

# اندازه بنگاه‌های مهمانپذیری و رشد اقتصاد محلی - مدارکی از کورت

ترجمه و اقتباسی از مقاله ای تحت همین عنوان از کنستانتینس آندریوتیس

جلایر خلیل زاده

دانشگاه آزاد اسلامی - واحد علوم و تحقیقات تهران - دانشکده مدیریت و اقتصاد - مدیریت

هتلداری - بهار ۸۴

## چکیده:

صنعت میهمان پذیری و هتل داری مولد سودهای بسیاری برای اکثر جوامع میزبان مانند: اشتغال زایی، تبادل ارز و درآمد مبادلات است.

به هر حال در برخی موارد این صنعت منجر به وابستگی خارجی شده و این به نوبه ی خود باعث از دست رفتن کنترل برای منابع محلی می گردد. نشت درآمد به خارج از اقتصاد محلی به صورت بسیار جدی باعث کاهش پتانسیل صنعت برای ایجاد سودهای خالص مالی و رشد اقتصاد محلی می گردد.

علی رغم تفاوت اندازه ی بنگاه های میهمان پذیری، هنوز تحقیقات بسیار اندکی در زمینه ی تاثیرات اندازه ی امکانات اقامتی بر روی توسعه ی اقتصاد محلی وجود دارد. استنادهای این برگه از مطالعات موردی بر روی جزیره ی کرت بر اساس یافته هایی مبنی بر تاثیرات بزرگ سودآور بنگاه های کوچک بر روی اقتصاد محلی حاصل شده است.

## مقدمه:

در سال ۱۹۹۸ تعداد توریست ها به ۶۲۵ میلیون نفر رسید که درآمد ناشی از آن (بدون احتساب درآمد حمل و نقل هوایی) در حدود ۴۴۵ میلیارد دلار و اشتغال زایی آن در حدود ۲۳۰.۸ میلیارد دلار تخمین زده شده که بسیاری از این تاثیرات مثبت اقتصادی ناشی از صنعت میهمان پذیری می باشد.

امکانات اقامتی بطور تقریبی ۱/۳ از کل هزینه های سفر بشمار می آیند، بنابراین صنعت میهمان پذیری در توسعه ی اقتصادی موضوعی است که اهمیت فزاینده ای را در صنعت جهانگردی به خود اختصاص می دهد.

اشتغال زایی و ایجاد استخدام و تبادلات ارزی و رفاه اجتماعی مهمترین تجلی توسعه ی ذکرشده در صنعت جهانگردی می باشد. با این حال منافع حاصله اغلب به علت نابرابری های منطقه ای و سلطه ی عوامل بیرونی کاهش پیدا می کند. جلب و جذب سرمایه گذاری خارجی از اولین سیاست های مناطق کمتر توسعه یافته در طول سال های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ محسوب می شد.

باور بر این است که سرمایه گذاری داخلی به صورت ساختاری، اقتصاد محلی را قدرت بخشیده و می تواند در ارتقا و توسعه ی مناطق پیرامون نیز نقش مهمی را ایفا کند. حتی در برخی موارد که انتخاب بین سرمایه گذاری داخلی و خارجی مقدور نیست، کشورهای در حال توسعه به سرمایه گذاری داخلی الویت می دهند. مطالعات و تحقیقات در تلاشند تا نشان دهند که جهانگردی هم توسعه ی اقتصاد محلی را ارتقاء می کند و هم عدم توازن محلی را ناشی می شود. جهانگردی اغلب با مناطق کم جاذبه محدود می شود که این مناطق بطور کلانی از سرمایه گذاری های جهانگردی سود می برند در صورتی که مناطق دیگر (که شاید پرجاذبه تر نیز می باشند) کم و بیش مورد غفلت قرار می گیرند.

اقتصاد سرمایه داری مدرن شامل بخش های صنعتی با اندازه های گوناگون می شود. هرچند اولین عامل محرک تجارت سود حاصله می باشد، تاثیر بر روی اقتصاد محلی بسته به اندازه ی بنگاه متفاوت خواهد بود.

در صنعت میهمان پذیری مطالعات بسیاری بر روی بنگاه های کوچک صورت پذیرفته و این در مقابل مطالعات بسیار اندکی است که بر روی بنگاه های بزرگ صورت پذیرفته و این شاید به این خاطر است که این صنعت تحت سیطره ی تعداد زیادی از بنگاه های کوچک در کنار اندکی از بنگاه های بزرگ قرار دارد. به عنوان نمونه می توان به مطالعات ویلیامز و گرین وود در ۱۹۸۸ در "کرن وال" اشاره کرد که دریافتند فقط ۶.۳٪ از ۱۵۹ بنگاه میهمان پذیری مطالعه شده دارای بیش از ۴۰ اتاق بوده اند.

اگر چه اجماع نظری وجود دارد که اندازه ی بنگاه های میهمان پذیری تاثیر مهمی بر روی توسعه ی اقتصادی مقصد دارد اما تحقیقات در این زمینه با غفلت مواجه شده است.

هدف این تحقیق این است که بررسی کند که چگونه بنگاه هایی با اندازه های متفاوت، توسعه ی اقتصاد محلی را متاثر می کنند که این مورد بصورت مطالعه ی موردی در جزیره ی کرت و در پنج بخش زیر انجام پذیرفت:

۱. پیش زمینه ی تحقیق؛
۲. بررسی وضعیت صنعت جهانگردی و میهمان پذیری کرت؛
۳. روش شناسی؛

۴. نتیجه ی تحقیق و پاسخ های به دست آمده؛  
۵. نتیجه گیدی و پایان؛

### ۱. پیش زمینه ی مطالعه (تحقیق):

دو معنی برای مقیاس توسط رودنبرگ در ۱۹۸۰ ارائه شد: ۱- نسبت اندازه (فیزیکی) ۲- بزرگی سرمایه (نسبت بورکراسی) رودنبرگ با بررسی گروه های مختلف مسافران که جذب امکانات مختلف اقامتی می شوند سه مقیاس متفاوت را در مطالعات زائریایی در اندونزی ارائه کرد: صنعتی بزرگ (هتل های استاندارد بین المللی با ۱۰۰ اتاق یا بیشتر)، صنعتی کوچک (هتل های اقتصادی)، صنعتی جهانگردی (رستوران های کوچک وابسته و مغازه ی خرید سوغات و هدیه و اقامت خانه ای).

رودنبرگ گزارش کرد که اهداف اقتصادی که شامل: افزایش درآمدها، تبادل ارزی، سرمایه گذاری، فرصت های شغلی، تولیدات، بازرگانی و همین طور کم کردن زیان های فرهنگی و اجتماعی بصورت عالی در توسعه ی کمپانی های بزرگ صنعتی دیده نمی شود.

کنت گئورگوپولوس در ۱۹۹۸ الگوها و فرصت های اقتصادی مرتبط با بخش امکانات اقامتی را در جزایر تایلند ارزیابی و سه شاخه ی امکانات اقامتی را بر اساس اتاق هایشان ارائه کرد که عبارت بودند از: کوچک (۱۴-۱) اتاق، متوسط (۳۹-۱۵) اتاق) و بزرگ (۴۰ اتاق و بیشتر).

یافته های او نشان داد که تفاوت ها طبق اندازه های متفاوت در تاثیرات و استخدام های مرتبط با جهانگردی که آینده ی برنامه ریزی توسعه ی جهانگردی را معرفی می کند باید لحاظ گردد، که چگونه شرایط خاص محلی، گونه های مختلف (انواع مختلف) بخش های اقامتی و ارتباطات، نشأت ها و فرصت های اقتصادی را ترویج داده و مشخص می سازد.

اکثر تحقیقات بر روی اندازه ی بنگاه ها بر پایه ی این تصور استوار است که بنگاه های بزرگتر منابع بیشتری (اعم از مالی، تکنولوژی و انسانی) را در اختیار دارند و توانایی بیشتری در رسیدن به مقیاس های اقتصادی دارند و بنگاه های کوچک اغلب

نیازمند سرمایه گذاری عمده در حوزه ی منطقه ای می باشند. به هر حال توانایی سرمایه گذاری محدود، فعالان کوچک را در مقایسه با بنگاه های بزرگ تر آسیب پذیر می سازد. همچنین موسسات کوچک تر به تخصص کمتری نیاز دارند. چرخه ی مدیریت با برتری های شخصی افراد، تعصبات و تلقی ها تعریف می شود. فعالان کوچک تر بیشتر بصورت محلی و خانوادگی تشکیل می شود و اغلب مدیر و مالک یکی است. در یک مطالعه در نیوزلند مشاهده شد که با افزایش اندازه ی سازمان (تعریف شده با تعداد کارکنان) تمایل صنعت به مالکیت خارجی نیز افزایش می یابد، کنت گئورگوپولوس در ساموئی تایلند دریافت که فعالان کوچک و متوسط بیشتر به مالکیت و مدیریت و کارکنان خانوادگی نیاز دارد و چون اکثراً "محلی هستند، نیازمند نیروی کار محلی بیشتری در مقایسه با بزرگ ترها هستند.

### جدول شماره ی ۱ تفاوت بنگاه های مختلف از لحاظ اندازه

مقیاس بزرگ

خصایص: محدودیت ورود (نیازهای سرمایه، تخصص و...)

بالا

مالکیت خارجی؛ سرمایه گذاری خارجی؛ استخدام و مدیریت

غیرفامیلی؛ نشت؛ مقیاس های اقتصادی

پایین

مقیاس کوچک

### ۲. بررسی وضعیت صنعت جهانگردی و میهمان پذیری کرت:

۱.۲ اهمیت: اقتصاد کرت بطور گسترده ای به جهانگردی وابسته است. در ۱۹۹۷

نزدیک به ۲.۵ میلیون توریست از جزیره دیدن کردند که در حدود ۵۰۰ میلیارد واحد پول یونان درآمدزایی داشته و ۵۸٪ کل مبادلات سفر در یونان بوده است، بطور متوسط هر توریست ۳۶۵۳۴۹ واحد پول یونان خرج می کند. برآورد شده که در حدود ۴۲٪

این هزینه ها بابت خرید بسته های مسافرتی به عاملین تورهای خارجی پرداخت می شود. (این بسته ها شامل حمل و نقل و اقامت می شود) و از ۵۸٪ باقی مانده؛ ۲۴٪ برای خرید، ۱۷٪ هزینه های پذیرایی، ۱۲٪ حمل و نقل (جابجایی) داخل شهری و ۵٪ برای خدمات پرداخت می شود. همچنین تحقیقات نشان می دهد که قریب به ۴۰ درصد مردم محلی بطور مستقیم و یا بطور غیرمستقیم در فعالیت های جهانگردی سهیم اند.

کرت هیچ گونه تولیداتی در زمینه ی صنایع سنگین، تجهیزات و کالاهای حمل و نقل، دستگاه های برقی و الکترونیکی ندارد. در زمینه ی ساخت و بهره برداری و لوازم موجود در امکانات اقامتی که اکثراً وارداتی هستند فعال نمی باشد. به هر حال اقتصاد کرت به علت موارد بیان شده و همچنین ارتباط خوب میان تجارت، حمل و نقل، کشاورزی، خدمات و صنایع دستی و محلی، صنعت جهانگردی بطور گسترده ای به این صنعت پیشرو و سودآور وابسته است.

**۲.۲ صنعت میهمان پذیری:** در سال ۱۹۹۸ جزیره ۷۵۱ امکان اقامتی ثبت شده داشت (بدون احتساب اطاق های اجاره ای) و بعلاوه مقادیر قابل توجه ای تاسیسات اقامتی ثبت نشده و یا بدون مجوز که در حد کوچک و اطاق هستند که اکثراً خدمات تخت را افزایش می دهند و از مالیات فرار می کنند و بدون کنترل و قانون گردانده می شوند.

بیش از ۷۰٪ بنگاه های میهمان پذیری در نواحی ساحلی شمالی جزیره متمرکز هستند و تقریباً ۴۵٪ تخت ها در حوزه ی هراکلید قرار دارند. در آگوست ۱۹۹۳ نیمی از استخدام شدگان هتل های جزیره در ناحیه ی هراکلید مشغول به کار بودند، ۲۰٪ در مناطق "رتیمو" و "لاسیتی" و ۱۰٪ در منطقه ی "کانیا".

تجارت جزیره در صنعت میهمان پذیری از مقیاس های کوچک خانوادگی تا هتل های بزرگ زنجیره ای متفاوت است. به هر حال تعداد کمی از آمار منتشره در رابطه ی با اندازه ی بنگاه های میهمان پذیری وجود دارد.

مطالعات تئودو ساکیس به سال ۱۹۹۴ نشان داد که در سال ۱۹۹۳ تعداد ۱۴۱۲۳ نفر در صنعت میهمان پذیری این جزیره مشغول بکار بودند که آمار واقعی باید بسیار

بالاتر باشد چرا که این ارقام از روی آمار بیمه و مالیات تنظیم شده و افراد استخدام نشده و پاره وقت و نیروی کار غیرمجاز و... شامل نمی شود.

### ۳.۲ سیاست جهانگردی: در گذشته دولت یونان به اهمیت جهانگردی و نقش بنگاه

های کوچک و متوسط در توسعه ی اجتماعی و اقتصادی پی برده و در نتیجه در دو دوره برنامه ی پنج ساله ی توسعه ی اقتصادی بین سال های ۱۹۶۸ لغایت ۱۹۷۷، توسعه ی اقتصادی جهانگردی در نظر گرفته شد. جهانگردی به عنوان مکانیسمی برای مناطق کمتر توسعه یافته ی جزیره ی کرت و یکی از پویاترین بخش های توسعه ی اقتصادی و اجتماعی عمل می کرد. در دو دوره برنامه ی پنج ساله ی بین ۱۹۷۸ لغایت ۱۹۸۷ تلاش شد که بوسیله ی تحرک بخشیدن به سرمایه گذاران محلی برای ساختن واحدهای کوچک از کنترل محلی حمایت شود. سال ۱۹۸۳ در یونان به اقتصادهای کوچک اختصاص داده شد. به صورت خلاصه دلایل تمایل یونان به فعالیت بنگاه های کوچک و متوسط به این شرح می باشد:

۱- سازمان های اندازه ی کوچک و متوسط، نیروی قدرتمندی برای توزیع مجدد توانایی های سنتی و توسعه ی اقتصادی در جامعه دارند.

۲- سازمان های کوچک اکثراً مالکیت محلی دارند و در مقایسه با کمپانی های بزرگ این توانایی چیزی است که منجر به اثر بخشی بیشتر بازار سودهی و تولیدات می گردد.

۳- محصولات و خدماتی که صنایع بزرگ علاقه ای به مهیا کردن آن ندارند می تواند بوسیله ی بنگاههای کوچک بصورت کاملاً اقتصادی مهیا شود.

۴- سازمان های کوچک می توانند برای بیکاری و موارد دیگر راه حلهایی ارائه دهند و همچنین فعالان مناسبی در اقتصادهایی باشند که بنگاههای بزرگ از نوسانات تقاضا رنج می برند.

۵- در یونان تفکر بر این است که کیفیت زندگی کار در یک بنگاه کوچک شاید بهتر از نوع بزرگتر باشد.

به هر حال خیلی از مشکلات، از تمرکز تعداد قابل ملاحظه ای از بنگاه های میهمان پذیری کوچک و متوسط در جزیره به عنوان تاسیسات توریستی حاصل می شود که کنترل آنها را مشکل می کند.

بعنوان نتیجه؛ برنامه ی پنج ساله ی توسعه ی اقتصادی ۱۹۹۲-۱۹۸۸ و آخرین قوانین توسعه ی ۲۲۳۴/۹۴ و ۲۶۰۱/۹۸ توجهات را به سمت ارتقاء جهانگردی و توسعه های اندازه ی بزرگ سوق می دهد.

### ۳. روش شناسی:

۱-۳ رویکرد کلی: به دلیل محدودیت و کمیابی اطلاعات رسمی در اکثر زمینه های توسعه ی اقتصادی کرت، مصاحبه های چهره به چهره با مالکان/مدیران بخش ها و زمینه های مختلف تجاری مرتبط با جهانگردی انجام گرفت که شامل: بنگاه های میهمان پذیری، آژانس های مسافرتی، مراکز کرایه ی ماشین، واحدهای پذیرایی (رستوران ها و فروشگاه ها) است.

۲-۳ طرح پرسش نامه: برای توسعه ی پرسش نامه ها در طراحی آن ها از تحقیق های گذشته و بازنگری سایر نوشته ها نیز استفاده شد. این سوالات گسترش یافتند تا سایر مقالات مرتبط را پوشش دهند، تجزیه و تحلیل سوالات در این مطالعه با اطلاعات شخصی مالکین/مدیران، خلاصه نوشته های تجاری مالکین و شخصیت های علمی و عملیاتی، کارکنان و قواعد اقتصادی مرتبط می باشد. قبل از انجام تحقیق، تمام سوالات امتحان شدند و بعد از جمع آوری پاسخ ها از بنگاه هایی با اندازه های مختلف بررسی شد تا روشن شود که آیا پاسخ ها اطلاعات مورد نظر را مهیا می کرد یا نه و بعد از این که اطلاعات کمی و کیفی در پرسش نامه اعمال شد، پرسش نامه برای تحقیق نهایی آماده شد.

۳-۳ نمونه گیری (۱): جزیره تعداد زیادی از تجارت های توریستی را که در مناطق زیادی گسترده شده اند را دارد بنابراین یک انتخاب جامع از این مناطق صورت گرفت، ۴ حوزه انتخاب و در هر حوزه ۴ ناحیه انتخاب شد که مجموعاً ۱۶ ناحیه را شامل گردید، مناطق انتخاب شده شهرهای مرکزی هر حوزه و سه منطقه ی گردشگری ویژه را در بر گرفت، نمونه ها ۸۰ بنگاه میهمان پذیر بودند که از سیستم های مرجعی مانند کتاب راهنمای هتل های یونان ۱۹۹۷؛ کتاب های راهنمای بین المللی و محلی؛ اینترنت و منابع اطلاعاتی محلی استفاده می کردند.

نمونه گیری لایه لایه ی سیستماتیک، مناسب ترین راه برای انتخاب فعالان از لیست ها تشخیص داده شد. مبنا برای این قشربندی اعلام سازمان "هلینک نشنال



توریسم" طبق استانداردهای تعریف شده برای هر بنگاه بود. به ویژه ۲۰ فعال توریستی در هر ناحیه انتخاب شد. یک واحد از هر رده بندی (لوکس، C,B,A) و یک آپارتمان از هر منطقه که بصورت شماره های تصادفی بود.

**۳-۴ نمونه گیری (۲):** سیستم درجه بندی هتل ها در یونان با سیستم درجه بندی "ستاره" فرق دارد در نهایت بنگاه های میهمان پذیر می توانند بر طبق استانداردهایشان در رده های زیر تقسیم شوند:

. رده ی لوکس ۵ ستاره؛ . رده بندی A ۴ ستاره؛ . رده بندی C و B ۳ ستاره؛ . رده بندی D و E - ۲ و ۱ ستاره؛ . آپارتمان های مبله ی ۱ و ۲ و ۳ و ۴ ستاره.

در این تحقیق هتل های درجه ی D و E و اتاق های اجاره ای به علت عدم سازمان دهی مناسب از نمونه گیری مستثنی و اکثراً اعلام نشده اند و در نتیجه به عنوان مرجع در تهیه ی لیست نمی باشند.

**۳-۵ رویه ی تحلیلی:** وقتی که اطلاعات جمع آوری گردید، اطلاعات جمع آوری شده با نرم افزار: Statistical Package for the social sciences (SPSS) Version 8.0 تجزیه و تحلیل شده اند تا اهمیت آماری روابط بین دو متغیر اسمی و ترتیبی مشخص شود و قدرت روابط نمایان گردد مبنا و شاخص؛ مشخص و بقیه ی ضرایب نیز اعمال شدند تا نتایج تحقیق حاصل آید (به صورت کامل تر در اصل مقاله آمده است).

**۳-۶ اندازه ی بنگاهها:** توافق های محدودی در نوشته هایی درباره ی تفاوت های اندازه در صنعت میهمان پذیری وجود دارد. برخی از نویسندگان معیارهای کمی تعداد شاغلین، تعداد تخت ها یا تعداد اتاق ها، دارایی کلی، درآمدهای سالیانه و... را ترجیح می دهند در صورتی که برخی دیگر معیارهای کیفی مانند کمبود تخصص در نیروی کار، استخدام خانوادگی و اصول مدیریت را در نظر دارند.

شناسایی اندازه های متفاوت بنگاه های میهمان پذیری در رویه ی این تحقیق، تعداد اتاق بود و این بدین خاطر بود که سایر اندازه گیری ها مناسب نبود و پاسخ گویان از پاسخ گوئی امتناع می کردند (بویژه در مسائل مالی).

زیر گروه استفاده شده به عنوان متغیر آزاد در تجزیه و تحلیل اندازه ی بنگاه مهمان پذیری بود. فعالان ۴۰ اتاقه به عنوان کوچک تلقی شدند (N=۱۹)، از ۴۱ تا ۱۰۰ اتاقه به عنوان متوسط (N=۱۶) و بیش از ۱۰۰ اتاقه بعنوان بزرگ (N=۱۷).

#### ۴. یافته ها:

**۴-۱. ویژگی های پاسخ گوینان تحقیق به مالکین یا مدیران بنگاه های میهمان پذیری ثبت شد.** در اکثر فعالان خصوصی در یونان، مدیریت بین اعضای خانواده ای است که صاحب هتل هم هستند. نسبت مالکین در بین پاسخ دهندگان بالاتراز مدیران بود ۵۶٪ به ۴۴٪. رابطه ی نسبت کاملاً قوی ( $Gramer's V = 0.749$ ) بین مقام پاسخ گوینده و اندازه ی بنگاه وجود داشت. ۹۵٪ پاسخ گوینان از بنگاه های کوچک و ۶۲٪ بنگاه های متوسط مالکین بودند. در صورتی که فقط ۶٪ برای بنگاه های بزرگ بود.

#### جدول مالکین/مدیران

| نمونه % | N  |                                    |
|---------|----|------------------------------------|
| ۳۳      | ۱۷ | سال ملحق شدن به صنعت<br>بعداز ۱۹۹۳ |
| ۳۸      | ۲۰ | ۱۹۸۸- ۱۹۹۲                         |
| ۲۹      | ۱۵ | قبل از ۱۹۸۷                        |

سالهای کار در صنعت جهانگردی

|    |    |               |
|----|----|---------------|
| ۲۵ | ۱۳ | ۱۹ سال وبیشتر |
| ۲۷ | ۱۴ | ۱۳- سال       |
| ۲۵ | ۱۳ | ۱۲-۷ سال      |
| ۱۳ | ۱۲ | ۶ سال و کمتر  |

#### شغل اصلی قبلی

|    |    |                         |
|----|----|-------------------------|
| ۵۸ | ۳۰ | هیچکدام                 |
| ۲۷ | ۱۴ | خدمات                   |
| ۱۰ | ۵  | خرده فروشی / عمده فروشی |
| ۶  | ۳  | سایر                    |

#### مدت سکونت

|    |    |                 |
|----|----|-----------------|
| ۶۰ | ۳۱ | زندگی           |
| ۱۹ | ۱۰ | بیشتر از ۱۶ سال |
| ۲۱ | ۱۱ | ۱۵ سال یا کمتر  |

#### تحصیلات

|    |    |                                     |
|----|----|-------------------------------------|
| ۴۴ | ۲۳ | بدون تحصیلات                        |
| ۳۳ | ۱۷ | فعالیت‌های جهانگردی (STE ASTER)     |
| ۱۲ | ۶  | موسسه ی تحصیلی تکنولوژی (TEI KATEE) |
| ۹  | ۵  | درجه دانشگاهی                       |
| ۲  | ۱  | دیگر                                |

این الگو هم چنین به توسط قوانین موجود تحت تاثیر قرار گرفته بود، بدین ترتیب که بنگاه هایی بزرگتر از C و بیش از ۲۰۰ اتاق نیاز به قانون دارند تا مدیران با کیفیت

(تحصیل کرده) را استخدام کنند (وقتی که مالک خود تحصیلات کافی نداشت، واحد را مدیریت کند).

تحقیق هم چنین به سوابق تحصیلی مدیران/مالکین توجه داشت. یک رابطه ی نیمه قوی (معتدل) مثبت پیدا شد. ( $Spearman's P = 0.470$ ) که مالکین/مدیران موسسات بزرگ، بیشتر تحصیلات در زمینه ی جهانگردی دارند ( $0.88$ ) در مقایسه با موسسات اندازه ی متوسط ( $0.50$ ) و کوچک ( $0.32$ ) که این خارج از انتظار نیست که موسسات بزرگ به مدیران تحصیل کرده ی این صنعت نیاز دارند تا مدیریت شوند.

روابط آماری مهمی کشف شد بین اشتغال سابق مدیران/مالکین و اندازه ی بنگاه ها ( $Gramer's V = 0.347$ ) اکثر بنگاه های کوچک نیروهای خود را از خدمات جذب کرده بودند ( $0.47$ ) در صورتی که اکثریت غالب پاسخ گویان از بنگاه های متوسط و بزرگ هیچ حرفه ی دیگری نداشتند. ممکن است تصور شود که پاسخ گویان از بنگاه های کوچک (که اکثراً مالک بودند) با دشواری های ورود به این صنعت تحریک شده اند، چرا که موسسات بنگاه های میهمان پذیری سرمایه گذاری متمرکز زیادی برای اشتغال زایی نیاز ندارند و تجربه و تحصیلات پیش شرط نیست (برای مالکیت درصنعت)، و چون بخش توریست درکرت یک منبع آسان درآمد تلقی می شود ممکن است تصمیم بگیرند کار خدمات را رها کنند یا بعد از بازنشستگی در یک واحد اقامتی سرمایه گذاری کنند.

#### ۴-۲ خصوصیات بنگاه های میهمان پذیری:

#### ۴-۲-۱ مالکیت، اندازه، رده بندی:

برای اینکه مشخص شود که آیا تفاوت ها به گوناگونی در مالکیت ربط دارند یا نه، از مدیران/مالکین درمورد نوع بنگاه های خود پرسش شد، یک رابطه ی مهم بین اندازه و مالکیت ( $Gramer's V = 0.368$ ) وجود داشت به ویژه تمام بنگاه های متوسط و بزرگ استفاده شده در نمونه درمالکیت (Societe Anonym (SA) بودند و فقط  $32\%$  بنگاه های کوچک در مالکیت فردی و یکی هم در مالکیت کمپانی Ltd.co با مسئولیت محدود بود.

هم چنین یک رابطه ی معتدل مثبت ( $P = 0.528$ ) (Soearman's) بین تعداد واحدها و اندازه ی بنگاه یافت شد. ۹۰٪ بنگاه های کوچک و ۸۸٪ بنگاه های متوسط فقط یک واحد داشتند در صورتی که ۱۲٪ بنگاه های بزرگ دو واحد و ۵۳٪ سه واحد داشتند، نتیجه ی حاصله: واحد اقامتی بزرگتر = امکان بیشتر تعلق به یک گروه. رابطه ی بسیار قوی بین اندازه بنگاه ها و رده بندی آن ها وجود دارد (۰.۶۳۹).  $V = \text{Gramer's}$  تمام رده های لوکس و ۸۹٪ رده ی A به گروه های بزرگ تعلق دارند، در صورتی که سهم بیشتر ۵۸٪ رده ی B به متوسط و ۷۳٪ C ها و ۵۵٪ هتل آپارتمان ها در گروه های کوچک قرار دارند، آن گونه نتیجه گیری می شود کرد که بنگاه بزرگ تر متعلق به رده ی بهتر است.

#### ۴-۲-۲ استخدام/مهاجرت: رابطه ی معتدل منفی ( $P = 0.447$ ) (Spearman's)

بین اندازه ی بنگاه و اعضای خانواده ی مورد استفاده بنگاه وجود دارد، در بنگاه های کوچک تر که از اعضای خانواده استفاده می کنند قوانین والویت ها با فعالان بزرگ تر متفاوت است، اکثراً بنگاه های میهمان پذیری یونان در اختیار خانواده ها می باشد که با کمک بنگاه های غیرخانوادگی استخدامی به حیات خود ادامه می دهند. خانواده ها معمولاً در بخش های مختلف وظایفی را به عهده می گیرند، بعنوان مثال خانمها بیشتر در بخش های تمیز کردن و پذیرش و... با گسترش صنعت جهانگردی و افزایش تسهیلات توریستی که اشتغال زایی را در پی دارد معمولاً مهاجرت و نیروی کار مهاجر را در پی دارد، امکان تفکیک نیروی کار مهاجر برای بنگاههای میهمانپذیر در این مطالعه میسر نیست، زیرا این نیروها در بینه ها ثبت نمی شود. مدیران /مالکین بطور نسبی از کشورهای مختلف بصورت زیر هستند:

۴۳٪ از آمریکا و آلمان؛ ۱۹٪ منطقه ای؛ ۸٪ آتن

در موارد مهاجرت های داخلی نشان می دهد که دولت یونان جهانگردی را بعنوان لیزلری برای بازگشت مهاجران خارج در بین ۱۹۶۱ تا ۱۶۷۱ توسعه داده است.

اکثراً" دلایل ذکر شده توسط مدیران / مالکین برای انتخاب زندگی در کورت اشتغال زایی وامکان و فرصت استخدام ۵۲٪ بوده ، سایر دلایل عبارتند از: بازگشت به میهن و مهاجرت داخل ۳۳٪ ؛ دلایل خانوادگی ۱۰٪ ؛ سایر دلایل ۵٪ .

### بنگاههای میهمانپذیر

| نمونه % | N  |                |
|---------|----|----------------|
|         |    | سال تاسیس      |
| ۴۲      | ۲۲ | قبل از ۱۹۸۶    |
| ۴۴      | ۲۳ | ۱۹۸۷ – ۱۹۹۲    |
| ۱۴      | ۷  | بعد از ۱۹۹۳    |
|         |    | نوع مالکیت     |
| ۱۲      | ۶  | شخصی           |
| ۸۶      | ۴۵ | SA             |
| ۲       | ۱  | Ltd Co         |
|         |    | تعداد واحد ها  |
| ۷۱      | ۳۷ | ۱ واحد         |
| ۲۹      | ۱۵ | ۲ واحد و بیشتر |
|         | ۱۰ | تعداد تخت ها   |
| ۳۳      | ۱۷ | ۱ – ۷۵         |
| ۳۴      | ۱۸ | ۷۶ – ۲۰۰       |
| ۳۳      | ۱۷ | بیشتر از ۲۰۰   |

رتبه بندی ورده بندی

|    |    |                  |
|----|----|------------------|
| ۲۱ | ۱۱ | آپارتمانهای مبله |
| ۱۰ | ۵  | هتل لوکس         |
| ۱۷ | ۹  | هتل A            |
| ۲۳ | ۱۲ | هتل B            |
| ۲۹ | ۱۵ | هتل C            |

مبلغ سرمایه

|    |    |                  |
|----|----|------------------|
| ۸۰ | ۳۹ | پس اندازهای شخصی |
| ۲۰ | ۱۰ | میراث و وراثت    |
| ۸۲ | ۴۰ | وام بانکی        |
| ۲  | ۱  | وام های شخصی     |

پاسخ ها به مجموع ۱۰۰٪ نمی رسند به خاطر پاسخ های مضاعف و چند گانه طول مدت زمان سکونت پاسخگویان رابطه منفی با اندازه بنگاه دارد (۳۱۰). Spearman's P= هر چقدر بزرگی امکانات اقامتی افزایش یابد، نسبت مدیران / مالکین که در جزیره مدت بیشتری زندگی کرده اند کاهش پیدا می کند. خصوصاً اینکه بنگاههای کوچکتر درصد بیشتری از پاسخ ۷۹٪ اقامت تمام طول زندگی در کرت یدست آمد در صورتی که این پاسخ ها برای بنگاههای بزرگ و متوسط بترتیب ۴۷٪ و ۵۰٪ بوده است. و این در حالی است که اکثریت پاسخگویان بنگاههای بزرگ مدیران و بنگاههای کوچک مالکین آنها بوده است، میتوان پیشبینی نمود که بنگاههای بزرگ مدیران خارجی را جذب کرده اند، حال اینکه بنگاههای کوچک در مالکیت محلی ها ( کسانی که مدت زیادی آنجا زندگی کرده اند) بوده، این یافته بسیار شبیه به یافته های بالی، اندونزی و ساموئی تایلند است.

### ۵- نشئت/ مرتبط کردن

اکثر مطالعات به اهمیت مسئله نشئت و اثر ضریب تکاثری پائین که بوسیله صنعت جهانگردی ایجاد می شود اشاره دارد.

در توسعه یک اقتصاد یکی از مهمترین نقش های اقتصادی محل جغرافیایی خرده فروشها وعمده فروشها وحامیان فعالان توریستی هست .

در یک کوشش به منظور علت یابی نشت ناشی از هزینه های توریستی ، خواسته شد از مدیران / مالکین تاتخمین بزنند خریده های داخل مناطق مختلف جزیره ومنطقه های خارج از کرت را که ۸۵٪ فعالان خرید مواد غذایی راتماما" از داخل منطقه ی خود انجام می دادند وفقط درصد کمی این خرید را از مناطق دیگر جزیره انجام می دادند. این موضوع قابل تصور بود چراکه کرت دارای محصولات کشاورزی باکیفیت بالا ودرحد بسیار زیادی است . که این محصولات برای تامین غذای تازه ی بنگاههای میهمانپذیری کافی بود.

بررسی سایر موارد از قبیل سایر مواد غذایی ( Spearman's  $P = -0.455$  ) ، نوشیدنی ها ( Spearman's  $P = -0.431$  ) ، مبلمان ( Spearman's  $P = -0.455$  ) ، منسوجات ( Spearman's  $P = -0.424$  ) ، لوازم آشپزخانه ( Spearman's  $P = -0.377$  ) ، مصالح ساختمانی ( Spearman's  $P = -0.358$  ) نشان می دهد که بابزرگتر شدن بنگاه امکان خرید از خارج از کرت نیز افزایش پیدا می کند ، درحقیقت بنگاههای بزرگتر تمایل دارند از خارج از کرت خرید کنند تا ازشرایط مطلوب اقتصادی بهره مند گردند که برای همتایان کوچک آنها امکان پذیر نیست ، بعنوان نتیجه ، یافته های این مطالعه ، مطالعات پیشین را تائید کرد که بنگاههای کوچکتر بیشتر تمایل دارند از دلخ مناطق خود خرید کنند.

## ۶- نتیجه گیری

اطلاعاتی که دراین تحقیق آمدند تاکید بر اهمیت مطالعه تاثیرات اندازه های مختلف بنگاههای میهمانپذیری داشتند. بهرحال قبل ازنتیجه گیری باید محدودیت های این تحقیق بیان شود ، کم بودن نسبی نمونه گیری ، این حقیقت رابیان می کند که شاید بنگاههای انتخاب شده نمونه ی مناسبی برای صنعت میهمانپذیری جزیره نباشند بنابراین باید در تعمیم نتیجه ها محتاطانه عمل کرد . یعلاوه مشکل اصلی که بآن روبرو شدیم بی میلی بسیاری پاسخگویان در پاسخ به سوالاتی که باشخصیت



وویژگیهای کارکنان وهمچنین مسائل مالی درارتباط بود که این مانع از شناخت دقیق ودرست تاثیرات بنگاهها دراقتصاد محلی می شود.

علی رغم این محدودیتها این مطالعه دیدگاه مارا نسبت به تاثیرات اندازه های مختلف بنگاهها درمناطق نمونه روشن ترنمود. از این تحقیق مشخص شد که توزیع بنگاههای میهمانپذیری باتوسعه محلی هماهنگی ندارد.

بویژه اینکه بنگاههای بزرگ ععلاقمند به وارد کردن نیروی مدیریتی داشته اند که درمقایسه با بنگاههای کوچک ومتوسط اینگونه نیست .رابطه ی خرید از بازار داخل توسط بنگاههای بزرگ بسیارکاهش می یابد و این درحالی است که بنگاههای کوچک ومتوسط تمایل و توان بیشتری برای خرید ازداخل منطقه واستخدام وبکارگیری مردم محلی واعضای خانواده ها دارند. یافته ها ی این گزارش ، این مورد راکه بنگاههای کوچک سود و فرصت وکنترل روی مردم بیشتری نسبت به بنگاههای بزرگ دارند راثائید می کند.

بهرحال اگر چنین است چرا انگیزه ی سرمایه گذاری در کرت به سوی بنگاههای میهمانپذیری در اندازه ی صنعتی است؟ اگر توسعه ی مقیاس بزرگ ممکن است باعث افزایش درآمد بخش عمومی وافزایش مالیات دهی شود ولی همچنین باعث افزایش نشت ، اشتغال خارجی ، هزینه های دولتی درمقیاس بزرگ سرمایه گذاری می شودو افزایش اثر آستانه منفی.

بنابراین بنگاههای کوچک وفعالان کوچک با خرج کمتر می توانند دررشد اقتصادی نقش داشته باشند برای اینکه آنها بازارهای کوچک راثامین می کنند با تقاضای نسبتا" کوچک وسرمایه گذاری کوچک از منابع محلی استفاده می کنند ومواد خام ونیازی به زیر ساختهای عظیم نمی باشد . همینطور باور براین است که آثارمنفی می تواند کاش پیدا کنند. اگر دولتها گام بردارند دجهت کمک به امکانات داخلی وبنگاههای کوچک درنتیجه از وابستگی به هتلهای زنجیرهای چند ملیتی جلوگیری می کند.

بنابراین برنامه ها باید به گونههای درکرت تدوین گردد تا به بنگاههای کوچکتر کمک شود تا آنان به بقاء خود ادامه بدهند وبعلت منافع آنها درتوسعه ی اقتصادمحلی ورفاه افراد منطقه تاحدی آنها راگسترش دهند.

بعلاوه، برای افزایش سودهای ناشی از صنعت داخلی (محلی ) مهمانپذیری درکنار سرمایه گذاری بیشتر و مشارکت سرمایه گذارها در توسعه، فرصتهای اشتغال درکرت

برای محلی ها و کاهش نشت از توسعه های آینده باید توجه بیشتری به بنگاههای کوچکتر در جزیره مبذول نمود بویژه در مناطق جنوبی که پیشرفت چندانی در زمینه ی جهانگردی نداشته اند تاجهانگردی در آنجا توسعه پیدا کند . بهر حال با مکانیسمهایی می توان میزان جهانگردان را کنترل نمود و مانع ساخت و سازهای غیرقانونی شد و از فعالیتهای فعالان بدون مجوز جلوگیری کرد.

نتیجه می گیریم که هنوز اینگونه مطالعات تازه شروع گردیده است و اطلاعات ما در این زمینه کافی نیست و بهر حال نتایج این گزارش نشان می دهد که چه نوع بنگاههای میهمانپذیری اقتصادی است ولی باید مطالعات ادامه پیدا کند در این راستا نباید جهانی شدن صنایع رانیز نادیده گرفت که براساس آن باید بنگاههایی ساخت که در رشد و توسعه ی محلی کمک کرده وهم همسو با جهانی شدن در این زمینه بتواند پاسخگوئ نیازهای سرمایه گذاران بین المللی و جهانگردان خارجی باشد.