



Pathology of Entrepreneurship in Nature Therapy for Graduates of Arabic Language and Literature

Ahmad Lamei Giv *, Sommayeh Eghbalinasab **

Scientific- Research Article

PP: 82-108

DOI: [10.22075/lasem.2024.32316.1406](https://doi.org/10.22075/lasem.2024.32316.1406)

How to Cite: Lamei Giv, A., Eghbalinasab, S. Pathology of Entrepreneurship in Nature Therapy for Graduates of Arabic Language and Literature. *Studies on Arabic Language and Literature*, 2024; 15(39): 82-108. Doi: [10.22075/lasem.2024.32316.1406](https://doi.org/10.22075/lasem.2024.32316.1406)

Abstract:

In the contemporary world, entrepreneurship in various scientific fields has witnessed considerable growth. Entrepreneurship and commercialization, as the fundamental and ultimate goal in every branch of science, guarantee the survival of that domain and orientation, offering transformation and dynamism to the target community. Entrepreneurship in the field of nature therapy and health care, for the discipline of Arabic language and literature, based on attention to its unknown, and perhaps sometimes overlooked and neglected aspects, is one of the pivotal and precise points that, contrary to the general public's perception of it being limited to certain specific occupations and institutions, can define new and novel paths, routes, and horizons that others may have overlooked or indifferently passed by. However, this does not imply an absolute solution to problems but rather naturally entails obstacles and challenges. The present research, employing a descriptive-analytical method and drawing upon library resources, investigates the pathology of entrepreneurship in nature therapy for graduates of Arabic language and literature. The research findings indicate

*-Associate Professor, Department of Arabic Language and Literature, Faculty of Literature and Humanities, University of Birjand, Birjand, Iran. (Corresponding Author). E-mail: ahmad.lamei2@birjand.ac.ir

**-MA in comparative literature. Faculty of Literature and Humanities, University of Birjand, Birjand, Iran. somaye.eghbali65@gmail.com

Receive Date: 2024/01/05

Revise Date: 2024/04/07

Accept Date: 2024/04/13.



©2024 The Author(s): This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and sources are cited. No permission is required from the authors or the publishers.

that purposeful planning with awareness of capacities and limitations, reforming, simplifying, and adapting the rules for employing competent and knowledgeable human resources who, in addition to language proficiency, are familiar with the cultural and social customs of other nations, as well as translating sources in the health care domain as an essential need for health tourists. Organizing educational and skill-building workshops to raise awareness and cultivate a culture of entrepreneurship, and forming. Collaborative teams are among the solutions that should be implemented wisely and scholarly with the consultation and cooperation of experts and specialists.

Keywords: Entrepreneurship, Humanities, Arabic Language and Literature, Nature Therapy, Pathology.

1. Introduction

Knowledge, science, economics, industry, entrepreneurship, and employment convey a network of meanings in a continuous chain that leads to social, cultural, and other forms of human development. Therefore, attention to the structures of scientific presentation, teaching skills, and the application of theoretical knowledge in attracting science specialists is vital and should be considered by all those involved in teaching Arabic language and literature graduates who aim to enter the entrepreneurial job market. Consequently, this leads to enhanced life expectancy, well-being, and peaceful coexistence. Given this context, recognizing individual, local, and national capabilities and identifying weaknesses and challenges can alleviate many obstacles facing entrepreneurs in this field.

2. Materials and Methods

This research employs a descriptive and analytical approach, utilizing written sources to examine the weaknesses and existing barriers in the field of nature therapy. The study aims to create job opportunities for Arabic language graduates and explore investment potential in natural capabilities for prevention, treatment, and health. It focuses on the necessity of Addressing issues in planning and expansion, with an emphasis on marketing.

3. Research Findings

Arabic language graduates play a pivotal role in production and employment as they are a fundamental element in this field. They must familiarize themselves with the cultures of other countries, which contributes to attracting a large number of tourists and mitigating the absence of visitors.

Their role should not be limited to what they observe and the tasks assigned to them. In addition to translating health and medical literature, they should generate novel and innovative ideas that adapt to the constantly changing reality of conditions to meet tourists' needs, as the availability of scientific and modern resources is contingent upon tourists' inclination and demand. In this regard, it is suggested that studies be increased, particularly in discovering natural and indigenous capabilities and creating pioneering ideas and educational workshops that can be implemented by graduates of Arabic language and literature and other related disciplines.

4. Discussion of Results

- 1) Lack of necessary guidelines in the field of natural leadership programs, which could be designed and developed in collaboration with Arabic language graduates, especially those with experience in therapy.
- 2) Insufficient investment in the nature therapy sector due to a lack of awareness about the advantages and capabilities of regions.
- 3) Absence of civic behavior and cultural norms in the regions.
- 4) Weak advertising and marketing due to poor knowledge levels, lack of awareness in Arabic translation and conversation, unfamiliarity with marketing policies in the target language, and sometimes low remuneration.
- 5) Services do not improve based on standards, where understanding the communication culture of Arabic-speaking tourists would be highly effective.
- 6) Shortage of specialized personnel in the field of medical tourism; utilizing specialized teams proficient in the target language would have a significant impact on attracting tourists.
- 7) Introduction of ineffective regulations and the use of ambiguous terms in the target language, which can be rectified through training for graduates.
- 8) Seasonal nature of some jobs leading to the employment of Arabic language graduates only during specific periods, which can be addressed through measures such as employee exchanges and alternative positions within the same group.

This research analyzes the entrepreneurial challenges faced by Arabic language and literature graduates in the field of nature therapy. The results indicate that providing and improving facilities and implementing intelligent strategies will have a positive impact on attracting more health tourists, requiring coordinated and responsible action and interaction.

The Sources and References:

A: Books

1. Audretsch, David B; Grilo, Iñigo; Thurik, A. Roy, **Explaining entrepreneurship and the role of policy: The handbook of research on entrepreneurship policy**, 2007.
2. Bahraini Zarch, Mohammad Ali; Mohammadreza Shadnam, **Technology Commercialization or Wealth Creation from R&D: Accompanied by Indigenous Examples**, First Edition, Tehran: Baztab, 2007. [In Persian]
3. **Dessler, Gary**, Fundamentals of Human Resource Management, **Translated by Ali Parsaian and Seyed Mohammad Arabi, Tehran: Cultural Studies Office, 2005**. [In Persian]
4. Elwani, Mehdi, **Decision-Making and Government Policy**, Tehran: Samit, 1997. [In Persian]
5. Henrekson, Magnus; Stenkula, Mikael, **Entrepreneurship and public policy. Handbook of entrepreneurship research**, Springer, 2010.
6. Lnge, Benjamin, **A Survey On Access Control Deployment Communication in computer and information science**, 2014.
7. Lundstrom, Anders; Stevenson, Lois A, **Entrepreneurship Policy: Theory and Prectice**, 2005.
8. Mehrmohammadi, Majid, **Examination of Factors Influencing the Promotion of Educational Activities in Comparison to Research Activities in the University**, Research Project, Behbahan Branch: Azad University, 2010. [In Persian]
9. Redford, Daniel T, **Entrepreneurship and Public Policy in Today and Tomorrows Portuguese republic**, University of California, 2012.
10. Ziyghami, Ali, **National Entrepreneurship and Commercialization Conference**, Semnan Arabic Language and Literature, Semnan University, 2014. [In Persian]
11. Ziyghami, Ali, **Collection of articles of the second national conference on business entrepreneurship and marketization of language**. Semnan Arabic Literature, Semnan University, 2024. [In Persian]

B: Magazines

12. Alvarez, Carlos, Urbano; D, Codureas, Antonio; Ruiz- Navarro, J, "Environmental conditions and entrepreneurial activity: a regional

- comparison in Spain", **Journal of Small Business and Enterprise Development**, no. 18, p.p. 120- 140, 2011.
13. Aliabadi, Ebrahim; Azizi, Mohammad; Alam Tabriz, Akbar; Davari, Ali, "Identifying the implementation of entrepreneurship and innovation policies in the development programs of the Islamic Republic of Iran", **Quarterly Journal of Innovation and Creativity in Humanities**, no. 8, p.p. 95-132, 2018. [In Persian]
 14. Bienstock, Carol C; Demoranville, Carol W; Smith, Rachel K, "Organizational citizenship behavior and service quality", **Journal of Services Marketing**, Vol .17 , no.4, p.p. 357-378, 2013.
 15. Dehghan, Reza; Rashadat Joe, Hamida; Talebi, Kambyz; Dargahi, Hossein, "Strategic Analysis of Iran's Health Tourism in the Corona Era", **Biyavard Health Magazine**, Vol. 14, p.p. 520-534, 2020. [In Persian]
 16. Esmaeili, Sajjad; Bash Ghareh, Luqman, "Pathology of Arabic Language and Literature Curriculum Based on Commercialization and Entrepreneurship Indices", **Iranian Association of Arabic Language and Literature**, Vol. 1, no. 35, p.p. 171-189, 2015. [In Persian]
 17. Madhoushi, Mehrdad; Tabar, Javad, "Developing an Indigenous Framework for Organizational Agility in Knowledge-Based Companies Using the ISM Structural-Interpretive Modeling Approach", **Productivity Management**, Vol. 11, no. 44, p.p. 7-34, 2018. [In Persian]
 18. Nazemian Human, "Entrepreneurship in the field of Arabic language and literature; Opportunities and challenges", **The national conference on entrepreneurship and commercialization of the field of Arabic language and literature**, Semnan University, 2013. [In Persian]
 19. Nemati, Mohammad Ali, "Challenges and prospects of realizing the entrepreneurial society", **Proceedings of the Conference on Entrepreneurship**, Tehran, 2011. [In Persian]
 20. Qoreli, Heda; Najarian, Majid, "The Role of the Arabic Language in Improving Health Tourism in Iran", **Scientific-Research Journal of the Iranian Association of Arabic Language and Literature**, Vol. 5, no. 37, pp. 213-228, 2015. [In Persian]
 21. Rajabi, Farhad, "The challenge of commercialization of Arabic language education in Iran", **Najman Iranian Scientific Journal**,

- Iranian Language and Literature, Arabic**, Volume. 3, no. 40, p.p. 213-234, 2016. [In Persian]
22. Rezaei, Bijan; Abbas-Pour, Abbas; Niknami, Mostafa; Rahimian, Hamid; Delavar, Ali, "Analysis of ways to improve university entrepreneurship in the field of humanities and presenting a basic theory", **Quarterly Journal of Innovation and Creativity in Humanities**, Vol. 3, no. 2, p.p. 185-215, 2013.[In Persian]
23. Sayadinejad, Ruholah; Abdoli, Amir Hossein, "Arabic Entrepreneurship and Business Principles and Solutions", **Numbering in the Field of Arabic Language and Literature**, Iranian Language and Education Association, p.p. 23-248, 2016. [In Persian]



مجلة دراسات في اللغة العربية وآدابها، نصف سنوية دولية محكمة

السنة الخامسة عشرة، العدد التاسع والثلاثون، ربيع وصيف ١٤٠٣ هـ. ش/ ٢٠٢٤م

دراسة المعوقات التي تواجه خريجي اللغة العربية وآدابها بشأن زيادة الأعمال في مجال العلاج الطبيعي

أحمد لامعي كيو*؛ سمية إقبالى نسب**

مقالة علمية محكمة

DOI: [10.22075/lasem.2024.32316.1406](https://doi.org/10.22075/lasem.2024.32316.1406)

صص ١٠٨-٨٢

الملخص:

شهدت زيادة الأعمال في مختلف المجالات العلمية نمواً كبيراً في العالم. وتعتبر زيادة الأعمال والتسويق الهدف الأساسي في مجالات العلوم المختلفة، ويضمن ديمومة هذا المجال تحويله الديناميكي للمجتمع المتلقي وزيادة الأعمال في مجال العلاج الطبيعي والصحة، والاهتمام بكل زواياها المجهولة والمهمشة أحياناً. فهي على مستوى اللغة العربية وآدابها، تحتل مكانة ذات أهمية، وهي بخلاف ما يعتقد الرأي العام الذي يعتبرها مقصورة على بعض المهن المحددة وتعتمد من قبل مؤسسات معينة، يمكنها تحديد مسارات ووجهات نظر جديدة ربما لا ينتبه لها الآخرون، ولا يُعيرون اهتماماً لما يجري فيها من تزوير وتغيير. ولكن هذه القضية لا تعتبر الحل المطلق لكل القضايا. وبطبيعة الحال، لا تخلو من العقبات. حاول هذا البحث التعرف إلى المعوقات والتحديات التي تواجه زيادة الأعمال في مجال العلاج الطبيعي لخريجي اللغة العربية وآدابها باستخدام المنهج الوصفي التحليلي وتعزيزه بمصادر المكتبات إذ تبين نتائج الدراسة أن تحسين المرافق العامة، سيكون له تأثير إيجابي في استقطاب المزيد من السياح في القطاع الصحي مما يتطلب تحركاً وتفاعلاً متناعماً ومسؤولاً. وعليه فإن لخريجي اللغة العربية دوراً محورياً في هذا المجال، إذ ينبغي لهم التعرف إلى ثقافة شعوب الدول الأخرى التي تسهم في كثرة عدد السياح، فضلاً عن عدم الاقتصار على ما يرونه وعلى ما يوكل إليهم من الأمور. عليهم خلق أفكار جديدة تناسب واقع الحال كل حين لتمكينهم من تلبية احتياجات السياح، إضافة إلى ترجمة بعض المصنفات الصحية والطبية، لأن توافر الموارد العلمية والحديثة يوجب رغبة السياح وإقبالهم. في هذا الصدد، يُقترح زيادة الدراسات الهادفة منها لاكتشاف الإمكانيات الطبيعية والمحلية وإيجاد أفكار ريادية، وورشات تعليمية يمكن تطبيقها بواسطة خريجي اللغة العربية وآدابها وتخصصات أخرى.

كلمات مفتاحية: زيادة الأعمال، العلوم الإنسانية، اللغة العربية، العلاج الطبيعي، المعوقات.

* - أستاذ مشارك، فرع اللغة العربية وآدابها، جامعة بيرجند، بيرجند، إيران. العنوان الإلكتروني: ahmad.lamei2@birjand.ac.ir

** - ماجستير في الأدب المقارن، جامعة بيرجند، بيرجند، إيران.

المقدمة

إنّ مصطلح التسويق وريادة الأعمال عمليّة متخصّصة، يتمّ من خلالها تصدير المنتجات عن طريق قياس قدرات الخبراء في كلّ مجال. ولاشك في أنّ لهذا العنوان، في العصر الحاضر، تطبيقات ديناميكيّة، إذ يعدّ العمل مصدراً أساسياً للإنتاج والأهمّ من ذلك، استراتيجيّة لتحقيق الابتكار في العمل، نظراً إلى خلفيّة العلوم ومنهجية تسويقها، يمكن القول إنّ بعد الحرب العالميّة الثانية، أصبح الاهتمام بالعلوم والمعرفة في إطار التنمية الصناعيّة للمجتمعات، مركزاً للعناية، ومع مرور الوقت، وجد مكانته في جميع فروع العلوم الرياضيّة والتجربيّة والإنسانيّة. وعلى هذا الأساس فإنّ الشركات المعرفيّة المؤكدة على ريادة الأعمال بأسلوب علمي، وعلى الرغم من تأثيرها الكبير على نموّ المجتمعات، نحو الاقتصاد الديناميكي، تتطلّب عمليّة بتكاليف كبيرة ومدّة طويلة وخطورة تحتاج إلى الدّراسة في محلّها المناسب^١. هذه القضية، تستلزم اهتماماً خاصاً في مجال العلوم الإنسانيّة، خاصة اللّغة العربيّة وآدابها، بسبب كون اللّغة العربيّة وآدابها من الفروع الرئيّسة وتخصّصاً جامعياً أساسياً من جهة، ومن جهة أخرى، مجاورة بعض الدول والتبادل الفكريّ والثقافيّ. كلّ ذلك يجلب اهتمام الباحثين والمختصّين في مجالات متعدّدة في مجال العلوم الإنسانيّة، مثل التجارة والدين والثقافة والاجتماع. بالإضافة إلى ذلك، فإنّ اللّغة العربيّة، هي لغة القرآن الذي هو كتاب المسلمين السماويّ وله مكانة عظيمة؛ لذا، فإنّ الانتباه إلى اللّغة العربيّة وتعليمها وتطويرها في قطاعات مختلفة وريادة الأعمال لها في مختلف المجالات، كالمجال الاجتماعيّ والثقافيّ والصناعيّ والعلاجيّ وما إلى ذلك، يُمكن أن يسهم في زيادة ديناميكيّة هذه اللّغة وزيادة رغبة الطّلاب في تعلّمها وتطوير ونموّ المجتمع ثقافياً واقتصادياً بشكل كبير.

وفي الوقت الحاضر، يتمّ استخدام خريجي اللّغة العربيّة في المجالات الطّبيّة بجانب المجالات التعليميّة، وذلك لاستقطاب السّياح والمسافرين، الذين يأتون إلى إيران للأغراض العلاجيّة المختلفة. وهو ما يوفر فرص عمل هادفة والحصول على رأس مال اقتصاديّ. ومن وجهة نظر أخرى، فإنّ إيران الإسلاميّة، تقع جغرافياً في منطقة الشرق الأوسط الاستراتيجيّة. بلد غنيّ بالموارد الوطنيّة

١. مجيد مهرمحمّدي، «بررسی عوامل مؤثر بر رواج فعالیت های آموزشی نسبت به فعالیت های پژوهشی در

والحيوية إلى جانب موارد النفط والغاز والمعادن المختلفة. وهي غنية، أيضاً، بالنباتات الطبيّة وعيون الماء الساخن للعلاج بالماء والبراكين الطينية في علاج الأمراض الجلديّة ومناجم الملح لعلاج الأمراض التنفسية والعلاج بالصحراء وغيرها من المواهب الطبيّة التي تحتوي على خصائص علاجية مهمّة.

وتساعد معالم الاستقطاب السّياحيّة في مجال العلاج والفوائد الأخرى مثل التشابهات الدينيّة والثقافيّة والتعامليّة وأمان البلد وتكاليف السفر المنخفضة والعلاقات التاريخيّة والعائليّة وغيرها في جعل إيران وجهة سياحيّة للدول العربيّة.^١ ووفقاً للإحصائيات والمصادر المتاحة، فإنّ سياح دول عربيّة، مثل العراق والبحرين والكويت وسوريا والمملكة العربيّة السعوديّة والأردن وعمان ولبنان، كان القسم الأعظم من سفراتهم العلاجيّة إلى إيران.^٢ لذلك، يمكن أن تؤدّي دراسة وتحديد نقاط التحوّل في المناطق في مجال الصّحة وتوجيه الأنشطة والاستثمارات في قطاعات مختلفة إلى إنشاء فرص عمل وتوظيف أكثر لمجموعات اللّغة العربيّة.

يهدف هذا البحث إلى دراسة معوقات ريادة الأعمال والتسويق في مجال العلاج الطبيعيّ لخزيجي فرع اللّغة العربيّة على أساس الإمكانيّات والقدرات العلاجيّة في مختلف مناطق إيران والاهتمام بتوظيف خزيجي التخصصات الجامعيّة بما في ذلك خزيجي فرع اللّغة العربيّة وآدابها وتوضيح الآفاق المحدّدة بالنظر إلى الإمكانيات الطبيّة للمناطق المختلفة التي هي أحد أهمّ عناصر ريادة الأعمال للقوى البشريّة وتوضّح أهميّة وضرورة التعامل مع هذا الموضوع. يمكن أن تؤدّي نتائج هذه الإجراءات إلى تحسين مستوى نموّ المجتمع وتحركه. كما يمكن أن يساعد التركيز على التوظيف والإصرار على العمل على حلّ الكثير من التحديات والعقبات. وعليه، نسعى في بحثنا هذا، إلى الإجابة عن هذه الأسئلة: إلى أيّ مدى تتوافق ريادة الأعمال لخزيجي اللّغة العربيّة وآدابها مع العلاج الطبيعيّ؟ وما المعوقات في هذا الصدد؟

إنّ الاستراتيجيات والسياسات الموجودة في مجالات العلوم الإنسانيّة، مثل اللّغة العربيّة التي تعتبر هيكلية أساسية لأيّ إنجاز يترتب على تسويق البحوث بالتعاون مع الشركات المعرفيّة

١. هدى قرنلي وماجد نجاريان، «دور اللّغة العربيّة في تحسين السياحة الصحيّة في إيران»، ص ٢١٦.

٢. المصدر نفسه، ص ٢١٧.

والهيئات التنفيذية ذات الصلة، هي واحدة من العوامل المؤثرة في تطوّر البلدان النامية. وبناءً على ذلك، يدرس هذا البحث بطريقة وصفية وتحليلية، وذلك باستخدام المصادر المكتوبة، مجالات استثمار المقدرات الطبيعية في الوقاية والعلاج والصحة، وضرورة دراسة المشاكل في مجالات التخطيط وتوسيعها، مع التركيز على معايير التسويق.

خلفية البحث

لقد تمّ إجراء بحوث جديرة بالملاحظة في موضوع دراسة مشاكل الريادة في مجال اللغة العربية وآدابها والعلاج بالطبيعة، ومن أبرزها:

١. يقترح ناظميان في مقالته المعنونه بـ«الريادة في مجال اللغة العربية وآدابها: فرص وتحديات» (١٣٩٣ش/٢٠١٤م)، تغيير المنظور التقليدي للغة العربية، والتركيز على ضرورة وأهمية الاتصال والتفاعل مع العالم العربي واللغة العربية المعاصرة، وأهمية جعل دروس اللغة العربية عملية، وتغيير محتوى الموضوعات بالتركيز على تعليم اللغة العربية الفصحى والعامية، وتنمية مهارات اللغة، وفصل الأدب عن اللغة، فضلاً عن استخدام أحدث طرق تعليم اللغة في العالم وإنشاء اتصال فعال بين خريجي قسم اللغة العربية والمؤسسات والهيئات الحكومية وغير الحكومية ذات الصلة بالعالم العربي واللغة العربية، كطرق حلّ تمكن من تربية خريجي هذا الفرع إلى حدّ كبير.

٢. وقد حاول فرهاد رجبى في مقالة له بعنوان «تحديات تسويق تعليم اللغة العربية في إيران»؛ أن يقدّم تخطيطاً إدارياً لتنسيق مجال اللغة العربية. تشير نتائج البحث إلى أنّ نطاق البحث وإطار المناقشة في عملية التخطيط، هو العناية بالعناوين التربوية والتعليمية الملائمة والمناسبة لريادة الأعمال، وتشجيع وتدريب الطلاب فضلاً عن التواصل مع المراكز العلمية والمؤسسات ذات الصلة. وبذلك يمكن تسويق اللغة العربية بإيجاد نشاطات في أمر التعليم، والعناية بسوق العمل بجانب العناية العلمية، لأجل تحسين عملية ريادة الأعمال.

٣. كما إنّ روح الله صيادى نژاد وأمير حسين عبدلي، قد توصّلا في مقالة «القدرات والحلول ومبادئ ريادة الأعمال وتسويقها في مجال اللغة العربية وآدابها» (١٣٩٥ش/٢٠١٦م)، إلى وجود إمكانات مستترة وظاهرة كثيرة لنخبة وخريجي هذا المجال للنمو والتطوّر في إيران. ومن

الواضح أن إنشاء هيئة منظمة ومركزية تركز على احتياجات المجتمع لهذا الفرع واستقطاب المواهب الجامعية الماهرة في هذا المجال، أمر ضروري لتمكّن من الاستفادة القصوى من القدرات العلمية في البلاد وتحقيق توازن بين العرض والطلب في هذا الفرع. وفقاً للبحوث التي أجريت في مجال دراسة المشاكل في فرع اللغة العربية وزيادة الأعمال لهذا الاختصاص، تم إجراء بحوث جديدة بالملاحظة ودراسات تحليلية لدور اللغة العربية في السياحة الصحية. إلا أنه، ليست هناك دراسات تقوم بدراسة المشاكل في مجال زيادة الأعمال في فرع اللغة العربية وآدابها والعلاج بالطبيعة بشكل مستقل، لذا يبدو أنه من الضروري، إنجاز بحث أكاديمي في هذا المجال.

وبناءً على الأبحاث التي أجريت في مجال مستقبل اللغة العربية والريادة، فقد أنجزت دراسات تحليلية وإجراءات مهمة. أهمها وأبرزها، عقد المؤتمر الوطني حول ريادة الأعمال وتسويق اللغة العربية والاجتماع السادس لرؤساء أقسام اللغة العربية للبلاد في جامعة سمنان وفي شهر إسفند سنة ١٣٩٣ ش/ ٢٠١٤ م، إذ تم تنظيم ورشتين للتدريب والمباحثة. ولقد قدمت لجنة ريادة الأعمال والتسويق إستراتيجيات ومخططات مبتكرة واتخذت قرارات مثل تغيير عناوين الدروس في قسم اللغة العربية بما يناسب احتياجات المجتمع. وكان توسيع وخلق اتجاهات دراسية أخرى بين تخصصات شتى والاهتمام بالتدريب على المهارات وتوجيه المتعلمين نحو ريادة الأعمال بجانب التعليم، ضمن تنظيم ورشات تدريسية خارج المنهج، وزيادة معدل دورات الترجمة والمحاضرة ضمن الأهتمام بالصناعة السياحية، جزءاً من نتائج المؤتمر الوطني^١. وهكذا كانت نتيجة المؤتمر الثاني لريادة الأعمال والتسويق تركز بشكل خاص على ترجمة النصوص الطبية العربية والسياحة الصحية، وإضفاء الطابع المؤسسي على مهارات حل المسألة وتنمية التفكير النقدي والإبداع في مجال اللغة العربية^٢.

١. أنظر: علي ضيغمي، «همايش ملي كارآفريني و تجاری سازی رسته زيان و ادبيات عربي»، ص ح ومابعدھا.
٢. علي ضيغمي، «مجموعه مقالات دومين همايش ملي كارآفريني و تجاری سازی رسته زيان و ادبيات عربي»، ص ٧.

المناقشة الرئيسة

تحتل المعرفة النظرية والمهارة في القيام بالأعمال العلمية بطريقة هادفة، مكانة مهمة كقوة ورأس مال غير ملموس في التشغيل الفعلي والقانوني في العالم المعاصر. وإن استخدام المعرفة بفعالية أكثر وبأفضل الطرق تنظيماً يخلق تقدماً اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً ملحوظاً في المجتمع^١. وفي هذه الأثناء، سيكون النجاح للمجتمعات التي تستفيد من الموارد البشرية الماهرة والمتخصصة والمبدعة والواثقة من نفسها؛ وسيصبح الأشخاص المبدعون والمبتكرون الذين يحملون لقب رواد الأعمال المصدر الرئيس للتغيرات الكبيرة في الصناعة والتعليم والخدمات^٢. وفي مثل هذه المجتمعات، يكون نطاق تأثير ريادة الأعمال والابتكار واسعاً جداً، بطريقة تشمل تغييرات في القيم الاجتماعية ونموً وتطوراً في الاقتصاد، وفرصاً قيمة لخلق فرص العمل، والتطور التكنولوجي، والمعرفة والتوسع. إن فتح أسواق جديدة حتى في المجالات والقطاعات الأخرى سيؤدي إلى التنظيم والاستخدام الفعال للموارد وتشجيع الاستثمار وزيادة الثروة في المجتمع^٣.

يعمل خريجو اللغة العربية في الصيدليات والمختبرات ومرافق العلاج بالطبعية وما إلى ذلك بعد تعلم الحوار والترجمة ويقوم قسم آخر بأدوار التسويق والاستشارة والتدريس وما إلى ذلك. ومع ذلك، فهناك عقبات في هذه المجالات يمكن استكشافها وتحليلها وتشخيصها بالاعتماد على العنصر الطبيعي والموارد الطبيعية التي تمت ملاحظتها بشكل ملحوظ في إيران، ويمكن أن تؤدي إلى خلق فرص بناءة. وفيما يلي، سنستعرض بعض المشاكل الموجودة في بيئة العمل وريادة الأعمال في مجال اللغة العربية وآدابها.

عدم الاهتمام بريادة الأعمال

شهد نمو العلوم والصناعة تأثيراً ملحوظاً على حياة البشر وجعلها أكثر تعقيداً وديناميكية بشكل مستمر. وبناءً على ذلك، يجب على الإنسان تطبيق برامج جديدة وملائمة، ليتمكن من تحقيق

^١ مهرداد مدهوشي و جواد تبار، «تدوين چارچوب بومی چابکی سازمانی در شرکتهای دانش بنیان با رویکرد مدلسازی ساختاری-تفسیری ISM»، ص ٦١.

^٢ بیژن رضائی و آخرون، «واکاوی راهکارهای بهبود کارآفرینی دانشگاهی در حوزه علوم انسانی و ارائه یک نظریه زمینه‌ای»، ص ١٣.

^٣ محمدعلی نعمتی، «مدیریت دانش، چالش‌ها و فرصت‌ها»، ص ٢.

نجاح في التواصل والتنافس مع أقرانه. هذا الأمر أثر على المؤسسات والمنظمات، بصفتها المسؤولة عن القضايا في مجال ريادة الأعمال. وبما أن الهدف هو تحقيق أداء ممتاز ومستدام من خلال السعي لتحديد فرص جديدة، يمكن اعتبار ريادة الأعمال المؤسسية نتيجة بحثهم الناجح عن الفرص الواضحة في ريادة الأعمال، بهدف محاولة التعرف على الفرص الجديدة للأداء المتميز والمستدام، وأن يحاولوا تحقيق هدف من خلال الدراسة الهادفة والتخطيط المنتظم والتنبؤ الصحيح لسوق توليد الطلب^١.

ومن وجهة نظر الباحثين والمحققين، تعدّ ريادة الأعمال المؤسسية في معانيها الابتكار والاستثمار والمخاطرة المؤسسية والتحديث الاستراتيجي، مصحوباً بتوجه محدد داخل المنظمة. وفي هذا الإطار، فإنّ الريادة الاستراتيجية للأعمال هي بمعنى تحديد واستغلال الفرص مع الحصول على الميزة التنافسية وتعزيزها في الوقت نفسه. ومن أجل تحقيق هذا النوع من ريادة الأعمال، يكتسب التخطيط الذي يعتبر مبدأً موجهاً لتحقيق هذا الهدف أهمية كبيرة. ويعزز التخطيط القدرات الإدارية ويساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها المرجوة. وترتبط سياسة ريادة الأعمال، في الأساس، بخلق البيئة ونظام الدعم الذي يوفر ظهور رواد أعمال جدد^٢. وفي مجال العلاج بالطبيعة والسياحة الصحية، يمكن أن يكون انعدام التخطيط الدراسي السليم والفعال في المنطقة أحد التحديات الرئيسة التي يجب حلها بطريقة منهجية ومنظمة من أجل توفير بيئة عمل مناسبة لخبراء هذا المجال، بما في ذلك فرع اللغة العربية. وهناك في هذا المجال أيضاً، مشاكل المترجمين في اللغة العربية في مجال الرعاية الصحية، مثل عدم الأطلاع على المصطلحات الطبية المتخصصة، ومصطلحات الأمراض السريرية واللاسريية، وتعليمات الأطباء وغيرها، ونقل المصطلحات والتعبير الطبيّة بشكل غير صحيح من الفصحى إلى العامية، فضلاً عن عدم الأطلاع على تكنولوجيا المعلومات ومشاكل أخرى كثيرة تتطلب المزيد من الاهتمام بالبرامج التعليمية الصناعية.

١. رجبي، فرهاد، «جالش تجاری سازی آموزش زبان عربی در ایران»، ص ٢٢٠.

٢. Lundstrom, A, & Stevenson, L, A, **Entrepreneurship Policy Typologies. Entrepreneurship Policy**, p 501.

إنّ التوجّه المناسب في هذا القطاع من قبل الشركات المعرفيّة، يمكن أن يسهم في تشكيل مستقبل وظيفي لمجموعة متنوّعة من التخصصات. وستقدّم استراتيجيات مثل معرفة سوق العمل في السياحة الصحيّة وتوجيه البرامج نحو الهدف المطلوب وإنشاء شركات خاصّة ومراكز علاجية وتعزيز شكل التعليم وغيرها، مساهمة كبيرة في نجاح مجموعة الأعمال.

عدم الاستثمار في قطاع العلاج بالطبيعة

المنافسة الشديدة في سوق ريادة الأعمال والصناعة على المستوى الوطني والدوليّ تزيد من أهميّة الابتكار والمرونة والاستجابة والتعاون في نجاح المؤسسات على المدى الطويل في الوقت الحاضر. مع زيادة سرعة التغيير والتحوّل في المنظّمات، إذ من المناسب أن تتوافق هذه المؤسسات مع الظروف الجديدة وتستفيد من الفرص المتاحة بشكل أفضل.

ويتراوح تقدير تكاليف التسويق بين ١٠ و ١٠٠ مرّة أكبر من تكاليف البحث والتطوير وإدخال التقنيات الجديدة إلى درجة أقلّ من خمسة في المائة من الأفكار الجديدة، لتصبح ناجحة تجارياً^١. وللأسف، لم تحظ هذه العمليّة باهتمام كافٍ من قبل الجامعات والمراكز التعليميّة العليا وغيرها من المراكز البحثيّة ومعظم الباحثين والمستكشفين في إيران، وذلك بسبب ضعف الاتصال والتفاعل بين هذه القطاعات وقطاع الصناعة. لذلك، تبدو الحاجة الآن إلى الدعم الحكوميّ والهيئات ذات الصلاحيّة أكثر من أيّ وقت مضى^٢. إنّ القرارات والسياسات التي تعتمدها مختلف سلطات القطاع العام، مثل البرلمان والحكومة والسلطة القضائيّة، والتي تمثّل حماية المصالح الوطنيّة، وإحالتها إلى مدراء الإدارات المختلفة، ستعوّض وتحلّ جزءاً مهمّاً لاحتياجات قطاع ريادة الأعمال^٣.

إنّ عدم الاهتمام بقدرات كلّ قطاع من مناطق إيران التي تتمتّع بميزات فريدة يُعتبر من نقاط الضعف التي يمكن حلّها العديد من مشاكل التوظيف من خلال تحليلها. فلا تزال العديد من جوانب الطبيعة غير معروفة ولا تزال تعاني من قلة اهتمام سكّان المنطقة المحيطة بها. في هذا

١. محمّد علي بحريني زارتنش و محمّد رضا شادنام، تجاري سازهي فتاورى يا چگونگى توليد ثروت از تحقيق و توسعه: به همراه نمونه هاي بومى، ص ٤١.

٢. المصدر نفسه، ص ٤١.

٣. مهدي الواني، تصميم گيرى و خط مشى دولتى، ص ١٣.

الصدد، تمّ طرح التحديد والدراسة واستقطاب الاستثمارات والتقييم على أساس قدرات كلّ منطقة في مجالات مختلفة من الطبّ والعلاج بالطبيعة كفرع وصناعة جديدة مربحة ومهمّة. وبناءً على ذلك، فإنّ استخدام القوى العاملة المتخصصة والفعّالة التي يمكنها تحقيق اتصال فعّال مع السّياح، وتوفير المزيد من النموّ والديناميكيّة، يجب أن يكون وجهة اهتمام المعنيين في مجال ريادة الأعمال لخريجي اللّغة العربيّة.

يمكن أن توفّر دراسات وأبحاث حول القدرات الطبيعيّة المتاحة الدعم الماديّ والمعنويّ للمواهب الخاصّة والنخب والمبدعين العلميين في هذا المجال، وهو ما ورد في برنامج التنمية الخامس للدولة، تحت المادّة الثامنة عشرة. إذ إنّ استقطاب المستثمرين من الأفراد والمؤسّسات والاستثمار في مجالات مختلفة منها يهدف إلى استقطاب المزيد من السّياح الصحيّين، وتعزيز ثقافة ريادة الأعمال المؤسّسيّة كعنصر رئيس في زيادة قدرات الشركات الابتكاريّة وتوفير فرص عمل برواتب مجزية.

عدم تواجد سلوك المواطنة التنظيميّة (تنمية الثقافة)

تمّ تناول مفهوم سلوك المواطنة للمرّة الأولى بواسطة باتمان وارغن¹ في أوائل عقد ١٩٨٠. ويهدف سلوك المواطنة إلى تحديد المسؤوليات والسلوكيات التي يتحمّلها الموظفون في المؤسّسة. وعلى الرغم من أنّ هذه السلوكيات يتمّ قياسها بشكل غير كامل في التقييمات التقليديّة للأداء الوظيفيّ وأحياناً يتمّ تجاهلها، إلا أنّها أصبحت فعّالة في تحسين كفاءة المؤسّسات.² في هذا السياق، فإنّ للانتماء المؤسّسي والمشاركة المؤسّسيّة أهميّة كبيرة.

وفي مجالات العلوم الاجتماعيّة، فإنّ الأفكار السائدة في توظيف الخريجين تعتمد فقط على المؤسّسات والمنظّمات التعليميّة، والهدف النهائيّ لكلّ فرد في اختيار تلك الاختصاصات هو التعليم نفسه. إلا أنّ طرح المجالات والموضوعات الجديدة بناءً على التحوّلات المستمرّة في

¹. Bateman & Organ.

². Bienstock, C. Carol & Demoranville, W. Carol & Smith, K. **Rachel organizational citizenship behavior and service quality journal of services marketing**, p 360.

المجتمعات، يؤدي إلى تغييرات في أنماط التفكير والنظرة العامة لأفراد المجتمع.^١ وإن الاهتمام بالعلاج بالطبيعة في صناعة واقتصاد البلاد وزرع ثقافة العمل في هذا المجال خاصة لخريجي فرع اللغة العربية بإمكانه أن يساعد بشكل كبير على نمو سوق الريادة. والتفكير بأننا يجب أن نخرج من نطاق الأفكار النمطية وندخل في نطاق جديد لتوظيف القوى البشرية الملتزمة والفعالة، يرسب في ثقافة المجتمع مع مرور الوقت وسيوفر الأساس لطرح أفكار ببناء. كما أن توظيف شخص مسؤول يمكنه، إلى جانب الشعور بالالتزام والمسؤولية المنطقية، توفير الأساس للقبول المبدئي للشؤون، والتدريب الواضح على قواعد العمل ومشاركة المتقدمين للوظائف والمستفيدين في صياغة وتنفيذ ثقافة ريادة الأعمال من أجل التقدم والتنمية، وسيساعد العمل وريادة الأعمال بشكل كبير.^٢

ضعف الإعلانات والتسويق

تعمل المؤسسات والمنظمات اليوم في بيئة تعتبر معقدة ومتغيرة ومتنافسة بشكل كبير وتحتاج في كل الأحوال إلى نماذج إدارية جديدة ذكية وإستراتيجية. ومن ضمن القضايا الأساسية في العلوم الاجتماعية، وخاصة في مجال إدارة الشؤون العامة، ضمان تحديث معدات الإدارة ونماذج إدارية للتعامل مع التحديات، والحاجة إلى التكنولوجيا والعلوم الحديثة، والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، ونماذج التنافس الجديدة، وتكوين المجتمعات المعرفية والمعلوماتية.^٣ ويظهر البحث الذي تم إجراؤه في هذا المجال، أن البحث والتطوير في الاستفادة من الفرص التسويقية^٤ تمكّن رواد

١. هومن ناظميان، «كارآفريني در رشته زبان وادبيات عربي؛ فرصتها و چالشها»، ص ٨.

٢. ابراهيم علي آبادي وآخرون، «شناساي موانع اجراي خط مشي هاي كارآفريني و نوآوري در برنامه هاي توسعه جمهوري اسلامي ايران»، ص ١٠١.

٣. سجّاد اسماعيلي و لقمان قره باش، «عناوين باثولوجيا اللغة العربية وآدابها بناءً على مؤشرات التسويق وريادة الأعمال»، ص ١٧٣.

4. Alvarez, C, Urbano, D, Codureas, A, & Ruiz- Navarro, J. **Environmental conditions and entrepreneurial activity**, p 51, Audretsch, D. B, Grilo, I, & Thurik, A.R, **Explaining entrepreneurship and tge role if policy**, p 13, Henrekson, M, & Stenkula, M, **Entrepreneurship and public policy**, In Handbook if entrepreneurship research, p 601,

الأعمال وأن تسويق المعرفة وتطوير المهارات ومشاركة المسوقين والمؤسسات،^١ واستقطاب المستثمرين في مجال الإدارة ومحاولة الحفاظ على الميزة التنافسية هي من بين التدابير الفعالة في زيادة الأعمال.

في هذا السياق، فإنّ واحدة من النماذج المناسبة للتغلب على هذه المسائل هي الاستفادة من فرص التسويق واستقطاب المستثمرين في مجال الإدارة^٢ والسعي نحو الحفاظ على الميزة التنافسية. ونظراً إلى زيادة سرعة المنافسة وضغطها مع وجود التكنولوجيا والنظريات الحديثة في مجال الإدارة، يجب على المؤسسات التحرك في هذا الاتجاه. ففي العالم الحديث، سيكون الأشخاص الناجحون والفعالون، هم الذين يتمتعون بدرجة عالية من الذكاء والقدرة على تحقيق ميزة تنافسية دائمة عند المنظّمات التي لديها مستوى مناسب من الذكاء التنظيمي.^٣

في هذا السياق، سيكون لاستقطاب السُّيَّاح بشكل خاص في مجال السياحة الصحية أهمية بارزة، إلى جانب تقديم خدمات طبيّة وعلاجية ممتازة لسُّيَّاح الصّحة، إذ توفر إيران، بفضل ثروتها الطبيعيّة والوطنيّة، فرصاً ذهبيّة، يمكن من خلال العمل على تطويرها الوصول إلى نتائج جيّدة. هنا، بالإضافة إلى عدم الاهتمام بقدرات الطبيعة، عدم القدرة على توجيه الزبائن والأسواق نحو الهدف، ما يشكّل واحدة من نقاط الضعف الكبيرة التي يمكن علاجها بتعليم المهارات الصحيحة بهدف تحقيق هدفين؛ استقطاب السُّيَّاح وإيجاد تحوّل في فرص التوظيف لخريجي اللّغة العربيّة في البيئة العالميّة وبالتنافس البناء مع البلدان الأخرى. علاوةً على ذلك، أدى عدم تواجد فرق تسويق وإعلان

1.Redford, D,t, **Entrepreneurship and Public Policy in Today and Tomorrows Portuguese republic**, p 67.

2 . Alvarez, C, Urbano, D, Codureas, A, & Ruiz- Navarro, **J.Environmental conditions and entrepreneurial activity**, p 136.

3. سجّاد اسماعيلي و لقمان قره باش، «آسيب شناسی سرفصل های رشته زبانی و ادبیات عربی بر اساس شاخص های تجاری سازی و کارآفرینی»، ص ١٧٥.

4. Lnge, B "A Survey On Access Contril Deployment". Communication in computer and information science, p 33.

واستشارة بارعة في اللغتين الفارسيّة والعربيّة إلى ضعف في التسويق والإعلان على نطاق
الإمكانات الإقليمية والمحليّة.

عدم تحسين الخدمات وفقاً للمعايير

بالإضافة إلى الاستفادة من الخدمات الطبيّة، يهتم السّيّاح الصحيّون بالمرافق المتاحة للراحة،
مثل وسائل النقل وجودة الاستجابة في المرافق العلاجيّة وتوفّر الأدوية والمستلزمات المرتبطة بها.
لذا، فإنّ تنوع المرافق العلاجيّة وفقاً لظروف المرضى والمراجعين كي يتمكنوا من التنقل براحة
وقضاء حاجاتهم، وتخصيص مترجمين خاصّين لمرافقة السّيّاح وما إلى ذلك، سيساهم بشكل كبير
في تحسين جودة الخدمات المقدّمة.

إنّ عدم إحياء المرافق في بعض مناطق العلاج الطبيعيّ مثل ينابيع الماء الساخن والبراكين
الطينية والمناطق الصحراويّة ومناجم الملح الطبيّة وعدم معالجة المنتجات الطبيعيّة يؤدّيان إلى
عدم الاستفادة المناسبة من الموارد الطبيعيّة المتاحة في إيران. وإهمال مواهب العلاج بالطبيعة
وانخفاض مستوى الدّراسات والأبحاث عند طلاب اللّغة العربيّة وآدابها، هو إحدى نقاط الضعف
في هذا المجال.

لذا، فإنّ بناء الفنادق والمجمعات الثقافيّة والترفيهيّة وتوفير مترجمين ذوي خبرة وتجهيز
المكتبات بالكتب العربيّة في مجال العلاج بالطبيعة، تُعتبر مجموعة من التسهيلات التي يمكن أن
تسهم في استقطاب السّيّاح الصحيّين. بالإضافة إلى ذلك فإنّ استقطاب العملة الأجنبيّة يوفر فرص
عمل متنوّعة في فروع مختلفة، بما في ذلك فرع اللّغة العربيّة.

نقص عدد المتخصّصين في مجال السياحة العلاجيّة

أن تكون السياحة الصحيّة صناعة مربحة وشاملة في الأبعاد الاجتماعيّة الأخرى مهمّة
للحكومات. لذلك، فإنّ الحاجة إلى الاهتمام بمختلف قطاعات صناعة السياحة العلاجيّة
واستغلال المواهب الإلهيّة في تطوير هذه الصناعة، يمكن أن يكون له دور ملحوظ في دعم
التوظيف والتجارة وتحقيق الموارد الماليّة للبلد.

يمكن للتقدم الملحوظ الذي حققته إيران في مجال الطب والصحة، وخاصة في مجال العلاج بالطبيعة والطب التقليدي، أن يجعل إيران رائدة بين بلدان المنطقة في صناعة السياحة الصحية. ويُعتبر تطوير صناعة السياحة الصحية من بين الأولويات في خطة التنمية، بالنظر إلى إمكاناتها للنمو الاقتصادي في البلاد، وخاصة زيادة فرص العمل. تحوّلت السياحة الصحية إلى صناعة مربحة للعديد من البلدان إلى درجة أنّ العائدات الناتجة عنها في بعض البلدان المتقدمة تفوق بضعة أضعاف عائدات النفط في البلدان الأخرى. فأصبحت السياحة الصحية، اليوم، صناعة مُدرة للنمو الاقتصادي في مختلف البلدان، حيث يمكن للدخل الحاصل منه أن يقلل من اعتماد البلاد على الموارد النفطية بشكل كبير.^١

بإمكان العلاج بالطبيعة، الذي يمكن اعتباره أحد فروع السياحة العلاجية، أن يحقق ازدهاراً لإيران. كما أنّ استغلال الينابيع الطبيعية، سيكون فعالاً للغاية في علاج العديد من الأمراض الجسدية، ولهذا يجب أن يهتم المعنيون باستخدام قوى العمل المتخصصة في السياحة العلاجية، ليتمكّنوا من نشر وتطوير هذه الصناعة بطريقة هادفة.

يمكن لإيران أن تكون واحدة من أفضل بلدان العالم في صناعة العلاج بالطبيعة. إنّ العلم المتجدد لدى الأطباء الإيرانيين المختصين وتصنيفهم بين أفضل الأطباء في العالم، يزيد من ثقة الناس ويجعلهم يسافرون إلى إيران للعلاج. في ضوء زيادة هذه الرحلات، بإمكان الاهتمام بالعلاج بالطبيعة الموجه من قبل الخبراء في مجال السياحة العلاجية أن يوفر الكثير من فرص العمل، خاصة في المجالات المتخصصة.

طرح القوانين غير الفعّالة

في السوق التنافسية الحالية، عادةً ما يكون الموظفون والعنصر البشري المتخصص في المؤسسة، هم الذين يوجبون التفوق أو الميزة التنافسية، وليس الأجهزة أو الحواسيب المتقدمة.^٢ لذلك فإنّ القوانين الموضوعية لكل مؤسسة أو منظمة لا تسبّب الابتكار والاكتشاف إلا إذا كانت مبنية على القدرات والمهارات المواهب. تشمل هذه السياسات والخطوات ما يلي: تحليل

١. رضا دهقان وآخرون، «تحليل راهبردی صنعت گردشگری سلامت ایران در دوران کرونا»، ص ٥٢٠.

٢. گری دسلر، مبانی مدیریت منابع انسانی، ص ٤١.

الوظيفة، تخطيط الموارد البشرية واستقطاب الموظفين، اختيار المتطوعين المؤهلين، تدريب الموظفين المستجدين، إدارة الأجور والرواتب، تعزيز التحفيز، تقييم الأداء، بناء العلاقات مع الموظفين، تطوير العنصر البشري والتزام موظفي المؤسسة.^١

إنّ وضع قوانين غير متوافقة مع هيكل المؤسسة وتعريف عمليات غير فعّالة وغير متوافقة مع محاور الابتكار لتوظيف قوى عاملة متخصصة عربيّة في مجال الصّحة في بعض الحالات يكون تطبيق قواعد خارج الإطار المحدّدة بما في ذلك: (١) توظيف أشخاص في نطاق عمر محدّد، (٢) طلب أوراق علميّة من المتقدّمين من جامعة محدّدة أو مؤسسة معيّنة بدون أيّ صلة بمجال العمل المطلوب، (٣) توظيف أشخاص غير متخصصّين بسبب تدنيّ التكلفة فقط على اعتبار أنّ لديهم تجربة أكثر، (٤) إدارة متصلّبة واستبداديّة لبعض المدراء في سلطاتهم، ممّا يجعل الأفراد يمتنعون عن التعبير عن آرائهم ويشعرون بعدم الرغبة في التعبير عن أفكارهم.

هذه المسائل المذكورة أعلاه، تشكّل عقبات هائلة في مجال ريادة الأعمال المؤسّسية، ومن المناسب تحليلها وتوضيحها بتوجيه ذكيّ وعلميّ وبمساعدة خبراء السياحة العلاجية. في المقابل، يمكن حلّ العديد من المعوّقات والمشاكل التي يواجهها الخريجون بواسطة: (١) إلغاء بعض القوانين التي لا دور لها في هيكل الريادة، (٢) توفير بيئة تسمح للأفراد بطرح أفكارهم وآرائهم بحريّة ومنطقيّة، (٣) الترحيب بالأفكار والابتكارات الجديدة والمتفوّقة، (٤) وضع مكافآت ومزايا للأفكار النافعة والبناءة، (٥) ترقية الموظفين المؤهلين. جدير بالذكر أنّ هذه الإجراءات تزيد من مواجهة أفراد المؤسسة للمشاكل في الأزمات بشكل إيجابي، وتجهّزهم لإدارة الشؤون ذات الصلة وتوفّر القدرة على ريادة الأعمال وتعريف مجالات التوظيف الديناميكية.

كون بعض الوظائف موسميّة في مجال العلاج بالطبيعة

يعتمد العلاج بالطبيعة على العناصر الطبيعيّة والبيئيّة وتباين قدراتها في كلّ موسم، إذ إنّ نموّ النباتات يحدث في فصل معيّن. ولا يمكن الاستفادة من إمكانات ينابيع الماء الساخن والبراكين الطينية والصحاري وغيرها طوال السنة لوجود بعض القيود. في هذا الصدد، تسبّب الطبيعة الموسميّة لهذه المواهب المحليّة بعض القيود على التوظيف وريادة الأعمال الموسميّة التي تتطلّب

١. المصدر نفسه، ص ٢١.

المراجعة والتخطيط لتوفير البنى التحتية اللازمة. علاوةً على ذلك، تختلف الإجازات وأوقات الفراغ في البلدان المختلفة، حيث تكون الطلبات على السفر في فصول السفر والعطل عالية جداً، لكنّها تتناقص في الأوقات الأخرى. ويؤثر توزيع المتخرّجين الناطقين باللّغة العربيّة في كلّ منطقة بشكل كبير على مستوى جودة تقديم الخدمات.

تحسين الأماكن الطبيعة للعلاج بشكل مناسب، وتوفير الأدوات والأجهزة الطبية، وإنشاء متاجر بيع وتقديم خدمات الأعشاب الطيّبة، هي بعض الإجراءات المهمّة في إعداد بيئات الترفيه والعلاج. وتجهيز وسائل الراحة لإسكان الموظفين هو أيضاً من بين الإجراءات الأخرى الرئيسة.

النتيجة

المعرفة والعلم والاقتصاد والصناعة وريادة الأعمال والتوظيف، تنقل شبكة من المعاني في سلسلة مستمرة ومرتبطة تؤدي إلى النمو والتقدم الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي وما إلى ذلك للبشر. لهذا السبب، فإنّ الانتباه إلى هياكل تقديم العلوم وتعليم المهارات واستخدام المعرفة النظرية في توظيف خبراء العلوم، هي أمر حيويّ يجب أن يكون محلّ اهتمام جميع أصحاب الرأي في تعليم خزيجي اللّغة العربيّة وآدابها للدخول إلى سوق العمل الريادي. نتيجة لذلك، ستكون الأمل في الحياة والرفاهيّة والتعايش بسلام. بالنسبة لهذه المسألة، معرفة القدرات الفرديّة والقدرات المحليّة والوطنية واكتشاف الضعف والتحديات ستزيل العديد من العوائق التي تواجه رواد الأعمال في مجال اللّغة والأدب العربيّ. الدراسة الحالية تناولت تحليل وشرح الضعف والعوائق في مجال العلاج بالطبيعة بهدف إيجاد فرص عمل لخزيجي اللّغة العربيّة، وهذه بعض مواطن الضعف والعيوب في هذا القطاع:

(١) إنّ عدم تقديم التوجيهات اللازمة في مجال برامج ريادة العلاج بالطبيعة التي يمكن أن يتمّ تصميمها وصياغتها بالتعاون مع خزيجي اللّغة العربيّة، خاصة الذين لديهم تجربة وخلفيّة في مجال العلاج.

(٢) عدم الاستثمار في قطاع العلاج بالطبيعة: في هذا المجال، يمتنع الكثيرون عن الاستثمار وتخصيص الميزانية له بسبب عدم الوعي بمزايا وإمكانيات المناطق، ممّا يؤدي إلى ترك المواهب

الطبيعية بدون استغلالها. هنا، يمكن الوصول إلى نتائج قيمة ومفيدة وفعالة من خلال دعوة مجموعة من الخبراء في تخصصات مختلفة بما في ذلك اللغة العربية للاستثمار والتوظيف.

٣) عدم سلوك المواطن السليم: سيحصل هذا الهدف عند بناء الثقافة الاجتماعية وترسيخها. وسيتم هذا الهدف بعد تحقق تفعيل قطاعات التوظيف والريادة في العلاج بالطبيعة بواسطة مجموعة خريجي اللغة العربية بالتعاون والتضافر. ويتحقق النجاح والفوز عندما يتقدم خريجو اللغة العربية بالوحدة التعاطف حتى يتمكنوا تدريجياً من تنفيذ رسالتهم.

٤) ضعف الإعلان والتسويق: استخدام الموظفين في مجال اللغة العربية بمستوى معرفي ضعيف وعدم معرفة الترجمة والتحدث باللغة العربية وعدم معرفة سياسات التسويق في اللغة المستهدفة وأحياناً دفع أجور زهيدة للمسوقين، مما يقلل من حماسهم بشدة، تؤثر سلباً على استقبال السياحة العلاجية الطبيعية. وقد أقامت جامعة سمنان في هذا المجال، مؤتمرين اثنين نوقشت خلالهما إستراتيجيات ومخططات مهمة كما ذكر، شملت تعزيز مهارات الترجمة والمحادثة، وستؤدي هذه الإجراءات إلى تغييرات وتطورات في فترة زمنية قصيرة وتلبي احتياجات المجتمع ومن يخاطب بهذه اللغة، كما أن إتقان المترجم لقواعد الترجمة وضوابطها سيؤدي ويعزز سوق التسويق لهذه اللغة تلقائياً. ومن بين المخططات الفعالة والمؤثرة الأخرى التي يمكن لها تنمية التسويق بشكل كبير على مختلف المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والعالمية، عقد ورشات تعزيز العمل خارج المنهج. هذا بالإضافة إلى الاهتمام بالترجمة والمحادثة ضمن موضوع استقطاب السياح. وإن إعداد البرمجيات وتثبيتها على مستوى عالي الجودة، حيث يمكن تثبيتها واستخدامها بسهولة، أمر مناسب ومفيد للغاية. بالإضافة إلى الموضوعات المذكورة، توضيح المبالغ المدفوعة إلى الموظفين والدفع المنتظم في الوقت المناسب لرواتب الموظفين يزيد من جودة تقديم خدمات المنظمات والمؤسسات السياحية، ويعتبر من الأمور المهمة جداً.

٥) عدم تحسين الخدمات وفقاً للمعايير: يمكن تحقيق جزء من التحسينات من خلال استطلاع آراء المراجعين والسُّيَّاح. في هذا السياق، معرفة ثقافة التواصل للسُّيَّاح الناطقين باللغة العربية والتعامل النشط معهم سيساهم في تلافي العيوب.

٦) نقص عدد المتخصصين في مجال السياحة العلاجية: استخدام فرق متخصصة وبارعة في اللغة المستهدفة سيؤثر بشكل كبير على تحسين جودة الخدمات المقدّمة وبالتالي استقطاب السّياح.

٧) طرح القوانين غير الفعّالة: إنّ طرح القوانين غير الفعّالة واستعمال الكلمات المبهمة والمعقّدة باللغة المستهدفة يمكن تصحيحهما من خلال تدريبات هادفة لخريجي اللغة العربيّة وفي هذا السياق ينبغي أيضاً التركيز على تعلّم اللهجات.

٨) كون بعض الوظائف موسميّاً في مجال العلاج بالطبيعة: يؤدّي إلى توظيف خريجي اللغة العربيّة في فترات معيّنة، ويمكن حلّ هذه المشكلة من خلال اتخاذ تدابير مثل تبادل الموظّفين والوظائف البديلة في نفس المجموعة.

في هذا الدراسة، تمّ تناول تحليل مشاكل ريادة الأعمال لخريجي اللغة العربيّة وآدابها في مجال العلاج بالطبيعة. توضّح النتائج الحاصلة أنّ تزويد وتحسين المرافق وتنفيذ الحلول الذكيّة، سيكون لها تأثير إيجابيّ في استقطاب المزيد من السّياح الصحيّين، ممّا يتطلّب تحركاً وتفاعلاً متناعماً ومسؤولاً. ولهذا الفرض قد يلعب طلاب اللغة العربيّة وخريجيتها دوراً مهماً ومحورياً. وباعتبارهم العنصر الرئيس في هذا المجال لاستقطاب السّياح، ينبغي لهم التعرّف على ثقافات شعوب الدول الأخرى وعاداتهم، والدراسة والبحث والنقد والتحليل في هذا المجال يساعد إلى حدّ كبير في استقطاب السّياح. ومن جهة أخرى على خريجي قسم اللغة العربيّة أن لا يقتصرُوا على ما يرونه وعلى ما يوكل إليهم من أمور. عليهم أن ينظروا إلى الموضوع نظرةً مفصّلةً ودقيقةً ضمن النظر إلى أبعاد مختلفة في هذا المجال وأن يذهبوا إلى خلق أفكار جديدة ومبتكرة تناسب المخاطبين في سنين مختلفة وظروف متعدّدة. وعليهم تحديث معلوماتهم في هذا الصدد، حتّى يتمكنوا من الإجابة عن أسئلة السّياح واحتياجاتهم. يجب أيضاً النظر إلى ترجمة بعض المصنّفات الصحيّة والطبيّة باللغة العربيّة من قبل الخريجين، لأنّ توافر الموارد العلميّة والحديثة يوجب ترحيب السّياح وإقبالهم. في هذا الصدد، يُقترح المزيد من البحث والدراسة لاكتشاف الإمكانيّات الطبيعيّة والمحليّة وإيجاد أفكار رياديّة يمكن تطبيقها بواسطة خريجي اللغة العربيّة وآدابها وتخصّصات أخرى.

فائمة المصادر والمراجع

أ) الكتب:

۱. آلوانی، مهدي، تصميم گيري و خط مشی دولتی، تهران: سمت، ۱۳۷۶ش.
۲. بحريني زارچ، محمدعلي؛ شادنام، محمدرضا، تجاری سازی فناوری یا چگونگی تولید ثروت از تحقیق و توسعه به همراه نمونه های بومی، چاپ اول، تهران: بازتاب، ۱۳۸۶ش.
۳. دسلر، گري، مبانی مدیریت منابع انسانی، ترجمه: علی پارسائیان و سيد محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۸۴ش.
۴. ضیغمي، علي، همایش ملی کارآفرینی و تجاری سازی رشته زبان و ادبیات عربی، سمنان: دانشگاه سمنان، ۱۳۹۳ش.
۵. مجموعه مقالات دومین همایش ملی کارآفرینی و تجاری سازی رشته زبان و ادبیات عربی، سمنان: دانشگاه سمنان، ۱۴۰۲ش.
۶. مهرمحمدی، مجید، بررسی عوامل مؤثر بر رواج فعالیت های آموزشی نسبت به فعالیت های پژوهشی در دانشگاه، بهبهان: دانشگاه آزاد، ۱۳۸۹ش.

ب) المجلات:

۷. اسماعیلی، سجّاد؛ باش قره، لقمان، «آسیب شناسی سرفصل های رشته زبان و ادبیات عربی بر اساس شاخص های تجاری سازی و کارآفرینی»، انجمن ایرانی زبان و ادبیات عربی، دوره ۱، شماره ۳۵، صص ۱۷۱-۱۸۹، ۱۳۹۴ش.
۸. دهقان، رضا؛ رشادت جو، حمیده؛ طالبی، کامبیز؛ حسین، درگاهی، «تحلیل راهبردی صنعت گردشگری سلامت ایران در دوران کرونا»، پیآورد سلامت، دوره ۱۴، شماره ۶، صص ۵۲۰-۵۳۴، ۱۳۹۹ش.
۹. رجبی، فرهاد، «چالش تجاری سازی آموزش زبان عربی در ایران»، انجمن ایرانی زبان و ادبیات عربی، دوره ۳، شماره ۴۰، صص ۲۱۳-۲۳۴، ۱۳۹۵ش.
۱۰. رضائی، بیژن؛ عباس پور، عباس؛ نیکنامی، مصطفی؛ رحیمیان، حمید؛ علی، دلاور، «واکاوی راهکارهای بهبود کارآفرینی دانشگاهی در حوزه علوم انسانی و ارائه یک نظریه زمینه ای»، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۳، شماره ۲، صص ۱۸۵-۲۱۵، ۱۳۹۲ش.

۱۱. صیادی نژاد، روح‌اله؛ عبدلي، امیرحسین، «ظرفیت‌ها، راهکارها و اصول کارآفرینی و تجاری- سازی در رشته زبان و ادبیات عربی»، انجمن ایرانی زبان و ادبیات عربی، دوره ۱، شماره ۳۸، صص ۲۳۱- ۲۴۸، ۱۳۹۵ ش.
۱۲. علي آبادي، ابراهيم؛ عزيزي، محمد؛ داوري، علي، «شناسایی موانع اجرای خط مشی‌های کارآفرینی و نوآوری در برنامه‌های توسعه جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۸، شماره ۳، صص ۹۵- ۱۳۲، ۱۳۹۷ ش.
۱۳. قرنلي، هدا؛ نجاریان، ماجد، «نقش زبان عربی در بهبود گردشگری سلامت در ایران»، انجمن ایرانی زبان و ادبیات عربی، دوره ۱۱، شماره ۳۷، صص ۲۱۳- ۲۲۸، ۱۳۹۴ ش.
۱۴. مدهوشي، مهرداد؛ تبار، جواد، «تدوین چارچوب بومی چابکی سازمانی در شرکت‌های دانش- بنیان با رویکرد مدل‌سازی ساختاری- تفسیری ISM»، مدیریت بهره‌وری، سال ۱۱، شماره ۴۴، صص ۷-۳۴، ۱۳۹۷ ش.
۱۵. ناظمیان، هومن، «کارآفرینی در رشته زبان و ادبیات عربی؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»، همایش ملی کارآفرینی و تجاری‌سازی رشته زبان و ادبیات عربی، دانشگاه سمنان، ۱۳۹۳ ش.
۱۶. نعمتي، محمدعلي، «مدیریت دانش، چالش‌ها و فرصت‌ها»، بازتاب اندیشه، سال ۶، شماره ۱۰۰، صص ۳۲۱- ۳۲۲، ۱۳۸۸ ش.

ج) المصادر الإنجلیزیة

A: Books

17. Audretsch, David B; Grilo, Iñigo; Thurik, A. Roy, **Explaining entrepreneurship and the role of policy: The handbook of research on entrepreneurship policy**, 2007.
18. Henrekson, Magnus; Stenkula, Mikael, **Entrepreneurship and public policy. Handbook of entrepreneurship research**, Springer, 2010.
19. Lnge, Benjamin, **A Survey On Access Control Deployment Communication in computer and information science**, 2014.
20. Lundstrom, Anders; Stevenson, Lois A, **Entrepreneurship Policy: Theory and Prectice**, 2005.
21. Redford, Daniel T, **Entrepreneurship and Public Policy in Today and Tomorrows Portuguese republic**, University of California, 2012.



B: Magazines

22. Alvarez, Carlos, Urbano; D, Codureas, Antonio; Ruiz- Navarro, J, "Environmental conditions and entrepreneurial activity: a regional comparison in Spain", **Journal of Small Business and Enterprise Development**, no. 18, p.p. 120- 140, 2011.
23. Bienstock, Carol C; Demoranville, Carol W; Smith, Rachel K, "Organizational citizenship behavior and service quality", **Journal of Services Marketing**, Vol .17 , no.4, p.p. 357-378, 2013.



آسیب‌شناسی کارآفرینی در حوزه طبیعت درمانی برای دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی

احمد لامعی گيو*؛ سمیة اقبالی نسب** (ID)

DOI: [10.22075/lasem.2024.32316.1406](https://doi.org/10.22075/lasem.2024.32316.1406)

صص ۱۰۸-۸۲

مقاله علمی - پژوهشی

چکیده:

در جهان معاصر، کارآفرینی در حوزه‌های مختلف علمی، همواره رشدی قابل توجه یافته است. کارآفرینی و تجاری‌سازی با عنوان هدف اساسی و غایی در هر رشته از علوم، ضامن بقای آن حوزه و گرایش بوده و تحول و پویایی را به جامعه هدف عرضه می‌کند. کارآفرینی در حوزه طبیعت درمانی و سلامت و بهداشت، برای رشته زبان و ادبیات عربی، بر مبنای توجه به زوایای ناشناخته و شاید گاهی مسکوت و مغفول آن، یکی از نقاط عطف و دقیقی است که برخلاف نظر عموم مردم که آن را محدود به برخی اشتغال‌های خاص و وابسته به نهادهای خاص می‌دانند، می‌تواند مسیرها، راه‌ها و چشم‌اندازهای نوین و جدیدی را تعریف کند که شاید دیگران به آن توجهی نداشته‌اند و چه بسیار که از مقابل آن به نحوی بی‌تفاوت عبور کرده‌اند. اما این موضوع به معنای حل مطلق مسائل نیست، بلکه به طور طبیعی، موانع و چالش‌هایی را به همراه دارد. پژوهش حاضر به روش توصیفی - تحلیلی و با استناد به منابع کتابخانه‌ای، به آسیب‌شناسی کارآفرینی در حوزه طبیعت درمانی برای دانش‌آموختگان رشته زبان و ادبیات عربی پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که برنامه‌ریزی هدفمند با آگاهی بر ظرفیت‌ها و محدودیت‌ها، اصلاح، ساده‌سازی و مناسب‌سازی قواعد به‌کارگیری نیروی انسانی مسلط که آشنا به زبان و آداب و رسوم فرهنگی و اجتماعی دیگر ملل باشند و نیز ترجمه منابع در حوزه سلامت، به عنوان نیاز ضروری گردشگران و نیز برگزاری کارگاه‌های آموزشی و مهارتی جهت آگاهی‌بخشی و فرهنگ‌سازی امور، از جمله راهکارهایی است که می‌بایست با مشورت و همفکری صاحب‌نظران و متخصصان، به شیوه‌های خردمندانانه و عالمانه اجرایی گردد.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی، رشته علوم انسانی، زبان و ادبیات عربی، طبیعت درمانی، آسیب‌شناسی.

* - دانشیار گروه زبان و ادبیات عربی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران. (نویسنده مسؤول) رایانامه: ahmad.lamei2@birjand.ac.ir

** - دانش‌آموخته کارشناسی ارشد ادبیات تطبیقی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بیرجند، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۱۵ ه.ش = ۲۰۲۴/۰۱/۰۵ م - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۱/۲۵ ه.ش = ۲۰۲۴/۰۴/۱۳ م.