۷ مورد حریق و چهار هزار و ۶۲ مورد حادثه گزارش شده است.

به گزارش پیام آشنا، عباس وحیدی در حاشیه بازدید رئیس کمیسیون تلفیق و رئیس کمیسیون برنامه و بودجه حقوقی و املاک شورای شهر کرج از واحدهای مختلف سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری کرج اظهار کرد: سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری کرج با ۳۳ ایستگاه به شهروندانی که دچار حادثه و یا حریق می شوند خدمات لازم را ارائه می دهد. وی ادامه داد: البته نیروهای این سازمان علاوه بر امدادرسانی به شهروندان کرجی، در مناطق همجوار و بخشی از آزاد راه تهران - کرج - قزوین نیز فعالیت دارند. وی با تاکید بر ضرورت فرهنگسازی در خصوص خدمات این سازمان اظهار کرد: لازم است صداوسیما و رسانه‌های استان در امر فرهنگسازی و آگاه‌سازی شهروندان اقدامات لازم را صورت دهند تا بتوانیم با پیشگیری از وقوع حوادث، میزان خسارت جانی و مالی شهروندان را کاهش دهیم. او با اشاره به بخشی از خدمات ارائه شده توسط نیروهای این سازمان در سال جاری اظهار کرد: از ابتدای سال تا کنون چهارو ۴۴۷ مورد حریق و چهار هزار و ۶۲ مورد حادثه گزارش شده است.

گزارش اختصاصی

رئیس سازمان نظام مهندسی ساختمان البرز در پاسخ به اعتراض ناظران:

سازمان نظام مهندسی ساختمان البرز پول مهندسان را بلوکه نکرده است

پرداخت باقیمانده‌ی حق‌الزحمه منوط به دریافت جدول درصد تفکیکی

هفته‌ی گذشته جمعی از مهندسان ناظر ساختمانی مقابل سازمان نظام مهندسی ساختمان البرز حضور یافتند و از تأخیر در پرداخت مبالغ حق نظارت گلایه کردند.

به گزارش پیام آشنا ماجرا از این قرار است که مهندسان به روند واریز حق نظارت به آن‌ها که در جریان ساخت‌وساز از مالکان دریافت و به حساب سازمان نظام مهندسی واریز می‌شود اعتراض دارند و با توجه به تاثیر کرونا بر وضعیت اقتصادی کنونی، این تاخیر در واریز را معتادار و بدون دلیل موجه می‌دانند و خواستار ورود نهادهای نظارتی هستند.

مهندسان ناظر در اعتراض خود، به مواردی مانند اعلام جدول تفکیکی تعرفه‌ی سال ۹۹ جهت ارائه‌ی خدمات مهندسی چهار رشته‌ی هر مبنایی، اصلاح نحوه پرداخت دستمزد نظارت مهندسان بدون رسوب پول در حساب سازمان نظام مهندسی ساختمان استان البرز و توجه به مقتضیات زمان و واریز مبالغ مهندسان به حساب‌های واسطه به‌نام ایشان اشاره کردهاند.

رئیس سازمان نظام مهندسی البرز در گفت‌وگو با پیام آشنا در پاسخ به اعتراض مهندسان می‌گوید: «سازمان نظام مهندسی ساختمان البرز موظف به پرداخت حق‌الزحمه‌ی مهندسان طبق ضوابط قانونی بوده و منتظر ابلاغ درصد تفکیک بین رشته‌ای از سوی وزارت راه‌وشهرسازی هستیم.»

مهندس شهروز قنبری با بیان اینکه تاکنون در دو نوبت درصد بالایی از کل مبلغ به حساب مهندسان ناظر واریز شده، ادامه می‌دهد: «درصد انتهایی کل مبلغ هنوز که پرداخت نشده منوط به ابلاغیه و جدول درصد تفکیک بین رشته از سوی وزارت راه و شهرسازی است. برای روشن شدن موضوع، مکاتبه‌ی رسمی با این نهاد صورت گرفته است تا در این زمینه هرچه سریع‌تر نسبت به ارائه‌ی جدول مذکور اقدام شود»

رئیس سازمان نظام مهندسی ساختمان البرز با بیان اینکه هیچ اقدام خلاف قانونی در خصوص پرداخت حق‌الزحمه‌ی مهندسان ناظر صورت نگرفته است می‌گوید: «این طور نیست که ما باقی‌مانده‌ی پول را به عمد در حساب سازمان نگه داشته باشیم بلکه هر پرداختی در سازمان بر اساس رول و رویه‌ی قانونی صورت می‌گیرد و ما در صدد هستیم این موضوع در اسرع‌وقت تعیین تکلیف شود»

قنبری در پایان با تأکید بر اینکه حمایت از مهندسان ناظرِ عضو سازمان همیشه از مهمترین اهداف سازمان بوده است ادامه می‌دهد: «به محض دریافت جدول درصد تفکیکی از سوی وزارت راه و شهرسازی پرداخت‌ها طبق رول قانونی ابلاغی انجام خواهد شد.»

بنداجرا نشده بسته نوسازی در تهران

مدیرعامل سازمان نوسازی شهر تهران اعلام کرد: باوجود آنکه بیش از یکسال از مصوبه اعمال تخفیف ۵۰ درصدی هزینه خدمات مهندسی برای ساخت‌وسازهای واقع در بافت فرسوده می‌گذرد اما هنوز اقدامی در راستای اجرایی‌شدن این بند انجام نشده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، مدیرعامل سازمان نوسازی شهر تهران با بیان اینکه در سال‌های ۹۸ و ۹۹ هزینه‌ای در حدود ۳۵۰ میلیارد تومان از طرف شهرداری تهران برای تامین خدمات و ارتقای کیفیت زندگی در بافت‌های فرسوده پیش‌بینی‌شد، گفت: طبق برنامه‌های توسعه محله که برای اجرا در ۱۶۰ محله دارای بافت در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ تدوین شده، بیش از ۵۰۰ میلیارد تومان اعتبار نیاز است و سهم دولت ۳۷۰ میلیارد تومان خواهد شد که انتظار می‌رود دولت اعتبارات لازم را تخصیص دهد تا دستگاه امکان تحقق و اجرای برنامه‌ها را در سال جاری و آینده داشته باشند.

علی اکبری با اشاره به ماده ۲۰ آیین‌نامه اجرایی بازآفرینی برای تخفیف و تقسیط حق و هزینه انشعابات آب، برق و گاز در بافت‌های فرسوده، گفت: متاسفانه با وجود گذشت ۲ سال از تصویب این آیین‌نامه در هیات وزیران هنوز امکان اجرایی شدن آن محقق نشده و درخواست از سازمان برنامه و بودجه و وزارتخانه‌های نیرو و نفت این است که راهکاری را برای تحقق این موضوع در سال ۱۴۰۰ پیش‌بینی کنند تا متقاضیان ساخت‌وساز در بافت‌های فرسوده بتوانند از این امکان استفاده کنند. دبیر ستاد بازآفرینی پایدار کلان‌شهر تهران به تبصره ۲ ماده ۱۶ قانون مدیریت بحران مبنی بر پیش‌بینی و پرداخت مجموعه مشوق‌هایی برای مقاوم‌سازی املاک اشاره کرد و گفت: هم اکنون تسهیلات صرفا برای تخریب و نوسازی اعطا می‌شود و درخواست از وزارت کشور و وزارت راه‌وشهرسازی این است که با توجه به اینکه مطابق قانون امکان ارائه تسهیلات برای مقاوم‌سازی نیز فراهم شده، نسبتی از تسهیلات به‌عنوان تسهیلات مقاوم‌سازی به متقاضیان پرداخت شود. علی اکبری در ادامه از بانک‌مرکزی وزارت راه‌وشهرسازی درخواست کرد تا مطابق قانون مرمت و احیای بناهای تاریخی مصوب سال ۹۸، سهمی را که برای تسهیلات مرتبط با مرمت پیش‌بینی شده است، برای مرمت اینه تاریخی در نظر گیرد.

او با تاکید بر ضرورت کاهش هزینه‌های جانبی و بالاسری ساخت‌وساز در بافت‌های فرسوده عنوان کرد: یکی از این هزینه‌ها هزینه‌های مربوط به خدمات مهندسی است که با گذشت یکسال از مصوبه اعمال تخفیف ۵۰ درصدی صدور شناسنامه فنی در شورای نظام مهندسی استان، هنوز امکان اجرای آن محقق نشده است، بنابراین از سازمان نظام مهندسی ساختمان استان تهران درخواست شد تا امکان اجرای این مصوبه را فراهم کنند که این امر در جلسه به تصویب رسید.

مقاله

مدیریت دلسوزانه؛ ضروری اما ناکافی

جهان در بحران است. اقتصادها در حال از هم گسیختگی هستند. مشاغل در حال نابدید شدن هستند و روح ما در حال آزمایش شدن است. هیچ‌گاه به اندازه امروز ضروری نبوده که رهبران سازمانی سبک مدیریت سنتی خود را تجدید نمایند. در سایه این وضعیت دشوار، آنها به جای اینکه از جایگاه بهره‌وری یا کارایی مدیریت کنند، باید دلسوزی نشان دهند اما تحقیقات نشان می‌دهند دلسوزی به تنهایی کافی نیست.

قبل از پاندمی کووید-۱۹، بهترین رهبران کسب‌وکار به شما می‌گفتند که مدیریت و رهبری سازمانی خوب یعنی همیشه حضور داشتن و در دسترس بودن اما اتفاق‌های ۲۰۲۰ همه چیز را تغییر داد؛ از جمله روش گاز کردن و هدایت کردن کارکنان. در دنیای فاصله‌گذاری اجتماعی، افسردگی ناشی از بیکاری، ناآرامی‌های سیاسی و مدنی، از نیویورک گرفته تا بارسلون و هنگ‌کنگ- معنی رهبری سازمانی دستخوش تغییر بسیار متفاوت شده است. این اتفاق‌ها باعث شده حس کنیم جهانی که می‌شناسیم در حال متزلزل شدن است. اکنون بیش از هر زمان دیگری، لازم است که رهبران دلسوزی نشان دهند تا اینکه اثرگذار باشند. به‌عنوان یک رهبر سازمان، تمرکز شما ممکن است بر اقدامات عملی و مالی باشد؛ تا اطمینان یابید که سازمان در این بحران دوام می‌آورد. اما نادیده گرفتن مهارت‌های نرم، می‌تواند در این مدت به سازمان شما لطمه بزند. در واقع مطالعات، ارتباطاتی بین رهبری سازمانی دلسوزانه و رشد فروش و افزایش بهره‌وری پیدا کرده‌اند.

شفقت، در واقع کیفیت داشتن حسن‌نیت و نگرانی واقعی برای دیگران است. شفقت در رهبری سازمانی، ارتباطات قوی‌تری بین افراد ایجاد می‌کند، همکاری را بهبود می‌بخشد، سطح اعتماد را افزایش می‌دهد و حس وفاداری را بیشتر می‌کند. به علاوه، تحقیقات نشان داده که مدیران مهربان در مقایسه با دیگران قوی‌تر و با صلاحیت‌تر دیده می‌شوند و آگاهی بیشتری در زمینه اهمیت دادن به رفاه افراد پیدا می‌کنند. حتی مهم‌تر از آن، رهبران سازمانی جهانی، در مورد چگونگی اجرای رهبری دلسوزانه آموزش دیده‌اند. در این آموزش‌ها، ما یکی از مولفه‌های مهم رهبری سازمانی دلسوزانه را کشف کرده‌ایم؛ چیزی که اکثر کارشناسان آن را نادیده می‌گیرند. دلسوزی به تنهایی کافی نیست. برای یک رهبر سازمانی تاثیرگذار، دلسوزی باید با خرد همراه باشد. منظور ما از خرد، صلاحیت رهبری کردن در سازمان، داشتن درک عمیق از آنچه به کارکنان انگیزه می‌دهد و نحوه مدیریت آنها برای تحقق اولویت‌های توافق شده است. رهبری سازمان کار سختی است. برای اثربخشی، معمولا به فشار آوردن برای تحقق برنامه‌ها، دادن بازخوردهای سخت و واقعی، تصمیم‌گیری‌های مشکل که باعث ناهمیدی افراد می‌شود و در برخی موارد تعدیل نیرو، نیاز است. دلسوزی در رهبری سازمانی، نمی‌تواند به بهای عقل‌گرایی و اثربخشی باشد. شما به هر دوی آنها نیاز دارید. رهبری دلسوزانه خردمندانه در سازمان، به معنی توانایی انجام کارهای سخت به روش انسانی است.

ماتریس رهبری دلسوزانه خردمندانه

مهم است که درک کنیم این سبک‌ها با شیوه‌های رهبری سازمانی لزوما نشان‌دهنده ویژگی‌های ثابت و سرسخت یک مدیر یا رهبر سازمان نیستند بلکه در اغلب موارد، نشان‌دهنده روحیه یا طرز فکر یا زمینه خاصی هستند که یک رهبر سازمان در آن فعالیت می‌کند.

روش‌های عملی برای پروش دلسوزی خردمندانه

● یک روش شفقت ورزانه اتخاذ کنید. دلسوزی یک مهارت قابل تمرین است. مغز ما دارای یک سطح بایونگرفتنی از انعطاف عصبی است که به آن معناست که حالت‌های ذهنی ایجاد شده می‌توانند قوی‌تر و برجسته‌تر شوند

اگر دلسوزی شما زیاد است، ولی می‌خواهید خرد خود را افزایش دهید، در اینجا چند راهکار مفید وجود دارد:

● شفاقیت صریح را تمرین کنید به‌عنوان یک رهبر سازمانی، مسئولیت‌ما این است که راهنمایی مورد نیاز را به دیگران ارائه دهیم. حتی اگر شنیدن آن برای آنها مشکل باشد. وقتی یکی از اعضای تیم کم کاری می‌کند صریح باشید و به او بگویید چه کاری انجام شده. اگر در تلاش برای مهربان بودن، نگرانی‌های خود را پنهان کنید، مردم نه انتظارات را درک می‌کنند و نه از خرد شما بهره‌مند می‌شوند به همین خاطر، کتمان انتقادات سخت مهربانانه نیست، بلکه گمراه‌کننده است. در واقع، این صریح بودن است که مهربانانه است. روشن و شفاف باشید.

● حداقل یک تعامل مستقیم در روز داشته باشید. اگر تمایل طبیعی شما بیشتر به سمت ترحم معطوف است، واقعیت این است که مهربان بودن، منطقه امن شما است. برای بهبود خردورزی خود، سعی کنید این عادت را در خود ایجاد کنید که روزانه حداقل یک تعامل مستقیم و قاطعانه با یک شخص داشته باشید این کار به شما کمک می‌کند تا از منطقه امن و راحت خارج خارج شوید و خرد رهبری خود را بهتر توسعه دهید.

● بطور روزانه، آگاهی ذهنی را تمرین کنید. تحقیقات نشان می‌دهند هر وقت آگاهی ذهنی را تمرین می‌کنیم، خرد و توانایی بهتری برای رهبری سازمان بدست می‌آوریم.

روزها، هفته‌ها و ماه‌های سختی پیش‌روی ما هستند. ذهنیت دلسوزانه خردمندانه، موثرترین و انسانی‌ترین راه برای حمایت از مردم در این دوران سخت است. همین طور که به‌طور مشترک با چالش‌ها روبه‌رو می‌شویم، باید تصمیمات سختی نیز اتخاذ کنیم. همه ما باید تلاش کنیم تا این کارهای سخت را به روشی انسانی انجام دهیم.

مترجم: رویا مرسلی

گردشگری

غیبت ایران در رقابت توریستی ۲۰۲۲

جام‌جهانی ۲۰۲۲ قطر فرصت مناسبی را برای جذب هفدهمند تماشاگران فوتبال از سراسر جهان به ایران فراهم می‌کند تا ضمن معرفی جاذبه‌های گردشگری ایران به جامعه جهانی، ایران را به یکی از مقاصد هدف برای انتخاب گردشگران بین‌المللی تبدیل کند اما به‌دلیل غیبت متولی توریسم در این مورد بیشتر شکل فرصت‌سوزی به خود گرفت و دیگر کشورهای اطراف قطر از دو تا سه سال گذشته درصدد آمادگی برای جذب گردشگران جام‌جهانی قطر برآمدند، اما با این حال با وجود محرز بودن باخت در رقابت توریستی ۲۰۲۲، در این مدت کوتاه می‌توان برای سهم بردن از حداقل میزان مسافران جام‌جهانی به نفع بازار گردشگری خود فرصت‌سازی کرد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، برگزاری مسابقات ورزشی در سطح جهانی همچون جام‌جهانی فوتبال و المپیک معمولا میلیون‌ها نفر از سراسر جهان را به کشور برگزارکننده می‌کشاند و این فرصتی برای رشد و توسعه بازار گردشگری در کشورهای برگزارکننده ایجاد می‌کند. رویدادهای مهم ورزشی مانند جام‌جهانی، با افزایش سرمایه‌گذاری و افزایش گردشگری، می‌توانند یک تجارت بزرگ برای یک کشور به‌شمار آید. جام‌جهانی یکی از مهم‌ترین رویدادهای جهانی است که نه تنها در اقتصاد کشور میزبان تاثیرگذار است بلکه امکان توسعه و رونق بازار گردشگری برای کشورهای اطراف را نیز فراهم می‌کند. براساس آمارهای ارائه شده در سال ۲۰۰۶ تنها گردشگری آلمان از برگزاری جام‌جهانی بهره‌مند نشد، بلکه کشورهای همسایه آلمان نیز به‌دلیل همکاری و مشارکت با این کشور توانستند در زمینه جذب گردشگر موفق شوند. برگزاری جام‌جهانی ۲۰۲۲ قطر نیز فرصتی را برای سیاستمداران ایران فراهم کرده تا با همکاری با قطر و ایجاد روابط دیپلماتیک زمینه مشارکت در جذب گردشگران را برای خود ایجاد کند.

قطر به‌عنوان نخستین کشور خاورمیانه‌ای در طول تاریخ ۹۲ ساله تورنمنت جهانی فوتبال میزبان جام‌جهانی فوتبال ۲۰۲۲ خواهد بود و در این مسابقات ۳۲ کشور از پنج قاره جهان به مدت ۲۸ روز به این کشور سفر خواهند کرد. این امر منجر به ورود گردشگران خارجی از تمامی نقاط جهان به قطر خواهد شد که علاوه بر رونق و توسعه بازار گردشگری و اشتغال این کشور بر اقتصاد و افزایش تولید ناخالص داخلی قطر نیز تاثیرگذار خواهد بود و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۲ با برگزاری مسابقات جام‌جهانی فوتبال در این کشور تولید ناخالص داخلی قطر با رشد ۳ درصدی فقط از این کشور تولید ناخالص داخلی قطر با رشد ۳ درصدی قطر را برآورد حاکی از آن است که صدها هزار توریست خارجی برای تماشای مسابقات فوتبال به قطر سفر خواهند کرد که با توجه به وسعت کم این کشور احتمال استفاده از خدمات گردشگری همچون هتل‌ها، وسایل حمل‌ونقل و خدمات رفاهی تفریحی کشورهای همسایه برای مزیتی از گردشگران ورزشی جام‌جهانی وجود خواهد داشت. اگرچه قطر برای میزبانی جام‌جهانی فوتبال سرمایه‌گذاری‌های کلانی با رقم حدود ۲۰۰ میلیارد دلاری داشته و حدود ۷۰ هزار تخت جهت پذیرش مسافران خارجی فراهم می‌کند و حتی از کشتی‌های کروز و خانه‌های بلااستفاده برای این امر بهره‌گیری خواهد کرد، اما با این وجود هزاران تخت باید از کشورهای همسایه مورد استفاده قرار بگیرد. ایران به‌دلیل همسایگی با قطر و داشتن روابط دیپلماتیک و دوستانه با این کشور می‌تواند امکان فرصت‌سازی جهت جذب گردشگران فوتبال را به‌دست آورد. مناطق آزاد کیش و قشم هم به‌لحاظ نزدیکی و هم شرایط آب و هوایی یکسان با قطر گزینه مناسبی برای پذیرش گردشگران خارجی به‌شمار می‌آیند و همچنین باتوجه به اینکه جام‌جهانی ۲۰۲۲ به‌دلیل گرمای شدید قطر در تابستان در نوامبر و دسامبر ۲۰۲۲ در فصل پاییز برگزار خواهد شد و همچنین شرایط خاص سفر به قطر به‌عنوان یک کشور مسلمان امکان سفرهای خانوادگی را افزایش می‌دهد، علاقه‌مندی به سفر به دیگر کشورهای منطقه همچون ایران افزایش می‌یابد. متولی گردشگری ایران با برگزاری یک کارگروه درحال نوشته‌مریزی جهت جذب هفدهمند گردشگران جام‌جهانی ۲۰۲۲ قطر است، اما باتوجه به در رقابت اقتصادی و تنش‌های سیاسی موجود در این فرصت کم‌موفقیت چندانی در جذب گردشگران فوتبال به‌دست نخواهد آمد اما با این حال جهت جبران غیبت در این رقابت توریستی می‌توان سهمی حداقلی در جذب گردشگر خارجی را به‌دست آورد.

گرفتن امتیاز برگزاری مسابقات جام‌جهانی فوتبال و المپیک برای یک کشور تاثیر مستقیم و مهمی در توسعه بازار گردشگری و رونق اقتصادی این کشور خواهد گذاشت و کشورهای میزبان جهت ایجاد یک مقصد مناسب برای گردشگری نه فقط برای دوران مسابقات ورزشی بلکه برای چشم‌اندازی از آینده گردشگری خود اقدام به سرمایه‌گذاری‌های کلان و توسعه زیرساخت‌ها در تمامی ابعاد حوزه گردشگری همچون هتل‌ها، حمل‌ونقل، ایجاد مراکز تفریحی و تجاری، رستوران‌ها و دیگر موارد خواهند کرد. ایجاد جذابیت‌های تفریحی برای مسافران خارجی جام‌جهانی در کشور میزبان علاوه بر جذب گردشگر در برهه زمانی برگزاری مسابقات منجر به جذب گردشگر در سال‌های آتی خواهد شد.

میزبانی آلمان در جام‌جهانی ۲۰۰۶ منجر به افزایش ۹ درصدی ورود گردشگران به این کشور شد و آلمان در سال ۲۰۰۵ پذیرای حدود ۲۱ میلیون گردشگر خارجی بوده است که با برگزاری جام‌جهانی فوتبال در سال ۲۰۰۶ در این کشور، این رقم نزدیک به ۲۴ میلیون نفر رسید که درآمد حاصل از گردشگری در این کشور با رشد ۱۲ درصدی همراه شد. جام‌جهانی فوتبال ۲۰۱۰ نیز فرصتی برای رشد بازار گردشگری آفریقای جنوبی فراهم کرد که بیش از ۳۰۰ هزار گردشگر خارجی برای تماشای مسابقات فوتبال به این کشور سفر کردند و در این مدت حدود ۳/۶ میلیارد دلار کسب درآمد کرده است.

آفریقای جنوبی که در سال ۲۰۰۹ حدود ۷ میلیون گردشگر خارجی به این کشور سفر کردند در سال ۲۰۱۰ با برگزاری جام‌جهانی این رقم به ۸ میلیون نفر رسید که تا به امروز این روند صعودی ادامه داشته است. این موفقیت منجر به تبدیل شدن آفریقای جنوبی به یکی از مقاصد مهم گردشگری در آفریقا شد. باتوجه به تغییرات بازار گردشگری آفریقای جنوبی در سال ۲۰۱۰ تعداد گردشگران خارجی این کشور در سال ۲۰۱۱ با افزایش ۳/۳ درصدی همراه شد و همچنین تولید ناخالص داخلی آن رشد ۱۱ درصدی داشته است و بیش از ۷۰۰ هزار شغل دائم در این عرصه افزوده شد. همچنین برزیل در جام‌جهانی ۲۰۱۴ پذیرای حدود ۹۰۰ هزار گردشگر خارجی بوده است که درآمد حاصل از ورود گردشگران خارجی در این زمان حدود ۴/۴ میلیارد دلار بوده است که تعداد کل گردشگران خارجی به این کشور ۶/۴ میلیون نفر و درآمد حاصل از گردشگری در این سال حدود ۷ ۶ میلیارد دلار بوده است. این درحالی است که در سال ۲۰۱۳ تعداد گردشگران ورودی به برزیل ۵/۸ میلیون نفر بوده است. البته برزیل به‌دلیل فسادهای مالی و اقتصادی گسترده پس از جام‌جهانی موفقیت چندانی در توسعه بازار گردشگری و افزایش جذب توریست نداشته است.