کسب و کار

بازیابی در عصر پساکرونا با رهبری سازمانی کوانتومی

پیش از همه‌گیری جهانی ایجاب می‌کرد مدل‌های رهبری سازمانی مورد تجدیدنظر قرار گیرند. دنیای کار که توسط الگوی قدیم نیوتنی مدیریت می‌شدند مردم و سازمان‌ها را مانند ماشین (مجموعه‌ای از قطعات گسسته) در نظر می‌گرفتند که قادر به کار با ثبات، قطعیت قابل کنترل و قابل پیش‌بینی بودند که به نظر می‌رسید برای اهداف نامناسب باشند. این الگو تا حد زیادی مسئول بسیاری از مشکلات سازمان‌ها از جمله سطح پایین مشارکت، بهره‌وری، عملکرد، نوآوری و سود پایین است.

نامناسب بودن این رویکرد قدیمی برای مدیریت و سازمان‌های پیشرو با همه‌گیری افزایش پیدا کرده است، به‌طوری که ما به یک عصر کوانتومی سوق داده شدیم که نیازمند جهش، چابکی، سازگاری و شجاعت است تا تصمیمات جسورانه‌ای برای بقا و رشد در این دنیای بی‌ثبات و غیرقابل پیش‌بینی اتخاذ کنیم. در عصر کوانتوم، این دنیای پیچیده و آشفته در اطراف ما، درون سازمان‌ها و همچنین بدن و ذهن ما است.

الگوی کوانتومی به نوع جدیدی از رهبری نیاز دارد، بسیاری از رهبران نیاز دارند خودشان از نو اختراع کنند. فکر کنند. انجام خود و در یک مسیر جدید قرار گیرند. رهبران کوانتومی می‌دانند چگونه با ایجاد فرهنگ‌های مراقبتی و مشارکتی، خلاقیت را در زمان عدم‌اطمینان و بی‌ثباتی پرورش دهند. آنها می‌توانند بسیاری از پیامدهای احتمالی یک وضعیت را پیش‌بینی کنند و گزینه‌های مختلف را با ورود گسترده دیگران بررسی کنند. آنها شبکه‌های بهم پیوسته را ایجاد می‌کنند، همکاری را تقویت می‌کنند و به‌جای موقعیت رسمی در سلسله‌مراتب سازمانی، خودمختاری را برای تصمیم‌گیری کارکنان فراهم می‌کنند.

رهبران کوانتومی می‌توانند چشم‌اندازهای متفاوتی در باره واقعیت داشته باشند. آنها قادرند تا کنترل و فرماندهی را با آگاهی حسی بیشتر از هر وضعیتی جایگزین کنند که می‌تواند پتانسیل خلاقیت را از نبود اطمینان رها کند. این رهبران با سر و قلب خود هدایت می‌کنند.

برای بسیاری، این وظیفه شهودی است و بدیهی است که چالش در درک چگونگی تاثیر هر رفتار ما در این تغییر نهفته است. همه رهبران از خود آگاهی لازم برخوردار نیستند. بنابراین چه نوع سبک رهبری و فرهنگ سازمانی برای شیوه‌های جدید کار در جهان پس از همه‌گیری مورد نیاز است؟ چه مقادیری از فرآیند بازیابی را هدایت می‌کند؟ و ما چگونه چابکی و انعطاف‌پذیری را برای رشد در عدم‌اطمینان ایجاد کنیم؟ رهبران سنتی و بوروکراتیک پاسخ این سوالات را پیدا نمی‌کنند مگر اینکه استراتژی‌های رهبری خود را تغییر دهند که جهان تغییر کرده است و آنها نیز باید تغییر کنند. نگرش‌های تحقیقات و اقدامات پیش از همه‌گیری و همچنین آخرین تحقیقات برای کمک به هدایت رهبران در دنیای جدید، پاسخ‌هایی به این سوالات ارائه می‌کند برای اینکه رهبران بتوانند با موفقیت سبک رهبری خود را به سبک مربوط به دنیای کوانتوم جدید تغییر دهند، به یک طرح اولیه نیاز دارند. این مدل جدید برای رهبری کوانتومی طرحی برای رهبری سازمانی در یک جهان پس از دوره همه‌گیری است که براساس بیش از ۲۵ سال تحقیق بین‌رشته‌ای در زمینه‌های علوم رفتاری، علوم رایانه، اقتصاد، علوم اعصاب و... انجام شده و با تحقیقات جدیدی که طی همه‌گیری در سال ۲۰۲۰ انجام شده به‌دست آمده است.

این مقاله چهار مورد از این زمینه‌های اصلی شامل شفافیت، صراحت، آرامش و دلسوزی را بیان می‌کند.

* **شفافیت:** شفافیت نه تنها پیام بلکه باید ارزش‌ها و هدف را نیز به‌روشنی بیان کند. رهبران باید بر سند سازمان به کجا می‌رود و هدف بالاتر این سازمان چیست؟ چگونه می‌توانیم به دنیا خدمت کنیم؟ مهم این است که از تصویر بزرگ‌تر و پیدا کردن معنا در هر چیز مرئی آگاهی داشته باشیم. سازمان مناسب کجای این دنیای جدید است و چه استراتژی‌هایی سبب موفقیت آن خواهد شد؟ هر رهبر باید ببیند چگونه می‌تواند سازمان خود را به یک نیروی خوب در جامعه جدید تبدیل کند. جهان‌بینی کوانتومی بر معنا و مفهوم هدف متمرکز است.

* **صراحت:** رهبران سازمانی باید صداقت، صراحت و امانتداری را به همه افراد سازمان نشان دهند. در عصر رسانه‌های اجتماعی اصالت می‌تواند به سهولت آشکار شود، بنابراین شفافیت نیاز دارد تا اصالت را مورد توجه قرار دهد. اگر رهبر سازمانی آنچه را که بیان می‌کند عمل کند دیگران از او الهام خواهند گرفت. صراحت ایمنی روانی ایجاد می‌کند که تاثیر مثبتی بر عملکرد، مشارکت و سود خواهد داشت.

* **آرامش:** دور شدن از ترس و نگرانی حیاتی است. آرامش فراتر از امواج است و می‌تواند هوش عاطفی و همچنین هوش اجتماعی را تحت تاثیر قرار دهد که بر افراد پیرامون رهبران تاثیر می‌گذارد. تحقیقات نشان داده‌اند وقتی رهبران هوش هیجانی- اجتماعی را ابراز می‌کنند آنها ماهیت ذهنی افراد پیرامون آنها را تحت‌تاثیر قرار می‌دهند. ما به عنوان یک انسان با بازتاب نرون (سلول‌های مغزی) خود، احساسات و خلق و خوی افراد اطرافمان را می‌گیریم و از آنها تقلید می‌کنیم. هنگامی که رهبران سازمانی در لحظات بحرانی آرامش خود را حفظ می‌کنند، این شجاعت آنها را القا می‌کند و سبب ایجاد احساس آرامش در کارکنان می‌شود.

* **دلسوزی:** رهبری انسانی و کوانتومی یک مزیت رقابتی جدید ارائه می‌دهد. رهبران سازمانی که رهبری آمرانه را به کار می‌گیرند مانند الگوهای قدیمی منسوخ خواهند شد. شرکت‌ها بدون رهبری انسانی که بیانگر همدلی، مهربانی و عشق باشد زنده نخواهند ماند. در دنیای پساهمه‌گیری رهبران سازمانی که نسبت به سازمان دلسوزی واقعی نشان می‌دهند، پیشرفت خواهند کرد، آنها با سبک رهبری خود انرژی مثبت و ایمنی روانی را برای همه کارمندان ایجاد می‌کنند. رقابت کننده تیم رهبری کوانتومی اثر موجی دارد، ابتدا توسط رهبران و سپس به‌طور گسترده احساس می‌شود. این می‌تواند هم از طریق بررسی‌های تعامل کارکنان و هم در سطح علوم اعصاب نشان داده شود. رفتار و عواطف ما برای اطرافیان مسری است. اگر ما درمان نسبتا خوب، ارتباطات شفاف و رفاه کارکنان را در اولویت قرار دهیم، فرهنگ سالمی را می‌سازیم که به یک دارایی تجاری قدرتمند تبدیل می‌شود. اگر ما کاهش هزینه‌ها، غفلت از افراد و اهداف کوتاه‌مدت را در اولویت قرار دهیم، در این صورت تعهد کاهش پیدا می‌کند و به‌طور بالقوه هرگونه بهره‌وری را به‌خطر می‌اندازد. اکنون زمان آن فرارسیده است که مسیر بهبودی را تجربه کنیم و رهبران سازمان حق انتخاب دارند: ادامه استفاده از رویکردهای رهبری منسوخ برای تعیین عملکرد، کاهش هزینه‌ها و غفلت از افراد یا استفاده از این فرصت برای ایجاد یک سازمان الهام‌بخش با رهبری کوانتومی انسانی.

مترجم: مرتضی ایراندوست

سازمان مدیریت پسماند اعلام کرد؛

افزایش پسماندهای عفونی کرج در پیک چهارم کرونا

مسئول امور جمع‌آوری پسماندهای عفونی سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج از افزایش پسماندهای عفونی در پیک چهارم کرونا خبر داد.

به گزارش پیام آشنا. مهران قربانی با اشاره به افزایش قابل‌توجه پسماندهای عفونی مراکز بهداشتی و درمانی استان البرز به‌ویژه کلان‌شهر کرج در پیک چهارم کرونا، گفت: سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج برای جمع‌آوری این قبیل پسماندها اهتمام بیشتری داشته و برنامه‌ریزی کرده است. شهرداری کرج زباله‌های عفونی ۱۳۰۰ مرکز درمانی را جمع‌آوری می‌کند.

وی تأکید کرد: این سازمان روزانه جمع‌آوری پسماندهای عفونی بیش از هزار و ۳۰۰ مرکز درمانی کوچک و بزرگ از جمله کلینیک‌های درمانگاهی، مطب‌ها و آزمایشگاه‌ها و همچنین ۱۴ بیمارستان را در دستور کار خود دارد.

مسئول امور جمع‌آوری پسماندهای عفونی سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج در ادامه افزود: با توجه به افزایش حجم تولید زباله‌های عفونی، تعداد عوامل اجرایی جمع‌آوری و خودروهای مکانیزه نیز افزایش یافته است.

قربانی اضافه کرد: پسماندهای عفونی جمع‌آوری‌شده با خودروهای مکانیزه و مجهز به مرکز تخلیه حلقه دره منتقل می‌شود و در لندفیل‌های بهداشتی جداگانه و با رعایت کامل پروتکل‌های بهداشتی دفع می‌شود.

معاون فرهنگی شهردار کرج خبر داد؛

آموزش رایگان صنایع دستی در فرهنگسرای «شریعتی»

رئیس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری کرج از ارائه آموزش رایگان صنایع‌دستی در فرهنگسرای شریعتی خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، محمدجواد کاظمینی، گفت: فرهنگسرای شریعتی به همت سازمان فرهنگی شهرداری کرج و مشارکت اداره کل میراث فرهنگی استان البرز به فعالیت‌های صنایع‌دستی اختصاص یافت و رسماً آغاز به کار کرد. وی با تأکید بر اینکه فرهنگسرای صنایع‌دستی کرج در منطقه اسلام‌آباد قرار دارد، گفت: بین فرهنگسرا با هدف تشکیل کلاس‌های آموزشی رایگان صنایع‌دستی با حضور اساتید مجرب اداره کل میراث فرهنگی استان، برای عموم شهروندان راه‌اندازی شد و هدف بلندمدت آن نیز ارائه خدمات مؤثر فرهنگی به مردم منطقه و همچنین اشتغال‌زایی و ارتقای سطح معیشت آنان خواهد بود. گفتنی است: شهروندان کرجی به‌ویژه اهالی اسلام‌آباد می‌توانند برای شرکت در دوره‌های صنایع‌دستی (مینا‌کاری، سفالگری، گلیم‌ونمدبافی، پارچه و چرم‌دوزی، عروسک دوزی و...) با حضور در محل فرهنگسرای شریعتی نسبت به ثبت‌نام رایگان کلاس‌های صنایع‌دستی اقدام کنند.

فرهنگسرای شریعتی در منطقه اسلام‌آباد، ابتدای بلوار شریعتی قرار دارد.

بازدید سرزده مدیر منطقه ۴ از دبستان ایمان

مدیر منطقه ۴ شهرداری کرج صبح روز جمعه ۱۱ تیر ماه در بازدید از مدرسه ابتدایی ایمان ضمن عرض خسته نباشید به اعضای گروه جهادی مسجد امام حسن مجتبی(ع) از نزدیک در جریان مسائل و مشکلات این مدرسه قرار گرفت.

به گزارش پیام آشنا به نقل از روابط عمومی منطقه ۴ شهرداری کرج، محمد بسلولی با حضور در مدرسه ابتدایی ایمان ضمن عرض خسته نباشید به اعضای گروه جهادی مسجد امام حسن مجتبی(ع) که در حال مرمت مدرسه بودند، گفت: مدارس به عنوان اصلی‌ترین پایگاه تعلیم، تربیت و پرورش دانش آموزان متخصص و متعهد، نقش بی بدیلی دارند.

مدیر منطقه۴ ضمن بیان این مطلب که امیدواریم باکنترل ویروس کرونا تا مهرماه سال جاری شاهد بازگشایی مدارس باشیم، گفت: زیباسازی و مسائل عمرانی مدارس سطح منطقه از اولویت های کاری این شهرداری میباشد و درصدد هستیم طبق روال سالهای گذشته با برنامه زمانبندی و منظم تا زمان شروع رسمی مدارس نسبت به آماده سازی آنها اقدامات موثری انجام گیرد.

او با تاکید بر اینکه آموزش و پرورش بسیار برای مدیریت شهری اهمیت دارد؛ گفت: هر کشوری در هر زمینه توفیقاتی داشته است از آموزش و پرورش است.

پسلولی با تاکید بر اینکه برای پیشبرد اهداف مدیریت شهری نیازمند تعامل هر چه بیشتر با آموزش و پرورش هستیم، گفت: زمانیکه اهداف شهرداری درونی نشود، به دل و در افکار نمی نشیند و اگر در توان ما باشد در این زمینه از هیچ تلاشی دریغ نخواهیم کرد.

باهدف شفافیت عملکرد؛

ارتباط شهرداری کرج با اداره کل راه و شهرسازی سیستمی می‌شود

رئیس اداره نظارت بر تدوین ضوابط و اجرای مقررات شهرسازی شهرداری کرج از ارتباط سیستمی با اداره کل راه و شهرسازی استان البرز خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، رضا بیات با اشاره به اهمیت ارتباط سیستمی شهرداری با اداره کل راه و شهرسازی استان البرز، اظهار کرد: این مهم بررسی شده است.

وی با اهمیت بهره‌برداری از سامانه‌های هوشمند الکترونیکی در ایام شیوع کرونا اشاره کرد و گفت: این مهم مورد توجه ویژه شهرداری است تا با کاهش مراجعات به پایان یافتن زنجیره کرونا کمک شود.

رئیس اداره نظارت بر تدوین ضوابط و اجرای مقررات شهرسازی شهرداری کرج اضافه کرد: از سال گذشته این اداره با همکاری سازمان فلوا ارسال و دریافت آرا، مدارک و مستندات فی‌مابین اقدام شود. بیات با اشاره به برگزاری جلسه نهایی با حضور نمایندگان معاونت شهرسازی، اداره کل راه و شهرسازی استان البرز و سازمان فلوا، گفت: مقرر شد ارتباط بین شهرداری کرج و اداره کل راه و شهرسازی استان البرز در حوزه ارسال و دریافت مدارک و مستندات کمیسیون ماده ۵، اخذ آرای کمیسیون ماده ۱۲ و اطلاعات مهندسین ناظر به‌صورت سیستمی برقرار شود.

وی بهره‌برداری از این سامانه را ضمن حذف مراجعات غیرضروری موجب افزایش امنیت مدارک و مستندات، تسریع در ارائه خدمات به ارباب‌رجوع و همچنین شفافیت عملکرد و اجرای صحیح فرآیند اداری در حضور ناظران اعلام کرد.

سرنوشت غم‌انگیز سه غول دنیای کسب و کار

در دهه‌های اخیر، هم‌افزایی و در کنار هم قرار گرفتن تکنولوژی‌های دیجیتالی مانند محاسبات ابری، کلان داده، هوش مصنوعی و اینترنت اشیا موجب شکل گیری و گسترش دگرگونی دیجیتالی در جهان شده است. بهایی که شرکت‌ها و سازمان‌ها باید به‌خاطر بی‌تفاوتی شان نسبت به تغییر استراتژیک تحولی بپردازند، بهایی گزاف خواهد بود و تجربیات تاریخی نیز این موضوع را تایید کرده است. چه بسیار شرکت‌های بزرگ و مشهوری که در دوره‌ای، شرکت‌های برتر و شماره یک صنایع مختلف بوده‌اند اما به‌واسطه ناتوانی و کم‌توجهی به تغییر و تحولات در حال وقوع به حاشیه رانده شده‌اند. شرکت‌های بلاک باستر، یاهو و بوردرز از جمله نمونه‌های بارز این ناکامی در شناخت و همگام شدن با تحولات به حساب می‌آیند و داستان‌های مربوط به ناکامی آنها می‌تواند بسیار آموزنده و عبرت‌آموز باشد.

داستان اول: شرکت بلاک باستر (**Blockbuster**) یک شرکت کرایه ویدئو و بازی‌های ویدئویی در آمریکا بود که در دهه ۱۹۹۰ در اوج موفقیت و شهرت بود به‌طوری که بیش از ۶۰ هزار کارمند داشت و درآمد سالانه‌ای معادل ۵/۹ میلیارد دلار را به ثبت رسانده بود. با این همه به‌دلیل بی‌توجهی رهبران و مدیران این شرکت به تغییر و تحولات تکنولوژیکی که در دهه ۱۹۹۰ در حال وقوع بود این شرکت خیلی زود به سراشیبی سقوط افتاد و در آستانه سال ۲۰۰۰ اعلام ورشکستگی کرد. رهبران شرکت بلاک باستر حتی به پیشنهاد شراکت با نتفلیکس نیز پاسخ منفی دادند. در سال ۲۰۰۰ شرکت نتفلیکس تصمیم گرفت با هدف استفاده از شبکه گسترده مشتریان شرکت بلاک باستر به این شرکت پیشنهاد شراکت دهد و پس از دریافت جواب منفی از جانب مدیران بلاک باستر پیشنهاد خرید آن شرکت به مبلغ ۵۰ میلیون دلار را نیز ارائه دادند که باز هم با پاسخ منفی صاحبان بلاک باستر روبه‌رو شدند. البته این لجاجت و مقاومت بی‌دلیل شرکت بلاک باستر در برابر این پیشنهادهای سازنده برای خود آنها گران تمام شد؛ چرا که در حال حاضر شرکت نتفلیکس یکی از موفق‌ترین و ثروتمندترین شرکت‌های دنیا با بیش از ۱۶۰ میلیارد دلار سرمایه است حال آنکه امروزه شرکتی به نام بلاک باستر اصلا وجود خارجی ندارد و فقط نامی از آن باقی مانده است آن هم فقط به این دلیل که شرکت نتفلیکس در همان دورانی که بلاک باستر خود را با کرایه دادن بازی‌های ویدئویی مشغول کرده بود به تغییر و تحولات در حال وقوع در دنیای تکنولوژی توجه بیشتری کرد و با تنوع بخشیدن به فعالیت‌ها و حوزه‌های کاری‌اش توانست آن تغییر و تحولات را به فرصتی برای جهش بزرگ خود تبدیل کند.

داستان دوم: شرکت یاهو در سال ۲۰۰۰ حرف‌های زیادی برای گفتن داشت و به نوعی، معرف اینترنت به جهانیان بود. شرکت یاهو در آن سال‌ها ارزشی معادل ۱۲۵ میلیارد دلار داشت و با پولی که در اختیار داشت می‌توانست هم گوگل و هم فیس‌بوک را بخرد اما به‌خاطر عدم توافق بر سر قیمت این کار را نکرد. جالب است بدانید که قیمتی که در آن زمان از طرف مالکان گوگل به یاهو پیشنهاد شده بود ۳ میلیارد دلار بود. در دهه نخست قرن بیست و یکم شرکت یاهو همچنان به حرکت کند و بی‌توجه به تغییر و تحولات تکنولوژیک و بازار ادامه می‌داد تا اینکه شرکت مایکروسافت در سال ۲۰۰۸ پیشنهاد خرید یاهو با قیمت ۴۵ میلیارد دلار را ارائه داد که رهبران یاهو این پیشنهاد خوب را نپذیرفتند و به مسیر نادرستی که از چند سال قبل در حال طی کردنش بودند ادامه دادند و این اشتباه را تا سال ۲۰۱۶ ادامه دادند یعنی زمانی که مجبور شدند چوب حراج به یاهو بزنند و نتیجه آن شد که شرکتی به نام وریزون، یاهو را با قیمت ۴/۸ میلیارد دلار خریداری کرد. اما چه بر سر شرکتی که روزگاری یکه تاز میدان اینترنت بود و حرف اول را در دنیای اینترنت می‌زد افتاد که به چنین سرنوشت غم‌انگیزی دچار شد؟ پاسخ این سوال در بی‌توجهی به دگرگونی‌های در حال وقوع در زمینه اینترنت نهفته است. در واقع رهبران یاهو در دهه نخست قرن بیست و یکم به تحولاتی همچون موبایلی شدن اینترنت و اجتماعی شدن آن توجه کافی نداشتند حال آنکه رقبای تازه‌نفس و جسور یاهو یعنی گوگل و فیس‌بوک این تحولات را به خوبی رصد کردند و واکنش به موقعی نسبت به آن نشان دادند و به ابرشرکت‌هایی تبدیل شدند که امروزه به دگرگونی‌های دیجیتالی بزرگ‌ترین اشتباهی بود که جای جهان نامشان بر سر زبان‌ها جاری است. حال آنکه کمتر نشانی از اولین غول دنیای اینترنت یعنی یاهو به چشم می‌خورد.

داستان سوم: شرکت بوردرز یک شرکت فروش کتاب در آمریکاست که در سال ۲۰۰۳ بیش از ۱۲۴۹ فروشگاه در آمریکا و سایر کشورهای جهان در اختیار داشت و درآمد سرشاری را از طریق خرده فروشی کتاب به خود اختصاص می‌داد. یکی از بزرگ‌ترین و هولناک‌ترین اشتباهاتی که این شرکت به‌دلیل بی‌توجهی به تغییر و تحولات آینده مرتکب شد برمی‌گردد به سال ۲۰۰۱ که شرکت بوردرز اقدام به واگذاری بخش تجارت الکترونیک خود به شرکت آمازون کرد و این شرکت را از ورود به حوزه الکترونیک و حضور آنلاین در بازارها محروم کرد. جالب آنکه این اشتباه رهبران و مدیران بوردرز به این دلیل وحشتناک‌تر شد که خریدار این بخش شرکتی بود که بعدها و با استفاده از پتانسیل‌های نهفته در بخش تجارت الکترونیک شرکت بوردرز توانست به غول دنیای تجارت الکترونیک تبدیل شود حال آنکه شرکت بوردرز به علت محروم شدن از فعالیت در این حوزه تعیین‌کننده و کلیدی سرانجیبی سقوط را به سرعت طی کرد و حتی تلاش این شرکت در سال ۲۰۱۰ برای راه‌اندازی فروشگاه‌های ویژه کتاب‌های الکترونیک موسوم به **e-book store** که **e-reader** خیلی دیر بود راه به‌جایی نبرد و شرکت بوردرز دو سال بعد یعنی در سال ۲۰۱۲ برای همیشه بسته شد و به تاریخ پیوست.

در واقع آنچه شرکت مشهور و موفق بوردرز از را با انداخت و تمام درها را به روی آن بست همان بی‌توجهی به روند دگرگونی‌های آینده‌سازی بود که موجب شد مدیران و رهبران این شرکت درک درستی از آنچه قرار بود در آینده اتفاق بیفتد نداشته باشند و همچنان به روش‌ها و فرایندهای قبلی خود پایبند بمانند. غافل از اینکه دگرگونی‌ها و تحولات به مراتب خاموش برانداز تر از آن چیزی بودند که به‌نظر می‌رسیدند و بی‌توجهی به دگرگونی‌های دیجیتالی بزرگ‌ترین اشتباهی بود که بوردرز مرتکب شد و از سوی دیگر این اشتباه را در رابطه با شرکتی مرتکب شد که در واقع، بزرگ‌ترین خطر و تهدید برای بوردرز محسوب می‌شد یعنی آمازون.

مترجم: سید حسین علوی لنگرودی

گردشگری

کلید فرهنگی توریسم در پساکرونا

سازمان جهانی گردشگری با همکاری یونسکو اقدام به ارائه دستورالعمل‌های جدید در جهت احیای مجدد و بهبود گردشگری فرهنگی کرده است. بخش اخلاق، فرهنگ و مسئولیت اجتماعی سازمان جهانی گردشگری مجموعه‌ای از راهکارهای بهبود موضوعی برای بخش گردشگری ناشی از تاثیرات فرهنگی اجتماعی بیماری کووید-۱۹ را ارائه کرده است. این راهکارها به مشاغل و دولت‌ها کمک می‌کند تا پاسخی جامع به تاثیرات همه‌گیری بدهند که از طریق تمرکز بر موضوعاتی همچون زنان در گردشگری، فرهنگ، توسعه بومیان و مجموعه‌ای از موضوعات مرتبط دیگر حاصل می‌شود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، همه‌گیری کرونا در سه ماه اول ۲۰۲۰ گردشگری جهان را به بن‌بست کشاند و مردم را در خانه‌هایشان محصور کرد، زیرا بسیاری از کشورها محدودیت‌های سختگیرانه‌ای را اعمال کردند. در این دوره چالش‌برانگیز، فرهنگ امری ضروری است زیرا میلیون‌ها نفر از خانه‌های خود به‌دنبال تجربه‌های فرهنگی بودند. توانایی دسترسی و لذت بردن از فرهنگ نوعی احساس امنیت و منبع الهام سفر در آینده است. کاهش محدودیت‌های حداقلی در تابستان ۲۰۲۱ زمینه‌های بهبود نسبی گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی و شهری را فراهم کرده است. همه‌گیری در کنار در معرض خطر قرار دادن معیشت مردم و میلیون‌ها شغل می‌تواند به اکوسیستم‌های شکننده بخش‌های فرهنگ و گردشگری آسیبی دائمی برساند. در این دوران شهرها به‌طور سنتی نقش عمده‌ای در گردشگری فرهنگی داشته‌اند. شهرها اگرچه اولین بخش متاثر از همه‌گیری بوده که منجر به محدودیت‌ها و تعطیلی در گردشگری شهری شده اما با این حال کانون اصلی نوآوری و خلاقیت است که به مردم جهان اجازه می‌دهد فرهنگ را به روش‌های دیگر ببینند از سوی دیگر، گردشگری در مناطق روستایی فرصت‌های مهمی را برای بهبودی فراهم کرده زیرا گردشگران به دنبال مکانی که جمعیت در فضای باز و آشنایی با فرهنگ‌های محلی هستند.

بحران کرونا، ارتباطی عمیق و اجتناب‌ناپذیر با این توسعه شهری و روستایی نشان داده است. راحل‌های موثری با رویکردی فراگیر در همه سطوح، از طریق گردآوری هنرمندان، طراحان، متخصصان گردشگری و فرهنگ از بخش خصوصی، جوامع محلی و تمامی ذی‌نفعان مربوطه امکان‌پذیر است. در حالی که بحران گردشگری با توجه به باز و بسته شدن مقصدها در سراسر جهان ادامه دارد، بخش‌های گردشگری و فرهنگ ملزم به انطباق سریع و پاسخگویی موثر در کوتاه‌مدت هستند. مکث جهانی سفر فرصتی را برای فاصله گرفتن از شیوه‌های ناپایدار گذشته، به سمت مدل‌های انعطاف‌پذیرتر، فراگیرتر و بهره‌گیری از منابع با هدف توسعه پایدار ایجاد کرده است. در سال ۲۰۲۱ با عنوان اقتصاد خلاق برای توسعه پایدار، گردشگری فرهنگی نقش مهمی در ارتقای رشد اقتصاد پایدار و فراگیر، پرورش نوآوری، تامین مزایا و توانمندسازی برای همه افراد ایفا می‌کند.

سازمان جهانی گردشگری خواستار اعمال سیاست‌ها و فعالیت‌های گردشگری با احترام به میراث هنری، تاریخی و فرهنگی است که با محافظت از آنها به نسل بعدی منتقل شوند. مراقبت‌های ویژه باید به حفاظت از بناهای تاریخی، عبادتگاه‌ها و همچنین به‌روزرسانی موزه‌ها اختصاص یابد که همیشه باز بوده و در دسترس بازدیدهای گردشگری باشد. روز جهانی گردشگری نقش گردشگری را در ایجاد فرصت‌هایی خارج از شهرهای بزرگ و حفظ میراث فرهنگی برجسته کرده است که برای دستیابی به توسعه روستایی باید احترام به فرهنگ جوامع روستایی و تقسیم مساوی سود اقتصاد از گردشگری را به‌دست آورد. در این راستا بسیاری از شرکت‌های بزرگ جهانی اقدامات موثری را در ترویج فرهنگ‌های بومی انجام داده‌اند. سازمان جهانی گردشگری با همکاری مرکز آشیزی بلنک اقداماتی جهت توسعه گردشگری غذا ارائه دادند همچنین استارت‌آپ‌های جدیدی همچون گسترونومی یا همان دانش غذا (**Gastronomy**) در طول همه‌گیری راه‌اندازی شدند و پروژه‌هایی در تایلند، پورتوریکو، فلمارک، اسپانیا، کره جنوبی، ایتالیا و کنیا راه‌اندازی کردند. در سال ۲۰۲۱ نیز، سازمان جهانی گردشگری یک تور غذا در آفریقا برگزار کرد که حدود ۳۰ سرآشپز برتر قاره در این تور شرکت کردند.

همچنین سازمان جهانی گردشگری درباره گردشگری شهری در سال ۲۰۲۰ با توجه به بحران کرونا بر سهم گردشگری در ایجاد فضای شهری تاکید می‌کند که منجر به ایجاد تنوع فرهنگی و حفظ میراث می‌شود. در این دوران برای رسیدن به این هدف با همکاری شرکت گوگل، سفرهای مجازی در هزاران موزه و مقصد فرهنگی جهت کاوش ایجاد کردند.

باتوجه به بسته بودن مرزها، شهرهای خلاق یونسکو همچون بارسلونا، کراکوف، بارسلوس، هانگژو (چین)، بانکوک، بوئنوس آیرس و ـ توانایی خود را در ترکیب فرهنگ با نوآوری و فناوری برای ارتقای گردشگری شهری نشان داده‌اند.

یونسکو در سال ۲۰۲۰ یک گروه ویژه فرهنگی و گردشگری همراه با نهادهای کنوانسیون میراث جهانی تاسیس کرد. یونسکو در جهت ایجاد گردشگری پایدار در همکاری با گروه اکسپدیا بر ارتقای گردشگری پایدار و حفاظت از میراث متمرکز است و سه اقدام مهم در ترویج گردشگری فرهنگی انجام داد. در گام اول رویکرد حفاظت از محیط‌زیست و فرهنگ اتخاذ می‌شود که شرکت‌ها اقداماتی جدی در راستای از بین بردن پلاستیک‌های یک بار مصرف و ترویج فرهنگ محلی به‌کار گیرند. این اینکار در سال ۲۰۲۱ در سطح جهانی گسترش می‌یابد تا ابزارهای ظرفیت‌ساز را برای مشاغل و جوامع که به‌شدت تحت تاثیر قرار گرفته‌اند، فراهم کند. گام دوم انتشار نسخه دوم کتاب راهنمای آموزش میراث راه ابریشم در آسیای میانه با مشارکت سازمان جهانی گردشگری و فدراسیون جهانی راهنمای گردشگری در سال ۲۰۲۰ است که به اهمیت حفاظت از میراث ناملموس در جوامع موجود می‌پردازد. در نهایت، یونسکو و نشنال جئوگرافیک با حمایت اتحادیه اروپا به‌منظور ارتقای سفر پایدار ۲۴ سایت فرهنگی میراث جهانی در سال ۲۰۲۰ ایجاد کردند. در این سایت‌ها که با هدف به اشتراک گذاشتن روش‌های نوین در جهت مدیریت بحران کرونا مورد استفاده قرار گرفته است سفرهای مجازی از طریق رسانه‌های اجتماعی ارتقا یافته و کمپین‌های تابستانی «فرهنگ اتحادیه اروپا نزدیک شماست» شکل گرفتند.

این دو سازمان بین‌المللی به‌منظور بازیابی و ارتقای گردشگری فرهنگی ۸ توصیه مطرح کرده‌اند که شامل ترویج هم‌افزایی امروز جهت تقویت گردشگری فرهنگی فردا، حمایت از فرهنگ به عنوان یک نقشه برد-برد برای مقاصد گردشگری، تقویت احیای تجارب شهری و روستایی، ایجاد نیروی کار منعطف‌تر گردشگری فرهنگی از طریق دیجیتال، توسعه فناوری جهت رقابتی شدن گردشگری فرهنگی، پرورش گردشگری در جوامع از طریق زنده نگه داشتن میراث، بهبود و تقویت گردشگری فرهنگی برای همگان و حفاظت از طبیعت به‌عنوان کلید فرهنگ می‌شود.