

Caspian Today Magazine

امروز کاسپین

سال هفدهم | شماره ۳۲

بهار ۱۳۹۹

قیمت: ۷۰۰۰ تومان

صنعت گردشگری ایران چگونه بار دیگر جان خواهد گرفت

دورنمای صنعت گردشگری ایران در سال ۱۳۹۹

آگروتوریسم راه جدید به سوی جهش تولید

نگاه گردشگری به تجارت الکترونیک

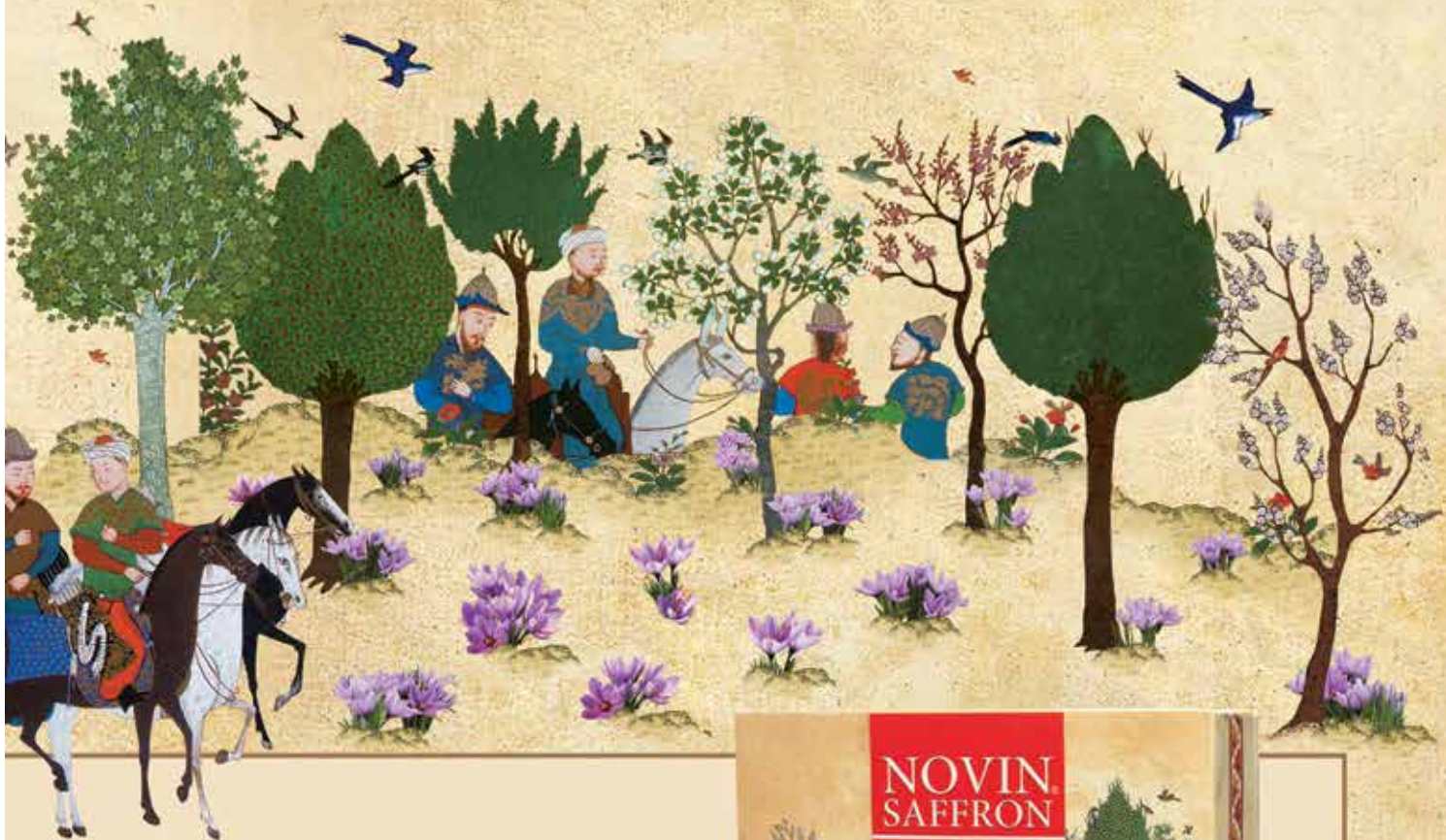


پرونده ویژه کرونا و تاثیرات آن بر اقتصاد دنیا

تاثیر کرونا در حوزه گردشگری جهان



NOVIN SAFFRON



کارخانه: مشهد، شهرک صنعتی توس، تیش اندیشه ۴، پردیس نوین زعفران

تلفن: ۰۵۱-۳۲۲۵۳۱۴۷ فکس: ۰۵۱-۳۲۲۵۵۲۲۶

دفتر خدمات مشتریان تهران: اتوبان شهید چمران، پارک وی، خیابان جوانان، ابتدای خیابان ب پلاک ۱، طبقه سوم، واحد ۷

تلفن: ۲۲۰۱۵۸۰۰-۲۲۰۱۱۷۰۰-۲۲۰۱۱۸۰۰



Caspian Today Magazine

امروز
کاسپین

شماره ۳۲ - بهار ۱۳۹۹

صاحب امتیاز و مدیر مسول:

مهندس حمیدرضا شوشتریان

شماره ثبت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۷۷۶۲۱

زیر نظر شورای نویسندگان

طراحی و صفحه آرایی: هدی امیر

پایگاه اینترنتی:

فرشاد عباسی

واحد بازرگانی:

جلیل فروتن راد

تلفکس: ۰۵۱-۳۸۴۲۰۱۱۱

سامانه پیام کوتاه: ۳۰۰۰۶۹۷۷۰۵

نشانی:

تهران - شریعتی - خیابان دستگردی پلاک ۷۴

طبقه دوم - واحد ۳

تلفن: ۰۲۱-۲۲۲۲۰۹۶۱

دورنگار: ۰۲۱-۲۲۲۶۹۰۳۲

مشهد - خیابان سلمان فارسی

برج سلمان - طبقه هشتم - واحد ۲

تلفن: ۰۵۱-۳۸۴۲۰۱۱۱

دورنگار: ۰۵۱-۳۸۴۶۴۰۹۱

www.caspiantoday.ir

caspiantoday@gmail.com

همکاران فنی:

چاپ: ثامن

- ۲ سه آسیب اقتصادی کرونا
- کدام کشورها بیشترین ضرر را از تاثیر ویروس کرونا بر صنعت گردشگری خواهند داشت
- ۳ صنعت گردشگری ایران چگونه بار دیگر جان خواهد گرفت
- ۴ تاثیر شیوع ویروس کرونا بر گردشگری ترکیه
- ۶ تاثیر کرونا در حوزه گردشگری جهان
- ۸ دولت الکترونیک در معرض آزمون کرونا
- ۱۰ دورنمای صنعت گردشگری ایران در سال ۱۳۹۹
- ۱۲ کرونا فرصتی برای درخشش استارت آپ ها
- ۱۴ کسب و کارها و دولت در مواجهه با کرونا چه باید بکنند
- ۱۸ ۶ محرک سفر برای پسا کرونا
- ۲۰ پرونده ویژه کرونا و تاثیرات آن بر اقتصاد دنیا
- ۲۴ گراف جهانی از سقوط گردشگری
- ۲۶ فروپاشی در انتظار صنعت گردشگری ایران
- ۳۰ آگروتوریسم راه جدید به سوی جهش تولید
- ۳۲ نقش تجارت الکترونیک در توسعه تجارت جهانی
- ۳۵ نگاه گردشگری به تجارت الکترونیک
- ۳۸ سرمایه گذاری در صنعت گردشگری قابلیت ها، فرصت ها و چالش ها
- ۴۰ رونق گردشگری ایران با طرح احیای جاده ابریشم
- ۴۴ گوهرسنگ ها نگین تجارت جهانی
- ۴۶ نوستالژی معماری خانه های سنتی
- ۴۸ قالی بافی، هنری که هرگز از مد نمی افتد
- ۵۰ ضرورت کسب بعضی امتیازات و معافیت ها برای کاهش آسیب ها وارده به صنعت گردشگری
- ۵۲ ضرورت رونق گردشگری داخلی در پسا کرونا
- ۵۵ خسارت میلیاردی معروف ترین هتل های جهان با شیوع کرونا
- ۵۶



شیوع ویروس کرونا، بسیاری از برنامه‌ریزی‌های اقتصادی دولت‌ها را تحت تاثیر قرار داد و با توجه به اینکه هیچیک از دولت‌ها، امکان پیش‌بینی دقیق اتفاقات رخ داده در ماه‌های اخیر را نداشتند سرنوشت اقتصاد جهان با اما و اگرهای جدی مواجه شده است. اقتصاد ایران نیز از این روند مستثنی نیست و از هفته‌های پایانی سال تاثیر این ویروس بر اقتصاد ایران خود را نشان داده و تا زمانی که سرنوشت این شیوع مشخص نشود، اقتصاد باید خود را با بودن کرونا وفق دهد. با توجه به دستور دولت در تعطیلی برخی مشاغل و محدود شدن رفت و آمدها در سطح شهر، در گام نخست، اقشار کم‌درآمد و آسیب‌پذیر جامعه بیشترین فشار را از شیوع کرونا متحمل شدند. کارگران روزمزد، دستفروشان یا افرادی که معیشت آنها مستقیماً با درآمد کوتاه‌مدتشان گره خورده، در هفته‌های اخیر با مشکلات جدی مواجه شده‌اند و از این رو حمایت از آنها یک اولویت بسیار مهم به شمار می‌رود، زیرا در صورت نرسیدن منابع مالی جدید، کار برای آنها بسیار دشوار می‌شود. گروه دوم صاحبان کسب و کارهای کوچک و متوسط و البته فعالان در حوزه مشاغل خدماتی بودند.

کسب و کارهای کوچک که در سال‌های اخیر نیز با مشکلات جدی مواجه بودند، تحت تاثیر کرونا یا مجبور به بستن واحدهای صنعتی خود شدند یا با کاهش تقاضا، شرایط برای ادامه کارشان بسیار سخت شد. بازار شب عید در ایران که برای کسب و کارهای کوچک بسیار تعیین‌کننده است، در اسفند سال گذشته عملاً از بین رفت و این کسب و کارها زیانی جدی دیدند.

مشاغل خدماتی از کافه‌ها و رستوران‌ها گرفته تا هتل‌ها، شرکت‌های مسافرتی و آژانس‌های هواپیمایی نیز در این ماه‌ها تعطیل شده‌اند و در کنار آسیب به درآمد، برای اشتغال بسیاری از کارمندان و کارگران آنها نیز دشواری‌های جدی به وجود آمده است.

سومین تاثیر اقتصادی کرونا اما برای واحدهای تولیدی بوده است. در این حوزه تعداد بسیار زیادی از افراد شاغل هستند و چه در تامین نیازهای اقتصادی جامعه و چه در صادرات غیرنفتی، فعالیت این واحدهای تولیدی اهمیت بسیار زیادی دارد. همان‌طور که برای صاحبان مشاغل کوچک که تعداد محدودی نیروی کار در آنها شاغل‌اند، مشکل ایجاد شده، کارخانه‌هایی که چند صد نیرو دارند نیز خسارت فراوان دیده‌اند و با محدود شدن بازارهایشان، در آینده این فشار را بیشتر از قبل تحمل خواهند کرد. از این رو به نظر می‌رسد در صورتی که دولت برنامه حمایت از اقتصاد در شرایط کرونا را دارد، باید توجهات به‌طور همزمان به این سه حوزه وجود داشته باشد.

حفظ اشتغال و تولید و دوام سرمایه‌گذاران اقتصادی در این ایام بسیار اهمیت دارد و اگر بناسد اقتصاد ایران به فعالیت خود در روزهای پس از کرونا ادامه دهد، امروز باید حفظ ظرفیت‌ها را به عنوان یک اولویت غیرقابل چشم‌پوشی در نظر گرفت.



کدام کشورها بیشترین ضرر را از تاثیر ویروس کرونا بر صنعت گردشگری خواهند داشت

میلیاردها دلار را به سوی این کشورها روانه کرده است. در ایالات متحده نیز، درآمد حاصل از صنعت گردشگری، ۸,۶ درصد از مجموع تولید ناخالص داخلی این کشور در سال گذشته را شامل می‌شد و این بخش بیش از ۶ میلیون شغل را در آمریکا پشتیبانی می‌کرد. قابل ذکر است ایران نیز با اختصاص ۶,۸ درصد از مجموع تولید ناخالص داخلی به بخش گردشگری در سال گذشته، در زمره کشورهایی است که متحمل ضرر خواهند شد. در نمودار ارائه شده، سهم صنعت گردشگری در تولید ناخالص داخلی برخی کشورها در سال ۲۰۱۹ را مشاهده می‌کنید؛



با توجه به وضعیت اقتصادی ناگوار ایجاد شده بر اثر ویروس کرونا، صنعت گردشگری سراسر جهان نیز به میزان قابل توجهی آسیب خواهد دید که به نظر می‌رسد کشورهای اسپانیا و ایتالیا بیشترین ضرر را در این زمینه متحمل خواهند شد.

نام ایتالیا و اسپانیا در میان کشورهایی که بیشترین ضربه را از پاندمی ویروس کرونا متحمل شده‌اند به چشم می‌خورد. این دو کشور بعد از ایالات متحده در لیست دارا بودن بیشترین شمار مبتلایان به بیماری کووید-۱۹ قرار دارند با وجود اینکه جمعیت بسیار کمتری نسبت به آن دارند.

گفتنی است که این دو کشور به میزان قابل توجهی به صنعت گردشگری وابسته هستند که در هفته‌های اخیر متوقف شده و بعید است به زودی روند تجاری معمول خود را از سر گیرند. علاوه بر این، هر دو کشور حتی پیش از شیوع این بیماری، با سطح بالایی بدهی‌های عمومی و نرخ بیکاری در میان کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، در وضعیت دشواری به سر می‌بردند.

همانطور که نمودار ارائه شده بر اساس داده‌های موسسه جهانی سفر و گردشگری (WTTC) نشان می‌دهد، صنعت گردشگری در اسپانیا و ایتالیا به ترتیب ۱۴,۳ و ۱۳ درصد از کل تولید ناخالص داخلی این دو کشور در سال گذشته را تشکیل می‌داد که مجموع درآمد حاصل از هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی، خطوط هوایی، رستوران‌ها و سایر موارد مرتبط با این زمینه،



هانیه حقیقی

آنجا که ایران پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های بسیاری در حوزه جذب گردشگر دارد، چند وقتی است مسوولان و دست‌اندرکاران مربوطه در راستای برنامه‌ریزی خاص، بومی سازی و توسعه این صنعت فعالیت‌هایی را در دستور کار خود قرار داده‌اند که البته موفقیت‌ها و نتایج مطلوبی نیز در پی داشته‌است. یکی از این اقدامات، تشکیل وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی است که بنابر نظر متخصصان و کارشناسان حوزه اقدام درستی بوده و تأثیرات مثبتی هم برای صنعت گردشگری کشور به همراه آورده‌است. اما متأسفانه به محض اینکه این صنعت جانی تازه گرفت، جهان و در پی آن ایران دچار شرایط خاص و منحصر بفردی شد که توسعه صنعت گردشگری را نه تنها در ایران که در سراسر کره زمین با مشکلات عدیده‌ای مواجه ساخت.

صنعت جوان گردشگری در بستر بیماری

زخم‌هایی که در چند ماه اخیر بر تن صنعت جوان گردشگری کشورمان خورد به‌سادگی و در کوتاه‌مدت درمان نخواهد شد. تلاش‌هایی که در چند سال اخیر برای تصویرسازی مناسب از کشورمان از سوی مردم، جامعه گردشگران و مسوولان و دست‌اندرکاران دولتی انجام گرفته بود، ظرف مدت کوتاهی در پی وقوع اتفاقات پی‌درپی نقش بر آب شد. البته مسلم است که دیر یا زود این ویروس موذی از سراسر جهان رخت برمی‌بندد و دوباره مرزها گشوده شده و تعاملات بین‌المللی آغاز می‌شود؛ شرکت‌های هواپیمایی، هتل‌ها و... فعالیت خود را از سر گرفته و مردم



در عصر حاضر، صنعت گردشگری به عنوان یکی از پایه‌های اساسی اقتصاد در تمام کشورهای جهان و از جمله ایران شناخته شده‌است. در این مطلب مشکلاتی که این صنعت در ایران با آن مواجه بوده را مرور می‌کنیم و صحبت‌های وزیر میراث فرهنگی، دکتر علی اصغر مونسان، را در این مورد می‌شنویم. اهمیت این موضوع تا آنجاست که بسیاری از کشورها در راستای رهایی از اقتصاد تک‌پایه‌ای به این صنعت و ارتقای آن روی آورده‌اند. در این میان برخی از کشورها مانند ایران به لحاظ موقعیت‌های مکانی از مزیت‌های فراوانی برای گسترش صنعت گردشگری برخوردار هستند؛ اما علیرغم پتانسیل‌های فراوان کشورمان از نظر جاذبه‌های جهانگردی و تنوع زیستی، ایران تا کنون در جذب گردشگر از جایگاه مناسبی برخوردار نبوده‌است.

این درحالیست که با توجه به اهمیت موضوع، دولت‌ها می‌کوشند با سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های مناسب، از حداکثر پتانسیل‌های خود در راستای جذب گردشگر بهره‌مند شوند. چراکه، این اقدام علاوه بر کسب درآمد و بهبود چرخه اقتصادی کشورها، به معرفی آداب و رسوم و گسترش فرهنگ کشورها به دیگران نیز تأثیر بسزایی دارد. باتوجه به اهمیت این مقوله، از



فرصت سفر برای عموم مردم بعد از مهار کرونا

مونسان با بیان اینکه خوشبختانه آمارها حکایت از آن دارند که سفرها نسبت به مدت مشابه در سال گذشته کاهش چشمگیری داشته است، گفت: این نشان‌دهنده این موضوع است که مردم توصیه‌ها را رعایت کرده‌اند. با اطمینان می‌گویم قطعاً بعد از مهار کرونا بستر بسیار خوبی برای سفر و گردشگری برای همه هم‌وطنان فراهم خواهد شد و یک فرصت خوب برای رونق مجدد صنعت گردشگری در کشور به‌وجود خواهد آمد.

مجددا اقدام به سفر و گردشگری خواهند کرد. اما سوالی که در اینجا پیش می‌آید این است که دولت و در راس آن وزرات میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی برای دمیدن روحی دوباره بر پیکر بی‌جان صنعت گردشگری کشور چه تمهیداتی اندیشیده‌است؟

ضد عفونی مکان های گردشگری



تأثیر شیوع ویروس کرونا بر گردشگری ترکیه

میلیون نفر ، بلغارستان با ۲,۷ میلیون نفر ، انگلستان با ۲,۶ میلیون نفر و ایران با ۲,۱ میلیون نفر پنج کشور نخست هستند که در سال گذشته میلادی دارای بیشترین گردشگر در ترکیه بوده اند .

ترکیه در اولین واکنش خود به شیوع ویروس کرونا در ایران در تاریخ ۲۳ فوریه تمامی مرزهای خود را بر روی مسافران ایرانی بست و شرکت هوایی ترکیش ایر تمامی پروازهای خود به مقصد شهرهای تبریز ، مشهد ، اصفهان و شیراز را تا تاریخ ۲۷ فوریه به حالت تعلیق درآورد و پروازهای خود به تهران را کاهش داد .

هر ساله تعداد گردشگران ایرانی در ترکیه نزدیک به ۲ میلیون نفر بوده و از این تعداد همواره بیش از نیمی از آنها به استانبول سفر میکنند ، بیشترین میزان گردشگران ایرانی از تاریخ ۲۱ مارس الی ۱ آوریل میباشد که مصادف با آغاز بهار و تعطیلات نوروزی در ایران است.

مسدود شدن مرزهای ترکیه با ایران بدنال شیوع ویروس کرونا در ایران از یک سو و نزدیک شدن فصل بهار و آغاز تعطیلات نوروزی از سوی دیگر سبب نگرانی فعالان بخش گردشگری در ترکیه به ویژه شهر استانبول شده است .

جدول پنج شهر نخست ترکیه که دارای بیشترین اسکان شبانه گردشگران هستند .

ردیف	نام شهر	تعداد اقامت شبانه (میلیون شب)
۱	آنتالیا	۸۲,۶
۲	استانبول	۲۳,۶
۳	موغلا	۱۰,۲
۴	آیدین	۳,۷
۵	ازمیر	۳,۰

در سال گذشته میلادی تعداد ۶,۴ میلیون گردشگر از کشورهای ذیل به استانبول سفر کردند که تعداد آنها بر اساس جدول مذکور میباشد . این در حالیست که هم اکنون این کشورها در فهرست کشورهای هستند که ویروس کرونا در آنها مشاهده شده است .

در سال گذشته میلادی بیشترین درصد گردشگران خارجی نسبت به کل گردشگران در شهر استانبول متعلق به گردشگران آلمانی با ۷,۴۵ درصد ، ایرانی ۶,۱۹ درصد ، روسی ۴,۸۴ درصد و عراقی با ۴,۵۴ درصد میباشد .

باید اذعان نمود بخش گردشگری در ترکیه یکی از مهمترین بخشهای موثر در شکوفایی اقتصاد این کشور است ، ترکیه هر ساله میزبان بیش از ۳۵ میلیون نفر

ویروس کرونا Kovid ۱۹ که از چین شروع و شیوع سریع آن به ۶۰ کشور جهان رسید در روزهای گذشته ایران و عراق از همسایگان مرزی ترکیه را نیز در نوردید و بدین ترتیب سبب ایجاد نگرانی عمیق در بین مسئولین این کشور به ویژه بخش گردشگری ترکیه شده است .

ترکیه یکی از کشورهای گردشگر پذیر است که این بخش هر ساله میزبان میلیون ها گردشگر از سراسر جهان بوده و درآمد ناشی از آن تاثیر مستقیم و به سزایی در شکوفایی و ثبات اقتصاد این کشور دارد . پایان فصل سرما ، آغاز بهار و شروع تدریجی فصل گردشگری در ترکیه ، همزمان با شیوع ویروس کرونا در کشورهای مختلف ، سبب شده است تا نگرانیهای فعالان حوزه توریسم این کشور بیش از پیش افزایش یابد .

۲۸ کشور از ۳۳ کشوری که در آنها ویروس کرونا دیده شده است از کشورهای استانبول هستند که اتباع آنها به ترکیه سفر میکنند که تعداد آنها در سال ۲۰۱۹ میلادی در این کشور قریب به ۲۵ میلیون نفر بوده که تقریباً شامل نیمی از تعداد کل گردشگران ورودی به ترکیه را در سال شامل میشود.

شهر استانبول که یکی از مهمترین شهرهای اقتصادی ، اجتماعی و توریستی ترکیه است در سال ۲۰۱۹ میلادی میزبان ۱۴,۹ میلیون نفر گردشگر بود که از این تعداد ۶,۴ میلیون نفر از اتباع ۳۳ کشوری بودند که هم اکنون درگیر ویروس کرونا هستند . کشورهای روسیه با ۷ میلیون نفر ، آلمان با ۵

گردشگر از اقصی نقاط جهان است و سرمایه گذارهای لازم در زیرساختهای مربوط به این حوزه روز به روز توسعه یافته تا این کشور بتواند سهم بیشتری از گردشگران جهان را به خود اختصاص دهد.

صنعت گردشگری ۵۸ حوزه صنفی مختلف را به طور غیر مستقیم در ترکیه فعال نموده و موجب پویایی و شکوفایی آنها میگردد. فعالیت بخشهای صنفی مرتبط با بخش گردشگری در این کشور یکی دیگر از تأثیرات بسیار مهم این بخش در کاهش میزان نرخ بیکاری و افزایش اشتغال زایی در کشور است، لذا هر گونه رکود در بخش گردشگری میتواند موجب رکود بخشهای صنفی دیگر شده و زمینه را برای ایجاد نوسانات منفی در شاخصهای اقتصاد ترکیه فراهم سازد.

شیوع بیماری کرونا در کشورهای مختلف به ویژه کشورهای همسایه ترکیه سبب ایجاد نگرانی عمیق در بین مسئولان عالی رتبه و فعالان حوزه گردشگری در این کشور شده است. ترکیه به سختی در تلاش است تا از آلوده شدن مردم این کشور به ویروس کرونا جلوگیری کند چرا که بازتاب خبر آلودگی ترکیه به ویروس کرونا میتواند ضرر و زیان سنگین مالی ناشی از عدم ورود گردشگر به کشور را داشته باشد که رنج و اندوه آن در نزد مسئولان کشور و فعالان حوزه گردشگری کمتر از درد و اندوه کشته شدگان ناشی از ابتلا به این ویروس در داخل نخواهد بود.

دولت ترکیه نسبت به اخذ تدابیر لازم و بازدارنده در ورود افراد مبتلا به ویروس کرونا از کشورهای دیگر به داخل کشور، نهایت تلاش خود را به کار گرفته و بستن مرزهای زمینی این کشور با کشورمان و همچنین کاهش تعداد پروازهای شرکت هوایی ترکیش ایر به ایران را میتوان از جمله این تمهیدات دانست.

واقعیت این که نگاهی به اپیدمیولوژی شیوع بیماریهای ویروسی در برخی از مقاطع زمانی در جهان نشان میدهد که علی رغم تمامی تمهیدات ترکیه در مقابله با ویروس کرونا، این کشور به زودی وارد فهرست کشورهای آلوده به ویروس کرونا خواهد شد که مقابله با عواقب ناشی از آن در اقتصاد ترکیه از سوی دولت حاکم شاید سخت تر از مبارزه با خود ویروس کرونا در کشور باشد.

منبع: سایت اقتصادی روزنامه habertürk

ردیف	نام کشور	تعداد گردشگر ورودی به استانبول (نفر) - ۲۰۱۹ میلادی
۱	آلمان	۱,۱۱۱,۵۶۱
۲	ایران	۹۲۳,۱۳۸
۳	روسیه	۷۲۱,۷۱۹
۴	فرانسه	۵۰۸,۶۶۹
۵	انگلستان	۴۸۹,۷۹
۶	آمریکا	۴۵۹,۹۰۹
۷	چین	۳۷۸,۱۷۲
۸	اوکراین	۳۳۱,۷۷۶
۹	اسرائیل	۳۰۷,۷۲۷
۱۰	ایتالیا	۲۸۴,۴۱۹
۱۱	لبنان	۲۵۵,۷۶۳
۱۲	اسپانیا	۲۱۰,۷۳۳
۱۳	کره جنوبی	۱۹۳,۲۰۵
۱۴	هنوستان	۱۸۳,۵۰۱
۱۵	سوئد	۱۷۰,۵۵۳
۱۶	مصر	۱۶۳,۳۵۸
۱۷	بلژیک	۱۳۹,۶۱۴
۱۸	کانادا	۱۱۰,۵۸۱
۱۹	مالزی	۱۰۵,۴۴۵
۲۰	ژاپن	۹۱,۳۱۷
۲۱	استرالیا	۸۶,۱۰۱
۲۲	بحرین	۷۰,۷۰۰
۲۳	تایلند	۵۶,۷۳۱
۲۴	فیلیپین	۵۳,۸۲۷
۲۵	سنگاپور	۳۳,۱۶۶
۲۶	امارات	۳۳,۰۰۳
۲۷	هنگ کنگ	۲۸,۹۶۰
۲۸	فنلاند	۲۸,۷۷۸
۲۹	ویتنام	۱۰,۴۱۵
۳۰	نیپال	۷,۷۸۱
۳۱	سریلانکا	۶,۹۹۷
۳۲	ماکائو	۱,۱۹۴
۳۳	کامبوج	۴۱۷

تاثیر کرونا در حوزه گردشگری جهان

کمترین آسیب‌ها به پایان برسد.

اثر ویروس کرونا بر کمپانی‌های جهانی

ویروس کرونا صنعت توریسم جهانی را دچار مشکل کرد از جمله هتل‌های زنجیره‌ای بزرگ و پلتفرم‌های دیجیتال مثل بوکینگ، ناوگان‌های حمل و نقل زمینی، ریلی و دریایی، هوایی، و اپراتورهای کروز و ... را وادار به لغو رزروها در کشورهای آسیایی کرد. اینها تنها تعداد کمی از ضربه‌های سخت به صنعت سفر هستند که دچار سریع‌ترین واکنش‌ها شدند مخصوصاً وقتی که این شیوع در سال جدید که یکی از پرتددترین فصل‌های سفر در آسیا مخصوصاً ایران که در بحران اقتصادی قرار داشته رخ داده است. ایام عید در ایران یکی از مهم‌ترین زمان‌ها (فصل پیک) برای کسب و کار عرصه گردشگری محسوب می‌شد زیرا به دلیل تعطیلات، بیشترین سفرها توسط گردشگران داخلی صورت می‌گرفت. سفرهایی که منجر به رزرو هتل‌های شهرهای مختلف در ایران از جمله مشهد، شیراز، کیش و ... می‌شد و میزان قابل توجهی از درآمد سالانه معمولاً در همین ۱۵ روز کسب می‌شد که با توجه به ادامه شیوع این ویروس برای بعد از تعطیلات عید احتمالاً برخی از فعالان این حوزه ورشکست خواهند شد.

انجمن بین‌المللی حمل و نقل هوایی (IATA) برآورد کرد که که امسال درآمد حمل و نقل هوایی جهان پنج درصد کاهش خواهد داشت که به معنی ۲۹.۳ میلیارد دلار کمتر (حدود ۲۷۰۰۰ میلیون یورو) است؛ بر اساس نظرسنجی اخیر انجمن سفرهای تجاری جهان از ۴۰۱ شرکت مسافرتی، ۶۵ درصد از آن‌ها دیدارها و برنامه‌های خود را به دلیل شیوع ویروس کرونا لغو کرده‌اند. درحالی که اوپک تقاضای جهانی نفت را ۱۹ درصد، ۱۰۰.۷۳ میلیون بشکه کمتر کرده است. سقوط بازار سهام هم در این روزها مشاهده شده است که بر خطوط هوایی اصلی، اپراتورها و هتل‌های آمریکایی، اروپایی و آسیایی تاثیر داشته است. یکی از بدترین موارد متعلق به بیمه‌گذار زوریچ اسپانیا است که همه‌ی

حال و هوای این روزهای مقاصد گردشگری جهان از جمله چین و ژاپن و تایلند گرفته تا ایتالیا و فرانسه و دیگر کشورهای اروپایی چندان مناسب نیست. همانطور که می‌دانید چین یکی از بزرگترین بازار گردشگری سفرهای خارجی در جهان است که با شیوع ویروس کرونا در ووهان، دولت چین را وادار کرد تا تمامی تورهای توریستی و پکیج‌های پرواز و هتل را ممنوع کند و اکنون شاهد تأثیرات چشمگیر آن بر صنعت گردشگری در سراسر جهان هستیم.

در پی ترس جهانی از ویروس کرونا، گردشگری جهان وارد بحران عظیمی شده است که اثر ویروس کرونا کووید-۱۹ بر گردشگری جهان غیرقابل انکار است و پیش‌بینی‌های سران براساس تجارب قبلی شان با بحرانی مشابه مثل سارس و H1N1 که در آن زمان صنعت گردشگری توانسته بود پس از بحران‌هایی مانند سارس در سال ۲۰۰۳ و بحران اقتصادی سال ۲۰۰۹ بلافاصله روی پای خودش بایستد روبرو هستیم

در همین راستا، سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) فراخوانی برای چالش راه‌حل‌های شفاف‌بخش راه‌اندازی کرده است که از طرف سازمان بهداشت جهانی (WHO) هم حمایت می‌شود و در اصل فراخوانی برای دستیابی به مبتکرانه‌ترین استارت‌آپ‌ها، کارآفرینان و فناوری‌های موجود از سرتاسر دنیاست تا راه‌حل‌هایی برای کمتر کردن تاثیر کرونا در حوزه گردشگری جهان بر روی گردشگری فراهم کنند و از عاشقان سفر، کسب‌وکارها و مقام‌های فعال در این بخش حمایت شود تا این بحران با





تعطیل کرد و اجازه ورود به زائران خانه خدا را نداد. ایتالیا مهد فرهنگ و هنر اروپا، این روزها تبدیل به کانون اصلی کرونا در قاره سبز شده است. سهم ایتالیا در اقتصاد گردشگری دنیا حدود ۱۳ درصد است و مشاغل زیادی در این کشور وابسته به گردشگری هستند. شیوع کرونا در ایتالیا باعث لغو شدن تمام برنامه‌های فرهنگی، ورزشی و هنری این کشور شده ضمن اینکه ۹۰ درصد تورهای گردشگری به مقصد ایتالیا لغو شده است. همچنین بسیاری از هتل‌های این کشور تعطیل شدند و باقی آنان در آستانه تعطیلی قرار دارند.

مهم‌ترین موزه دنیا در پاریس یعنی موزه لوور هم تعطیل شده و فرانسه تمهیدات ویژه‌ای برای جلوگیری از شیوع کرونا در نظر گرفته است. پاریس دیگر مراکز گردشگری خود را تعطیل کرده و در ورودی‌های کشورهای سخت‌گیری‌های بسیاری انجام می‌دهند.

طبق پیش‌بینی اتحادیه اروپا، کرونا خسارتی حدود یک میلیارد یورویی به کشورهای عضو این اتحادیه وارد کرده است. با احتساب این آمار و شیوع گسترده این ویروس جدید، صنعت گردشگری در کل دنیا فلج شده است. کشورهای گردشگر فرصت و گردشگر پذیر همگی درگیر کرونا هستند و تا آخر این بحران مشخص نیست کرونا چند میلیارد دلار به گردشگری آسیب خواهد زد.

تأثیرات منفی اتمام کرونا بر صنعت توریسم جهانی

۵۰ میلیون شغل را در صنعت گردشگری و مسافرت در سطح جهان از بین ببرد. اهریمن اجتماعی مسافرت؛ اهانت مبالغه آمیز و اشتباه رسانه؛ فجایع اقلیمی؛ مالیات مناطق؛ ورشکستگی خطوط هوایی و اپراتورها؛ بی‌ثباتی سیاسی و رکود اقتصادی بازارهای بزرگ-که نمایانگر کاهش جهانی تجارتهای گردشگری در آینده نزدیک خواهد بود.

همه گیری جهانی ویروس کرونا کوید ۱۹ در این میان آژانس‌های گردشگری و هتلداران بیشترین ضرر را از نظر تأثیر کرونا و ویروس بر صنعت گردشگری دیده‌اند و حداقل ماه‌ها یا حتی یکسال طول خواهد کشید که دوباره صنعت گردشگری داخلی و خارجی کشورها شروع به فعالیت کنند یکسری از تأثیرات عبارت است از زنگ خطر سلامت جهانی؛ کمبود هواپیما در پی بحران بونینگ ماکس.

سفرهای ۲۰۰۰ عضو را در داخل و خارج از اسپانیا لغو کرد و آنها را که در سفر هستند، وادار به بازگشت کرد. همچنین در اروپا، طرح پیشنهادی لوفت هانزا دوام آورده است که به کارکنان پیشنهاد مرخصی بدون حقوق را داد تا با اثرات منفی لغو پروازها به چین که ۱۳ هواپیما را به زمین نشانده است، مقابله کند. کمپانی‌های دیگر مثل BBVA سفر کارمندانش به چهار منطقه‌ی درگیر شامل ژاپن، ایران، کره جنوبی، سنگاپور و چین را لغو کرد. بانک دویچه همه سفرهایش به ایتالیا را کنسل کرد. همچنین لغو بسیاری از گروه‌های مهم نظیر بزرگ‌ترین نمایشگاه صنعت گردشگری جهان در برلین شده و دیگر رویدادها در صنعت گردشگری نظیر تعطیلی موزه لوور و لغو پروازها را رقم زده است. این اتفاقات ناگوار برای گردشگری، محدود به اروپا و استرالیا نمی‌شود. در خاورمیانه و در عربستان هم کرونا شرایط خاصی ایجاد کرده و بسیاری از مراکز شلوغ و پرتردد این کشور تعطیل شده است. بحث‌هایی در رابطه با تعطیلی مهم‌ترین و مقدس‌ترین مرکز مسلمانان یعنی کعبه و خانه خدا در شهر مکه نیز مطرح شده است. در هفته‌های پیش عربستان حج عمره را



دولت الکترونیک در معرض آزمون کرونا

ویروس کرونا با پیامدهای بسیاری که به همراه داشت، اما بیش از هر زمان دیگر اهمیت و ضرورت تحقق دولت الکترونیک و توسعه شبکه اینترنت کشور را عیان ساخت و آن را در معرض یک امتحان جدی قرار داد. شیوع ویروس کرونا تحولات ناگواری را برای زندگی انسان‌ها به همراه داشت و بسیاری از مناسبت اجتماعی و اقتصادی، ارتباطات، کسب و کارها، نحوه تحصیل، اشتغال و فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی را به شدت تحت تأثیر خود قرار داد.

اما این ویروس نوظهور در کنار تمام بدی‌ها و تأثیرات منفی که به دنبال داشت، فرصت‌هایی نیز برای جوامع بشری ایجاد کرد که با بهره‌گیری از این فرصت‌ها، می‌توان سرآغاز جدیدی برای زندگی انسان‌ها متصور شد. یکی از مهمترین فرصت‌هایی که ویروس کرونا ایجاد کرده است، توسعه ارتباطات دیجیتالی است که دولت الکترونیک

موضوع می‌طلبد تا عزم ملی و همگانی در کشور شکل گیرد. دولت الکترونیک در شرایط کنونی هر چند با موانع و نقایصی دست و پنجه نرم می‌کند، اما توانسته خدماتی به مردم ارائه دهد و در پیشگیری و مقابله با ویروس کرونا موثر واقع شود.

وجود سامانه سیب (سامانه یکپارچه سلامت) و راه‌اندازی سامانه salamat.gov.ir و غربالگری مردم در خصوص ویروس کرونا یکی از مهمترین خدماتی بود که توانست مسئولان را در بیماریابی و جلوگیری از گسترش بیشتر ویروس در جامعه کمک کند.

راه‌اندازی سامانه شاد و تداوم سال تحصیلی در بستر فضای مجازی، دورکاری کارمندان و پرهیز از حضور و تجمع کارمندان در ادارات و نهادها و پیگیری امور مردم از طریق بسترهای اینترنتی جلوه‌هایی از امکانات الکترونیکی است که در شرایط ناشی از شیوع ویروس کرونا بیش از پیش به چشم آمده است.

یکی از مهمترین مصادیق آن به شمار می‌رود.

دولت الکترونیک به عنوان بستر و فرایند مدیریت بدون کاغذ در حکومت مطرح است، که در بستر آن با حذف مراجعات فیزیکی و حضوری، بسیاری از ارتباطات بین اداره‌ها و مردم از طریق کانال‌های چندرسانه‌ای صورت می‌گیرد.

سابقه طرح دولت الکترونیک به اواخر دولت هشتم بازمی‌گردد، اما در طول این سال‌ها هیچگاه جدی گرفته نشد تا اینکه با شکل‌گیری دولت یازدهم، حجت‌الاسلام حسن روحانی یکی از مهمترین برنامه‌های دولت خود را عملیاتی کردن دولت الکترونیک اعلام کرد و در اردیبهشت سال ۱۳۹۳ در آیین گرامیداشت روز جهانی ارتباطات تأکید کرد که «دولت باید دولت الکترونیک» باشد.

با این وجود شاید بتوان گفت هیچ عاملی همچون ویروس کرونا نمی‌توانست اهمیت و ضرورت دولت الکترونیک را در کشور عیان سازد. تلاش‌های بسیاری در دولت تدبیر و امید برای تحقق کامل دولت الکترونیک انجام گرفته است، اما هنوز تا تحقق این مهم فاصله وجود دارد و این



کرونا سه هزار میلیارد به گردشگری ایران خسارت زد

فارس نوشت: شیوع ویروس کرونا بر مشاغل مختلفی اثر سوء گذاشت که در این بین صنعت گردشگری از جمله مواردی است که شاید بیشترین تأثیر را از این معضل دیده است.

شرایط امروز صنعت گردشگری که تا چند ماه قبل به عنوان یکی از درآمدزاترین صنایع جهان شناخته می‌شد، به گونه‌ای شده است که بیش از سایر صنایع از شیوع ویروس کرونا آسیب دیده است.

صنعت گردشگری ایران نیز اگرچه در فصل بهار سال ۱۳۹۸ با وجود وقوع مشکلات طبیعی، چون جاری شدن سیل در نقاط مختلف کشور، با ورود دو میلیون و سی هزار گردشگر در مقایسه با مدت مشابه سال ۱۳۹۷ افزایش ۴۰ درصدی گردشگران ورودی را تجربه کرده بود، اما امسال با خسارات زیادی روبرو شد.

این در صورتی است که براساس پیشبینی‌ها و برنامه‌ریزی‌های انجام شده قرار بود در سال ۹۹ با اجرای اقداماتی، چون حذف ویزا برای گردشگران چینی و تمرکز بر بازارهای هدف تازه تعداد گردشگران خارجی ورودی به کشور به ۱۱ میلیون نفر برسد.

با پیگیری از یک منبع آگاه مشخص شد که مجموع کل خسارت‌های برآوردی صنعت گردشگری کشور از شیوع گسترده ویروس کرونا حدود ۳ هزار و ۱۷۸ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان است.

در این بین دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری از آغاز شیوع ویروس کرونا تا به امروز هزار و ۲۰۳ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان، تأسیسات گردشگری هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان، راهنمایان گردشگری ۱۲۶ میلیارد تومان و مؤسسات و مراکز آموزشی گردشگری ۴۹ میلیارد تومان خسارت دیده‌اند.

گفتنی است آمار ارائه شده در این گزارش حداقل خسارت وارده به صنعت گردشگری با در نظر گرفتن هزینه کارگر، اجاره مکان، تورهای کنسلی و بیکاری راهنمایان گردشگری است.

شکاف دیجیتال مانع اصلی تحقق دولت الکترونیک

به گزارش ایرنا، کارشناس حوزه دولت الکترونیک، شکاف دیجیتال را مانع اصلی فراروی تحقق دولت الکترونیک عنوان کرد و افزود: با وجود زیرساخت‌های به نسبت مناسبی که در دولت دوازدهم در خصوص دولت الکترونیک فراهم شده است، اما سطح پایین سواد استفاده از ابزارهای اینترنتی و هوشمند چه در سطح برخی مدیران و کارمندان و چه در تعدادی از عموم مردم سبب شده تا از ظرفیت‌های این حوزه نتوان حداکثر بهره‌برداری را داشته باشیم. این کارشناس ادامه داد: برخی افراد با عنوان کردن این موضوع که «من نمی‌توانم از این سیستم یا نرم‌افزار استفاده کنم»، در مواجهه با وسایل و نرم‌افزارهای جدید مقاومت می‌کنند و استفاده از روش‌های قدیمی را ادامه می‌دهند. ایلیگی خاطر نشان کرد: تحولات روز دنیا و گریزناپذیری استفاده از نرم‌افزارها و وسایل الکترونیکی جدید سبب می‌شود تا در کشور ما اگر چه با وقفه، اما به سمت استفاده از این وسایل سوق داده شویم و خود را با این شرایط مطابقت دهیم.

شکل‌گیری تحولات گسترده و رونق دولت الکترونیک نیازمند نسلی از مدیران جوان و آگاه به دانش است.

وی، با تأکید بر ضرورت ارتقای سطح سواد IT کارمندان و مدیران دستگاه‌های اجرایی، افزود: شکل‌گیری تحولات گسترده و رونق دولت الکترونیک نیازمند نسلی از مدیران جوان و آگاه به دانش IT است و از سوی دیگر در استخدام کارمندان نیز در نظر گرفتن نمره بالایی به سطح دانش دیجیتال بسیار ضروری به نظر می‌رسد.



دورنمای صنعت گردشگری ایران در سال ۱۳۹۹



کامران هارونی
کارشناس ارشد گردشگری

تلاش‌های فعالان این صنعت گام در بازار رقابت گردشگری بین‌المللی گذاشته و توانسته است بدون وابستگی چندانی به منابع دولت و به‌صورت خودکفا نه تنها به توسعه دست یابد، بلکه جای خود را در بحث تولید ناخالص ملی به‌سرعت تثبیت نماید.

اگر نگاهی ژرف اندیشانه‌ای به فرازوفرودهای این صنعت در ایران در یک دهه گذشته داشته باشیم، درمی‌یابیم که فقط در سال ۱۳۹۸ این صنعت نوپا به‌اندازه تمام آن سال‌ها، تحول از سر گذرانده که از آن جمله می‌توان به تشدید تحریم‌های ظالمانه آمریکا، وقوع سیل در فروردین ماه، ناآرامی‌های آبان ماه، سقوط هواپیمای اوکراینی، گسترش ویروس کرونا و همزمانی آن با نوروز ۹۹ اشاره کرد و این در حالی بود که فعالان گردشگری و صنایع‌دستی که با پشت سر گذاردن این بحران‌ها بخش قابل توجهی از بازار گردشگری خارجی خود را از دست داده بودند در نوروز امسال به دنبال جبران بخش کوچکی از دغدغه‌های خود از طریق فعالیت در بازار داخلی در بازده زمانی کوتاه‌مدت نوروز بودند، زیرا خود به نیکی می‌دانستند که بسیاری از تورهایی خارجی در طول ماه‌های اردیبهشت و خردادماه سال ۱۳۹۹ به دلایلی که در بالا ذکر شد تعلیق شده است، لذا فعالان گردشگری نه تنها بسیاری از تورهایی خود را در نیمه چهارم سال ۱۳۹۸

صنعت گردشگری به‌عنوان متنوع‌ترین و یکی از رو به رشدترین صنایع در سده بیست و یکم میلادی، امروزه به یکی از مهم‌ترین منابع درآمد و ایجاد فرصت‌های شغلی و ارزآوری برای کشورهای مختلف تبدیل شده و این در حالی است که این صنعت با ایجاد ارزش افزوده در اقتصاد، بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی را در جهان تحت تأثیر قرار داده است.

کشور عزیزمان ایران، امروزه با وجود بیش از یک میلیون جاذبه فرهنگی که حاصل فرهنگ و تمدن چند هزارساله نیاکان است، در کنار میراث طبیعی ارزشمند و بی‌ظنیر، همراه با چهار فصل منظم، بیش از یک دهه است که با





پلمب صدها واحد متخلف و غیرمجاز بود.

و اما پایان شب سیه سفید است:

به هر ترتیب اپیدمی بیماری کرونا نیز، مانند بیماری‌های دیگر همچون: سارس، آنفلانزا و ابولا تمام می‌شود و در ایران نیز مانند اکثر مقاصد گردشگری دنیا همانند: اسپانیا، ایتالیا، فرانسه، تایلند و ترکیه و امارات همه پروازها از سر گرفته می‌شود، با این وصف وظیفه دولت برای ترمیم و کمک به التیام این زخم‌ها بیش از پیش خواهد بود.

مأموریت‌های پسا کرونا و نقش دولت در خصوص گردشگری داخلی

صنعت گردشگری در کشور ما هنوز نوپا است، لذا به نظر می‌رسد دولت باید با ایجاد یک صندوق حمایتی، از این صنعت و سرمایه‌گذاران و فعالان آن حمایت کند و با اینکه همانند اتاق اصناف، اتاق گردشگری بخش خصوصی را ایجاد و دولت نیز تسهیلات مناسب در اختیار ایشان قرار دهد.

ضرورت مساعدت‌های لازم در خصوص هزینه‌های انرژی به مدت سه ماه، حذف و بخشودگی عوارض شهرداری در سال ۹۹، تخفیف مالیات بر درآمد سالانه، بخشودگی یا تخفیف حق بیمه سهم کارفرما، ارائه تسهیلات بانکی برای پرداخت حقوق کارکنان، استمهال در تسهیلات اخذشده از جمله حمایت‌هایی است که دولت و به‌ویژه وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی می‌تواند به‌عنوان یک بسته پیشنهادی به فعالان این صنعت در راستای جلوگیری از سرخوردگی آنان در سال ۱۳۹۹ ارائه کند.

همچنین در راستای رونق دوباره گردشگری داخلی، ایجاد و ارائه طرحی همانند سفر کارت ملی و تصویب در هیئت دولت و تزریق اعتبارات به بخش رفاهی دستگاه‌ها به‌ویژه در فصل ادامه در صفحه ۳۱

از دست داده بودند، بلکه چشم‌انداز روشنی نیز حداقل در زمینه تورهای خارجی در نیمه اول سال ۱۳۹۹ نداشتند. با این وصف با اعلام ستاد ملی مبارزه با ویروس کرونا مبنی بر ممنوعیت سفر در نوروز، به یک‌باره تمامی امید فعالان این صنعت برای ادامه حیات به ناامیدی تبدیل شد.

هم‌اینک با گذشت یک ماه از انتشار ویروس کرونا در کشور و تعطیلی کامل تأسیسات گردشگری، طبق برآوردهای اولیه کارشناسان این حوزه، مشاغل اصلی و وابسته به این صنعت همانند واحدهای اقامتی، پذیرایی، ایرلاین‌ها، شرکت‌های حمل و نقل گردشگری، دفاتر خدمات مسافرتی و سامانه‌های رزرواسیون، آن‌هم تا اطلاع ثانوی تعطیل شده‌اند، لذا با این وصف سفره سفرهای داخلی نیز همانند سفرهای خارجی برچیده شد و این در حالی بود که وزارت متبوع به‌عنوان رئیس کمیته گردشگری و فضاهای ورزشی ستاد ملی کرونا و در زمینه جلوگیری از شیوع این بیماری، تمامی بناهای تاریخی و جاذبه‌های گردشگری، نوروز گاه‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های صنایع‌دستی را تعطیل اعلام کرد و فعالیت واحدهای اقامتی بخصوص هتل‌ها را منوط به رعایت پروتکل بهداشتی اعلام کرد که این موضوع هم با بی رغبتی آن‌ها روبرو شد و صاحبان واحدهای اقامتی با میل خود واحدهای خود را تعطیل کردند و همین نکته کافی بود تا امنیت شغلی کارکنان این واحدها را تحت تأثیر قرار دهد به گونه‌ای که هتل عباسی اصفهان بعد از ۵۳ سال فعالیت به‌طور کامل تعطیل شد و از سوی دیگر مأموریت و وظایف کارشناسان نظارت در سراسر کشور را در بازرسی‌های قاطع بخصوص در مواجهه با واحدهای غیرمجاز تأسیسات گردشگری دوچندان کرد که نتیجه آن

موفق شدند ره صدساله را یک شبه طی کنند. جالب اینجاست که برخی ایده پردازان، درست در همین شرایط بد دست به تاسیس استارت‌آپ زدند و در مدتی کم، موفقیت‌هایی بزرگ کسب کردند. یکی از کشورهایی که رکورددار حضور استارت‌آپ‌های موفق و تازه تاسیس در دوران کرونا محسوب می‌شود، بریتانیاست. بیشتر این استارت‌آپ‌ها هم برای تحلیل و پژوهش درباره ارتباط بیماران یا افراد ناقل با دیگران در جامعه و تلاش برای جلوگیری از انتقال بیماری به دیگران و افزایش تعداد قربانیان عمل می‌کنند. اما این موضوع محدود به بریتانیا نیست و اگر بخواهیم به یکی از استارت‌آپ‌های موفق در دوران کرونا اشاره کنیم می‌توان از Kry یاد کرد. این استارت‌آپ در سوئد، نروژ، اسپانیا و فرانسه بسیار پرطرفدار شد و در دوران قرنطینه و بحران کرونا نیز عنوان پرتعدادترین داندلو را در میان اپلیکیشن‌های پزشکی اروپا از آن خود کرد چراکه تعداد داندلوهای این اپ نسبت به مدت مشابه سال گذشته رشدی ۶۱ درصدی داشت.

بیماری کووید ۱۹ توفیقی اجباری بود تا شرکت های نوپا بتوانند ایده های کاربردی و جدید خود را معرفی کنند با شیوع کرونا و همه گیری آن در جهان فعالیت بسیاری از شرکت های بزرگ متوقف شد یا به حداقل ممکن رسید. کاهش درآمد و تعدیل نیرو بخشی از تبعات و دردهای است که این شرکت های پرتا به با آنها دست به گریبانند؛ اما در این میان، برخی استارتاپ ها خوش درخشیدند و بار دیگر نشان دادند در دنیای پرشتاب و پرحادثه امروز، تنها ایده های نوین هستند که می توانند موفق شوند و یک شرکت نوپا را موفق تر از کمپانی های بزرگ و باسابقه در اذهان ترسیم کنند.

۱۴ | کاسپین امروز | شماره ۳۲ - بهار ۹۹



این روبات‌های هوشمند از دیگر استارت‌آپ‌های موفق دوران کرونا می‌توان به برخی شرکت‌های نوپا اشاره کرد که در زمینه روبات‌های هوشمند فعالیت می‌کنند. روبات‌های Blue Ocean Robotics در دانمارک، CareClever در فرانسه و همچنین No Isolation در سوئد برخی از این استارت‌آپ‌های موفق هستند. روبات‌ها بیمار نمی‌شوند و این یک امتیاز بزرگ برای آنها محسوب می‌شود تا بتوانند در شرایط بحرانی کرونا در بیمارستان‌ها فعالیتی بی‌دردسر داشته باشند و عملاً بیشتر کارهای روزانه بیماراران ایزوله کرونایی را انجام دهند یا اینکه بتوانند به مردمی که در قرنطینه مانده‌اند کمک کنند تا این روزگار سخت را راحت‌تر بگذرانند.

استارت‌آپ CareClever در فرانسه نیز که در زمینه روبات‌های اجتماعی فعالیت دارد یکی دیگر از برنده‌های دوران کرونا به شمار می‌رود. این استارت‌آپ به طور ویژه بر سالمندان تمرکز دارد و علاوه بر روبات‌ها یک تبلت هوشمند ویژه سالمندان با نام KOMP و همچنین روبات AV۱ برای کودکان را ارائه داده است.

از جلسات مجازی تا ساخت واکسن

هرچند پیش از این استارت‌آپ‌های فعال در زمینه ملاقات‌های از راه دور موفقیت بالایی نداشتند ولی پتانسیل آنها در بحران کرونا مشخص شد. از موفق‌ترین آنها می‌توان به Hopin در بریتانیا، Smarp در فنلاند و همچنین Kantree در فرانسه اشاره کرد. با توجه به لغو بسیاری از رویدادها بسیاری از شرکت‌ها تلاش کردند تا برای جلوگیری از ضرر بیشتر، جلساتشان را به صورت مجازی برگزار کنند و همین موضوع، رمز موفقیت استارت‌آپ‌های فعال در این زمینه شد. به عنوان مثال ارائه خدمات استارت‌آپ Smarp رشدی ۱۱۰ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته داشته است.

برخی فین‌تک‌ها هم در دوران کرونا روزهای خوش را تجربه کردند که از جمله آنها می‌توان به استارت‌آپ‌های Flow Traders و Bux در هلند و همچنین



استارت‌آپ Blue Ocean Robotics روبات‌های UVD را ارائه داد که با اشعه ماورای بنفش اقدام به ضدعفونی بخش‌های مختلف بیمارستان‌ها بویژه بخش‌های کرونایی می‌کند. این روبات در جهان بشدت مورد توجه قرار گرفت تا جایی که این استارت‌آپ در شرایط بحرانی کرونا موفق شد رشد ۴۰۰ درصدی را تجربه کند. میزان محبوبیت این روبات بالا گرفت و چین که به عنوان مهد روبات محسوب می‌شود هم در شرایط شیوع کرونا متقاضی خرید ۱۰۰ عدد روبات از این استارت‌آپ شد. هریک از این

دورنمای صنعت گردشگری...

تابستان بسیار مثمر ثمر خواهد بود. همچنین در اقدامی دیگر می‌توان با ارائه سهمیه بنزین سفر در دو مرحله در طرح تابستانه سفر و یا اعیاد فطر و قربان و یا افزایش ایام تعطیلات، همچون تعطیلات زمستانی، بخشی از خسارت‌های وارده به این صنعت را جبران کرد.

احیای مجدد طرح شناسایی کشورهای هدف گردشگری در راستای رونق مجدد گردشگری خارجی

یکی از نقش‌های مهم دولت و وزارتخانه متولی گردشگری در دوران پسا کرونا، بی‌شک احیاء گردشگری خارجی است، لذا برای جذب گردشگران از کشورهای هدف و برای احیاء انواع گردشگری از جمله: فرهنگی، تاریخی، اکوتوریسم و ماجراجویانه باید در دوران پسا کرونا، با دعوت از گروه‌های تخصصی و تأثیرگذار مانند هنرمندان و خبرنگاران ضمن معرفی ویژگی‌های تاریخی و فرهنگی ایران به دنبال، جذب سرمایه‌گذاری خارجی برای ایجاد توسعه زیرساخت‌ها بخصوص مراکز تفریحی گردشگری بزرگ و گردشگری خلاق بود.

بالین حال در این پروسه تلاش برای ایجاد تعامل جهانی، نباید از تعامل و همفکری با سازمان بهداشت جهانی غافل شد.

همچنین در دوران پسا کرونا، نقش سفارتخانه‌ها و رایزن‌های فرهنگی در ارائه تصویر واقعی از ایران و کم رنگ کردن جریان ایران هراسی و معرفی جاذبه‌های گردشگری و همچنین معرفی امنیت پایدار ایران در کنار شرکت قدرتمندانه در نمایشگاه‌های بین‌المللی گردشگری، به‌منظور برپا شدن دوباره گردشگری خارجی ایران بسیار مؤثر خواهد بود.



FreeTrade در بریتانیا اشاره کرد. برخی استارت‌آپ‌های فعال در حوزه اپلیکیشن‌های آموزشی هم از کرونا بیشترین سود را بردند که از آنها می‌توان به Skills & School و Sharezone اشاره کرد که پیش از این هرگز این حجم دانلود برای آن دیده نشده بود. تعداد کاربران این اپلیکیشن‌ها در دوران کرونا تا ۵ برابر شده که موفقیتی بزرگ به شمار می‌رود.

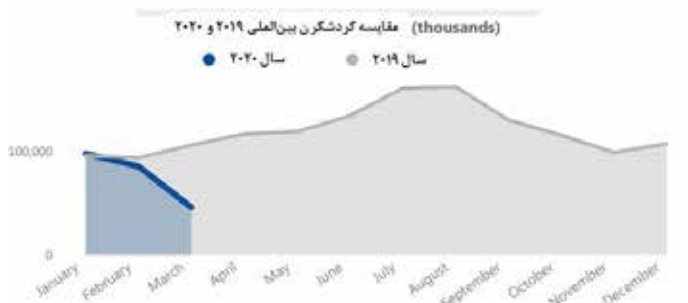
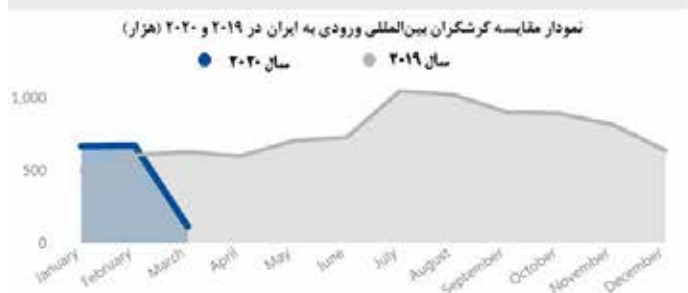
استارت‌آپ‌های فعال در زمینه بیوتکنولوژی که تلاشی چشمگیر برای ساخت واکسن کرونا دارند را نیز نمی‌توان در روزهای کرونا از نظر دور داشت. از استارت‌آپ‌های موفق این حوزه می‌توان به CureVac در آلمان و همچنین Exscientia و Heal در بریتانیا یاد کرد. این استارت‌آپ‌ها به دنبال استفاده از هوش مصنوعی (AI) برای پیدا کردن سریع یک راه حل برای مقابله با کرونا هستند.

پله برقی‌های ضد ویروس

حمل و نقل عمومی، مراکز خرید و سایر نقاط پرتردد احتمال ابتلا به کرونا را افزایش می‌دهند و این موضوع مورد توجه استارت‌آپ UVIS در آلمان قرار گرفته است. روزانه میلیون‌ها نفر در جهان از پله برقی‌های مترو، فروشگاه‌ها و... استفاده می‌کنند و از آنجا که نرده‌های این پله برقی‌ها محل اصلی تجمع انواع میکروب‌هاست، این روزها ضدعفونی این بخش بسیار مورد توجه قرار گرفته است. اما ضدعفونی آن کار راحتی نیست چون هرثانیه حداقل یک نفر از پله برقی استفاده می‌کند و احتمال آلوده شدن مجدد آن وجود دارد. اینجاست که استارت‌آپ UVIS در آلمان برگ برنده را در اختیار دارد. این استارت‌آپ حالا طرفدارانی در سراسر اروپا و حتی خارج از آن از جمله استرالیا دارد. محصول کوچک این استارت‌آپ، اشعه UV را بر نرده‌های پله برقی می‌تاباند تا سرعت ضدعفونی شود. این وسیله حالا در آسیا نیز بسیار طرفدار شده و اولین محموله به سنگاپور ارسال شد. با توجه به محبوبیت این محصول، این استارت‌آپ مجبور شد تعدادی نیروی موقتی جذب کند. این استارت‌آپ همچنین در ابتدای سال جاری میلادی یک محصول ضد ویروس و باکتری دیگر برای سبدهای خرید فروشگاه‌ها رونمایی کرد که در بحران کرونا بشدت مورد استقبال قرار گرفت.

رشد منفی ۱۵.۸ درصدی گردشگری ایران در ۲۰۲۰

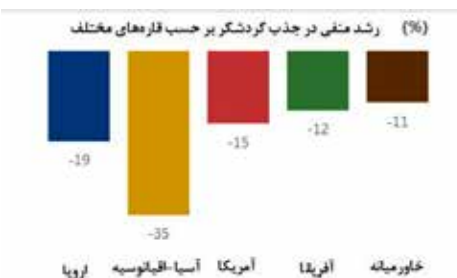
International tourist arrivals



متوسط رشد گردشگری ایران در سه ماه نخست سال ۲۰۲۰ همزمان با شیوع بحران جهانی کرونا بنابر اعلام سازمان جهانی گردشگری منفی ۱۵.۸ درصد بوده است.

به گزارش ایسنا، سازمان جهانی گردشگری در گزارش ویژه «گردشگری و کووید-۱۹» اطلاعاتی درباره آثار منفی شیوع ویروس کرونا بر صنعت گردشگری بین‌المللی و مناطق و کشورهای مختلف در سه ماهه نخست سال ۲۰۲۰ منتشر کرد که بر اساس آن گردشگری ایران علی‌رغم رشد مثبت ۳۴ درصد در ژانویه و مثبت ۱۱ درصد در فوریه، با اوج‌گیری بحران کرونا در ماه مارس با نزول ۸۱ درصدی ورودی گردشگران بین‌المللی همراه شده است که متوسط رشد منفی ۱۵.۸ درصد را برای ایران از ابتدای سال میلادی تاکنون رقم زده است.

در این گزارش متوسط رشد ورود گردشگران بین‌المللی در سطح جهان نیز منفی ۲۲.۴ درصد گزارش شده است که در این میان منطقه آسیا-اقیانوسیه با متوسط منفی ۳۵ درصد بیشترین نزول را به خود اختصاص داده و اروپا با منفی ۱۹ درصد، آمریکا با منفی ۱۵ درصد و آفریقا با متوسط رشد گردشگر منفی ۱۲ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. منطقه خاورمیانه با متوسط رشد منفی ۱۱ درصد کمترین نزول در جذب گردشگر بین‌المللی را از ابتدای سال ۲۰۲۰ تاکنون داشته است.





کسب و کارها و دولت در مواجهه با کرونا چه باید بکنند؟

کنار خرده فروشان پوشاک و لوازم منزل اولین بخشهای اقتصاد خواهند بود که تحت تاثیر این طوفان ویرانگر ورشکست میشوند یا نیروی کارشان را اخراج میکنند چرا که بازار نوروزی سهم عمده ای در تامین هزینه های سالانه این کسب و کارها دارد و در شرایط فعلی این مشاغل به مرز تعطیلی کامل رسیده اند.

باید توجه داشت که به شکل مشخص در حوزه دفاتر خدمات مسافرتی حدود ۴۰ درصد سود سالانه آژانسها از فروش تورها و سفرهای نوروزی حاصل میشود که امیدی به جبران آن در ماههای آتی نخواهد بود و با ادامه وضعیت اضطراری در اردیبهشت و خرداد عملا میزان اثرگذاری کووید-۱۹ بر فعالیت این کسب و کارها به مرحله غیر قابل جبرانی خواهد رسید. نباید فراموش کرد که تنها زیان دست اندرکاران حوزه گردشگری اعم از شرکتهای هواپیمایی و هتلها و اقامت گاهها و آژانس های مسافرتی و کسب و کارهای وابسته به سفر از تعطیلی فعالیتهای در اسفند و فروردین بیش از ۴۰۰۰ میلیارد تومان برآورد میشود که با توجه به شرایط مالی و بدهی های انباشته پیشین جبران آن برای بخش عمده ای از دست اندرکاران این صنعت امکان ناپذیر به نظر میرسد.

اما اشتباه بزرگی خواهد بود اگر تاثیر اقتصادی کرونا را صرفا در صنعت خدمات خلاصه کنیم و برای درک صحیح آنچه که در پیش است باید به ابعاد بحران کرونا در سطحی فراتر نگریسته شود. برای تحلیل درست تر ابتدا باید شرایط عمومی اقتصاد در تحریم ایران را در نظر گرفت. احتمالا در شروع سال جدید دولت در حالیکه دست کم تا چند ماه درگیر کنترل شیوع کرونا و هزینه های پیش بینی نشده مترتب بر آن خواهد بود، می بایست با توجه به کاهش قیمت نفت و عدم امکان تحقق بسیاری از درآمدهای پیش بینی شده در برنامه برای ۳ ماهه نخست سال ۹۹ راهکارهایی بابت رتق و فتق کسری بودجه ناشی از علل مذکور بیابد. در چنین شرایطی کسری بودجه باعث افزایش بیش از پیش تورم و کاهش بیشتر رشد اقتصادی و افزایش بیکاری خواهد شد و شرکتها با یخبندان بازارهای پول و اعتبار، ظرفیت مازاد تولید یا ارایه خدمات، عدم وصول مطالبات و افزایش بدهی ها مواجه خواهند بود.

کرونا و حال و هوای استارت آپ ها

در میان مدت (۳-۶ ماه آتی) در وضعیتی که بسیاری از شرکتها کلیه سفرهای غیر ضرور و برخی دیگر تمام سفرهای کاری را لغو کرده اند فرآیندهای تجاری و فروش و توسعه بازار تمام سازمانهایی که جهت پیشبرد امور به ملاقاتهای مستقیم وابستگی دارند در کشور آسیب خواهند دید چرا که در کشور ما غالب توافقات تجاری در جلسات رو در رو شکل میگیرند. از طرفی افزایش بیکاری و رکود تورمی فضای نا امنی اقتصادی را تشدید خواهد کرد و چنین وضعیتی در سطح خانوار باعث افزایش میل به پس انداز از محل کاهش هزینه های غیر ضروری برای در امان بودن و مدیریت پیشامدهای احتمالی در آینده خواهد بود. اما چه خواهد شد اگر هزینه های سفر یا تفریح و سرگرمی خانوارها کاهش یابد؟ چه خواهد شد اگر تمایل به خرید ملزومات نه چندان ضروری خانوارها به تعویق بیفتد؟ پاسخ احتمالا چنین خواهد بود که تشدید بحران بیکاری یا ورشکستگی بنگاههایی که در صف اول و خط مقدم مواجهه

این روزها همه ما در میان انبوهی از توصیه های علمی و غیر علمی که مدعی حفظ سلامت و آسایشمان هستند احاطه شده ایم تا خود و عزیزانمان را از آسیبهای شیوع ویروس کرونا در امان بداریم. اما اهمیت حفظ سلامت کسب و کارها نکته ای است که نباید در چنین شرایطی مغفول باشد. این نوشتار بر آن است تا با بررسی و نتیجه گیری از اطلاعات موجود و تجربیات نویسنده توصیه هایی کاربردی به کسب و کارها و سازمانهای متولی برای حفظ سلامت و ادامه روند فعالیتهایشان در چالش با پیامدهای همه گیر شدن و گسترش عوارض بیماری کووید-۱۹ داشته باشد.

آنچه که در حال حاضر همه از پیامدهای اقتصادی و اجتماعی کرونا در ذهن دارند چنین تصویری است:

دولتها هر روز بیش از پیش محدودیتهای آمد و شد اعمال خواهند کرد و تعداد بیشتری از شهروندان تصمیم به اقامت در منازل خود خواهند گرفت. سفرهای کاری و تفریحی کاملا متوقف خواهد شد، ایرلاینها مسیرهای پروازی را کاهش خواهند داد و مسیرهای باقی مانده هم با تعداد پرواز کمتری انجام خواهند شد. از مسافران خواسته میشود که تاریخ سفرشان را به تعویق بیندازند و در شرایط عادی حدود یکماه طول خواهد کشید که مبالغ مربوط به کنسلی پروازها و هتلها به مسافران استرداد شود. رستوران ها خالی و مراکز تفریحی و ورزشی تعطیل خواهند شد و کنسرتها و سمینارهای بیشمار لغو خواهند شد و احتمالا شرکتهای هواپیمایی، هتلها و آژانسهای مسافرتی و رستورانها در



کارتان هزینه هایتان را کاهش دهید؟ و در نهایت چگونه میتوانید از مزایایی که این تغییرات در بازار خواهند ساخت بهره مند شوید؟

کاهش جدی هزینه ها

باید به یاد داشت که کاهش جدی هزینه ها یکی از اصلی ترین توصیه های مدیریتی به تصمیم گیران سازمانها در دوره بحران اقتصادی است اما آنچه که مغفول می ماند توجه به این نکته است که این کاهش هزینه نمی بایست آسیب جدی به برنامه های بلند مدت شرکت بزند. بزرگترین اشتباه این است که اول هزینه ها را کم کنیم و بعدا به استراتژی فکر کنیم. پس هر کاهش هزینه ای باید متناسب با استراتژی بلند مدت شرکت باشد.

پس فراموش نکنید که پیش از اینکه با ذره بین دنبال هزینه ها بگردید و بعنوان آسان ترین راه سراغ تعدیل سرمایه های انسانی شرکت بروید شرایط جدید کسب و کار و برآوردها از پیش بینی های رشد و فروش را مد نظر و بازبینی مجدد قرار دهید و فرصتهای احتمالی پیش رو را کاملاً تحلیل کنید. به یاد داشته باشید که مشتریان شما عادات خرید خود را تغییر خواهند داد و فروشهایی که قبلاً قطعی به نظر میرسید احتمالاً محقق نخواهد شد. هر تصمیمی که میگیرید باید با توجه به این نکات باشد که صرفاً هر آنچه خود می توانید کنترل کنید را مدیریت کنید و از فعالیتهای پرریسک حذر کنید. نکته آخر اینکه جریان نقدینگی کسب و کارتان باید مثبت باشد.

دولت چگونه میتواند به کسب و کارها کمک کند؟

در شرایط فعلی که کسب و کارها مازاد ظرفیت ارایه خدمات یا تولید دارند و نیاز به سرمایه گذاری جدید ندارند و صرفاً احتیاج به افزایش تقاضا دارند تا به ظرفیت سابق خود برگردند سیاستگذار با تحریک تقاضا میتواند چنین امری را محقق کند. باتوجه به اینکه احتمالاً کاهش نرخ بهره و عوارض ناشی از آن گزینه مطلوبی در شرایط امروز اقتصادی ایران نیست، میتوان در حوزه گردشگری وامهای سفر با نرخ های پایین و بازپرداخت ۱۲ ماهه در اختیار کارکنان دولت و سایر اقشار متقاضی قرارداد تا سمت تقاضا تحریک شود.

بخشش های مالیاتی متناسب با زیان وارده به کسب و کارها و امکان تعویق پرداخت مالیات معافیت از پرداخت حق بیمه سهم کارفرما به مدت ۶ ماه

اعطای تسهیلات کم بهره و طولانی مدت متناسب با تعداد شاغلین در هر کسب و کار

از دیگر اقدامات حمایتی است که دولت می تواند برای کسب و کارها و بویژه فعالان حوزه گردشگری در نظر بگیرد. البته که با چنین سیاستهایی نمیتوان تا ابد گردشگری و بخش خدمات را سرپا نگه داشت و این سیاستها کوتاه مدت و تحت شرایط خاصی موثرند.

شاید در نگاه اول چنین به نظر میرسد که موارد فوق هزینه زیادی به دولت تحمیل میکند اما می بایست زیانها و هزینه های ناشی از تعطیلی کسب و کارها و رکود و کاهش تقاضای کل از جانب کارشناسان مورد بررسی قرار گیرد تا مشخص شود که کفه هزینه های کدام سو سنگین تر است.

با عوارض اقتصادی شیوع ویروس کرونا قراردارند ترس عمومی در سایر بخشهای اقتصادی را تشدید خواهد کرد و صرفه جویی و خودداری از انجام هزینه به بخشهای دیگری از اقتصاد تسری خواهد یافت و اثر آبشاری این صرفه جویی هادر تمام بخشهای اقتصاد جاری خواهد شد تا شاهد کاهش تقاضای کل و اختلال در زنجیره های تامین ورکود اقتصادی و پیامدهای اجتماعی آن در سطحی بسیار وسیع تر باشیم.

کسب و کارها چه باید بکنند؟

با کارکنان صحبت کنید

در شرایط فعلی نیاز سازمانها و کسب و کارها به مدیرانی که حس رهبری را به کارکنان انتقال دهند کاملاً مشاهده خواهد شد چرا که کارکنان سازمانها و شرکتها همگی از عوارض کووید ۱۹ بر کسب و کارها آگاهند و همگی میخواهند بدانند واکنش مدیران چه خواهد بود و چه تاثیری بر زندگی آنان خواهد داشت. پس نیازی به کتمان مشکلات نیست، کاملاً شفاف با کارکنان شرکت صحبت کنید و ضمن تشریح شرایط موجود از آنان دعوت به همراهی در ادامه مسیر دشوار کنونی کنید و اطمینان داشته باشید که چنین رویکردی همدلی سازمانی را افزایش خواهد داد.

به سوالات زیر جواب دهید:

آیا به اندازه لازم نقدینگی دارید؟ آیا می توانید حداقل ۶ ماه در صورت ادامه این بحران زنده بمانید؟ آیا برنامه های متناسب با پیشامدهای احتمالی را تهیه کرده اید؟ آیا میتوانید فعالیتهای و ساختار کسب و کارتان را متناسب با شرایط جدید تغییر دهید؟ چگونه میخواهید بدون آسیب جدی به کسب و



۶ محرک سفر برای پساکرونا

محمود فاضلی

طبق بررسی‌های انجام شده تاکنون هیچ رخدادی حتی جنگ جهانی اول و دوم نیز باعث نشده صنعت گردشگری جهان این‌گونه ۱۰۰ درصد (بازار زمین‌گیر شده) دچار آسیب شود. در دوران کرونایی فعالان بازار گردشگری در جهان دست روی دست گذاشته‌اند بلکه فعالیت‌هایی درخصوص ایجاد شرایط مناسب برای پساکرونا را انجام می‌دهند. در واقع دفاتر خدمات مسافرتی باید به پیش‌فروش ذهنی خدمات مسافرتی با ۶ محرک اصلی در این مدت بپردازند تا در دوران پساکرونا گردشگران خود را جذب کرده و کسب درآمد قابل توجهی داشته باشند.

پساکرونا داشته باشند. دو پیش‌بینی در حوزه گردشگری وجود دارد؛ اول اینکه احتمالاً در فضای پساکرونا با حجم انبوهی از سفر مواجه خواهیم شد زیرا افراد از خانه‌نشینی، قرنطینه و تورهای مجازی و حضور در فضای مجازی برای سرگرم کردن خود خسته شده‌اند و پس از کرونا مطمئناً سفر را در برنامه‌ریزی‌های خود قرار می‌دهند. دوم اینکه مدل سفر نیز تغییر خواهد کرد به‌طوری که حتی نحوه انتخاب مقاصد توسط گردشگران نیز دستخوش تغییراتی خواهد شد. بنابراین شرکت‌های خدمات

محمد شیرکوند، رئیس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی ایران و ایتالیا در این‌باره گفت: در حال حاضر حوزه گردشگری به‌طور کلی تخریب شده و فضای کلی گردشگری نیز در تمام قاره‌های اروپا، آمریکا و آسیا از بین رفته؛ به‌خصوص جنوب شرق آسیا که منبع اقتصادی گردشگری محسوب می‌شود، کاملاً تخریب شده است.

وی افزود: دولت‌ها در جهان بخش کلانی هستند که همیشه حوزه گردشگری را حمایت می‌کنند. ظرفیت این بخش کلان در تمام جهان تقریباً به یک اندازه است، دولت معمولاً در همه کشورها حمایت‌های مالی دارد، میزان مالیات و همچنین بحث بین همکاری و تعامل بین مدیران و همکاران را مشخص می‌کنند تا تعامل کلی در یک صنعت شکل بگیرد. در حال حاضر بخش خصوصی در کل دنیا به‌جز ایران به دنبال ارائه راه حل و راهکار است. به‌طوری که از این فضای متوقف شده کرونا چه استفاده‌ای برای زمان





مسافرتی که در زمان کرونا دست روی دست گذاشته و هیچ فعالیت نداشته‌اند از ذهن مخاطب خارج می‌شوند و زمانی که کرونا پایان یافت دیگر آن دفاتر خدمات مسافرتی و تورگردانان در ذهن مسافران نیستند و به همین دلیل نیز در برنامه‌ریزی‌های سفر گردشگران آن دفتر جایگاهی ندارند و بزرگ‌ترین آسیب اقتصادی به آنها وارد می‌شود.

شیرکوند اعلام کرد: فعالان گردشگری در اولین گام باید از این فضای کرونایی حاکم استفاده کرده و کارهایی انجام دهند تا در لیست انتخاب‌های مسافران قرار گیرند. برای این کار کافی است خاطرات را در رسانه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام بازسازی کنند و یا اینکه با قرار دادن مکان‌های دیدنی مختلف در فضای مجازی و آگاهی دادن به گردشگران آنها را ترغیب کنند تا جایی که مقصد مورد نظر در لیست آرزوهای مخاطب قرار گیرد و در دوران پساکرونا مقصدی را که شما در خدمات خود قرار داده‌اید را انتخاب کنند. در واقع این کار یک نوع پیش فروش کردن است. اگر دفاتر خدمات مسافرتی، هتلداران، ایرلاین و... توانستند این کارها را انجام دهند در زمان پسا کرونا موفق خواهند شد.

وی افزود: بازآوری خاطره و نگهداری گردشگرانی که سال گذشته با تور یا دفتر شما سفر کرده‌اند نیز پر اهمیت است. برای این کار می‌توانید یک عکس از سال گذشته گردشگر را در اینستاگرام قرار دهید و عنوان کنید یادتان هست که سال گذشته باهم رفتیم به این سفر اما امسال کرونا اجازه تجدید این سفر را نداد. با این حال ما سفرهای جذاب دیگری را نیز برای شما پس از کرونا در نظر گرفته‌ایم. یا اینکه یک عکس از یک مکان دیدنی و مسافرتی خاص را در پیج خود قرار دهید و اعلام کنید یکی از دوستانتان را که دوست دارید با او به اینجا سفر کنید، تگ کنید. یا به توریست‌های سال گذشته اعلام کنید یک خاطره کوتاه از سفر خود را که با شما داشته‌اند، بنویسند. با این کارها می‌توان مخاطبان خود را همچنان در کنار خود حفظ کرد.

علاوه بر آن می‌توان با برگزاری سفرهای مجازی در دوران کرونا گردشگران را برای سفر در دوران پسا کرونا تشویق کرد. مثلاً یکی از مقاصدی که در تعطیلات عید ۹۹ قصد سفر داشته‌اید را معرفی کنید و با تصاویر زیبا و متن‌های خیلی کوتاه در اختیار توریست قرار دهید. شما باید سعی کنید آن مقصد را در لیست آرزوهای مخاطب خود جای دهید و چون شما این کار را کرده‌اید و آن مقصد را در لیست آرزوهای مخاطب قرار داده‌اید شرکت شما برآورده‌کننده آن نیاز مخاطب در راستای رویاپردازی‌های ذهنی توریست می‌شود. بنابراین گردشگر بعد از اتمام کرونا به‌صورت ناخودآگاه برای سفر خود، شما را انتخاب می‌کند.

بررسی‌های «دنیای اقتصاد» نشان می‌دهد شرکت‌های خدمات مسافرتی در سال

گذشته ضرر بسیار قابل توجهی در حوزه درآمدی خود داشته‌اند که این امر اصلاً ارتباطی به شیوع کرونا ندارد بلکه مشکلات داخلی که سال ۹۸ در کشور رخ داد؛ فضای منفی در حوزه بین‌المللی علیه ایران ایجاد کرد و همین امر موجب کاهش سفرها شد. در واقع تلاشی که فعالان این حوزه انجام داده بودند تا امن بودن ایران به گوش تمامی گردشگران خارجی برسد با بروز حوادثی همچون ترور سردار سلیمانی، حادثه هواپیمای اوکراینی، اعتراضات مربوط به افزایش قیمت بنزین و... موجب از بین رفتن این امر شد و تورهای ورودی با کنسلی بیش از ۸۰ درصد مواجه شدند. در نتیجه این عوامل، موجب آسیب دیدن شرکت‌های خدمات مسافرتی شد و تمامی آنها منتظر تعطیلات نوروز بودند، آن هم نه به علت اینکه نوروز باعث سود کردن آنها شود، بلکه به علت اینکه نوروز می‌توانست موجب شود این دفاتر از بین نروند.

رئیس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی ایران و ایتالیا گفت: درست است که نیمه اول سال معمولاً شرکت‌های ارائه دهنده خدمات مسافرتی سودهای قابل توجهی کسب می‌کنند، اما به هر حال در ۶ ماه دوم درآمد به اندازه‌ای که کفاف هزینه جاری همان زمان را پاسخگو باشد نیز وجود دارد. همه فعالان گردشگری باید بدانند در حال حاضر باید باهم تعامل



گروهی اجتناب می‌کنند، دیگر با اتوبوس سفر نخواهند رفت و حتی در هتل‌های شلوغ نیز اقامت نخواهند کرد. به همین علت است که می‌گوییم پس از کرونا سبک سفرهای گردشگران تغییر خواهد کرد، زیرا دغدغه مخاطب دارد که قبلاً نداشت. باید شرکت‌های خدمات مسافرتی و هتل‌ها بتوانند اعتمادسازی کنند. از سوی دیگر مسافران نیز باید در این راستا کمک کنند به این صورت که به‌جای لغو سفر و باز پس گرفتن وجوه پرداختی خود سفر خود را به تعویق بیندازد زیرا لغو آنها به معنی قطعی شدن از بین رفتن خدمات‌دهندگان سفر است. رئیس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی ایران و ایتالیا تاکید کرد: تحقیقات در جهان نشان می‌دهد زمانی که کرونا به اتمام برسد حداقل ۲ ماه زمان می‌برد که از نظر روان‌شناسی وضعیت گردشگران عادی شود و در ایده‌آل‌ترین حالت کشور ما تنها یک‌ماه از ۱۵ مرداد تا ۱۵ شهریور ظرفیت کاری خواهد داشت که آن هم در شرایطی است که مدارس و دانشگاه‌ها همانند سال‌های گذشته تعطیل باشند. در غیر این صورت درآمد فعالان گردشگری در این یک‌ماه نیز از بین می‌رود. گردشگران با سفر تور محور می‌توانند بزرگترین کمک را به دفاتر خدمات مسافرتی کنند. توریست‌های داخلی نیز می‌توانند در این ایام قرنطینه درخصوص مقاصد مختلف گردشگری کشور تحقیق کنند، زیرا باید بدانند که مقصد صرفاً شمال نیست، بلکه می‌توانند مقاصد جدید را نیز در برنامه‌های سفری خود قرار دهند.

شیرکوند عنوان کرد: شرکت‌هایی که امروز در موضوع پسا کرونا فعالیت می‌کنند در حال حاضر در سه حوزه روان‌شناسی مخاطب، تغییر مدل سفرها و یکپارچگی خود را به روز می‌کنند. در حال حاضر حوزه گردشگری در دنیا به حالت قبل بازگشته است و ما می‌توانیم از این امر استفاده کرده و از ایران یک برند جدید برای گردشگران جهان بسازیم و ذهن آنها را با ویژگی‌های مثبت ایران پر کنیم. رئیس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی ایران و ایتالیا گفت: آگاهی‌سازی گردشگران در حوزه یک کشور مباحث مختلفی را تحت پوشش قرار می‌دهد، در گام اول کشور باید اعلام کند که در آن کرونا وجود ندارد و در گام دوم مقاصد گردشگری خود را به خوبی توضیح دهیم. در حالت عادی حدود ۸ ماه طول می‌کشد فضای روانی جامعه به حالت عادی برگردد. در حوزه گردشگری خارجی ما سال ۲۰۲۰ را از دست دادیم و در حوزه گردشگری داخلی ما در بهترین شرایط حدوداً یک ماه را برای بازار گردشگری داریم. اما اگر ایران هم مثل سایر کشورهای جهان در حوزه گردشگری چنین فعالیت‌هایی را انجام ندهد حداقل ۷ سال زمان می‌برد تا به حالت قبل خود برگردد.

داشته باشند و کارمندان نیز با کارفرمای خود که ۷ ماه درآمدی نداشته است تعامل کنند و تا جایی که ممکن است کارفرمایان با حداقل پرداختی نیز نیروهای خود را حفظ کنند و تعدیل نیرو انجام ندهند. اغلب فعالان گردشگری حاضر در کشور فعالانی هستند که به‌صورت آزاد کار می‌کنند و کارفرمایان می‌توانند از این نیروها در بخش تولید محتوا و آگاهی بخشی به توریست‌ها استفاده کنند. در این میان شرکت‌های خدمات مسافرتی نیز باید تضمینی بدهد که پس از اتمام کرونا اگر از طریق این تولید محتوا اتفاقات مثبتی رخ داد از سود خود به آنها نیز پرداخت کنند. همچنین باید در حال حاضر همه بخش‌های فعال در حوزه گردشگری کنار هم قرار گیرند و به صورت یکپارچه حرکت کنند تا این شرایط سخت‌تر نشود. با یکپارچه شدن می‌توانند تعدیل قیمت در راستای جذب گردشگر داشته باشند و همچنین خدمات خود را نیز افزایش دهند. در حال حاضر در کشور برای سفر بسته‌های متناسب با نیاز و بودجه گردشگران وجود دارد و این یکپارچگی می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر میزان سفرها داشته باشند.

وی افزود: در دوران پسا کرونا روان‌شناسی سفر تغییر خواهد کرد. در واقع پس از کرونا تا حداقل ۲ سال گردشگران از حضور در تورهای



وضعیت گردشگری مالزی در دوران کرونا

سهام بخش گردشگری در تولید ناخالص داخلی مالزی:

سهام بخش گردشگری در تولید ناخالص داخلی مالزی در سال ۲۰۱۸ چیزی حدود ۱۵ درصد بوده است. درآمد مالزی از محل گردشگری در سال ۲۰۱۹ برابر با ۸۶ میلیارد رینگیت بود و برای سال ۲۰۲۰ پیش بینی ۳۰ میلیون گردشگر با درآمدی بالغ بر ۱۰۰ میلیارد رینگیت را در نظر گرفته بودند. همچنین مجموع افرادی که در این صنعت فعالیت دارند تا پایان سال ۲۰۱۹ بیش از ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر برآورد شده است.

کرونا و گردشگری در مالزی:

اولین مورد ثبت کرونا در مالزی به ۲۵ ژانویه ۲۰۲۰ برمیگردد و تا یک ماه بعد از آن تعداد مبتلایان کمتر از ۲۵ نفر عنوان می شد. از اواسط ماه مارس بود که رفته رفته تعداد مبتلایان افزایش داشت و دولت را مجبور به بستن همه مسیرهای ورودی مسافران خارجی، و نیز اعمال محدودیت و کنترل رفت و آمدهای درون شهری و برون شهری کرد. تا به امروز که قریب به ۶ هفته از آغاز این سیاست می گذرد نیز هیچ مسافر خارجی امکان ورود به سرزمین مالزی را نداشته و این امر باعث از رونق افتادن گردشگری مالزی شده است. از جمله اثرات کرونا بر گردشگری در مالزی می توان به موارد زیر اشاره داشت:

- اولین اثرات کرونا حتی پیش از شیوع در مالزی مشاهده شد زیرا

بسیاری از مسافرت های برنامه ریزی شده لغو و به زمان دیگری موکول می شد. با شروع کرونا در چین بسیاری از کشورها مقررات محدودکننده ای را برای ورود گردشگران چینی اعمال کردند. مالزی نیز از حدود ۲ ماه پیش ممنوعیت هایی را برای ورود گردشگران از برخی استان های چین اعمال کرد که با شروع قرنطینه در خود این کشور ورود کلیه گردشگران ممنوع شد. سال گذشته از مجموع ۱۶۹ میلیون گردشگر چینی، ۳ میلیون و ۱۱۴ هزار ۲۵۷ نفر از آنها از مالزی بازدید داشتند که موجب درآمدی ۵,۱۶ میلیارد رینگیتی برای مالزی شده بود.

- کاهش سفرها، تاثیری مستقیم بر فعالیت های آژانس های مالزیایی خواهد داشت. بیش از ۵ هزار شرکت گردشگری فقط عضو انجمن تور و گردشگری مالزی هستند که مسلماً کاهش ورودی مسافر به این کشور تاثیر منفی بر فعالیت آنها خواهد داشت.

- از ۲۲ ژانویه ۲۰۲۰ تا کنون در مجموع بیش از ۲۰۰ هزار رزرو اتاق لغو شده است. کوالالمپور بیشترین تعداد انصراف را در ۶۱ هزار و ۵۸۹ مشاهده کرد و ایالت صباح مقام دوم را در این زمینه داشت.

- در کنار اینها، باید به تاثیر کرونا بر تجارت سایر پیشه ها از جمله رستوران داران، هتل داری، بخش حمل و نقل هوایی، شرکت های بیمه مسافری، اتوبوس و تاکسی داران، صنایع دستی، و سایر صنایع و شغل هایی که به طور غیر مستقیم از ورود گردشگر خارجی منتفع می شوند هم توجه داشت.

- در حال حاضر بیش از ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر در صنعت گردشگری مالزی مشغول به فعالیت هستند. اولین تصمیمی که معمولاً کارفرمایان در مواقع اضطراری همچون وضعیت فعلی میگیرند، کاهش نیروی کار و نیز کاهش دستمزدها است. این عامل باعث تعطیلی واحدهای مختلف شاغل در حوزه گردشگری و افزایش بیکاری خواهد شد.

- از ۵۶۲۹۹ نفری که در صنعت هتل داری مالزی مشغول بوده، بیش از ۲ هزار نفر تاکنون اخراج شده اند، از ۹۷۷۳ نفر (۱۷ درصد) خواسته شده است که مرخصی بدون حقوق بگیرند و ۵۰۵۴ نفر (۹ درصد) با کاهش دستمزد مواجه هستند. برخی اخبار از تعطیلی برخی هتل ها در مناطق مختلف مالزی شنیده شده است و با تداوم این وضعیت می توان پیش بینی کرد که به زودی تعداد بیشتری از هتل ها نیز تعطیل شود و به این ترتیب میزان بیشتری به جمع بیکاران این حوزه اضافه خواهد شد.

- پیش بینی می شود در سال جاری مالزی با کاهش درآمدی به میزان ۵۰ تا ۶۰ میلیارد رینگیتی در بخش گردشگری مواجه شود.

پرونده وب و تأثیرات آن بر

توصیه به کسب و کارها در پی شیوع ویروس کرونا:

- ۱- از کارمندان محافظت کنید
- ۲- یک تیم مسئول کرونا ویروس راه اندازی کنید
- ۳- اطمینان حاصل کنید که نقدینگی برای شرایط بحرانی کافیست
- ۴- زنجیره تأمین را تثبیت کنید
- ۵- در کنار مشتریان خود باشید
- ۶- برنامه ریزی کنید
- ۷- اهداف خود را در صورت نیاز تغییر دهید

سناریو (حالت خراب)



یژه کرونا ر اقتصاد دنیا

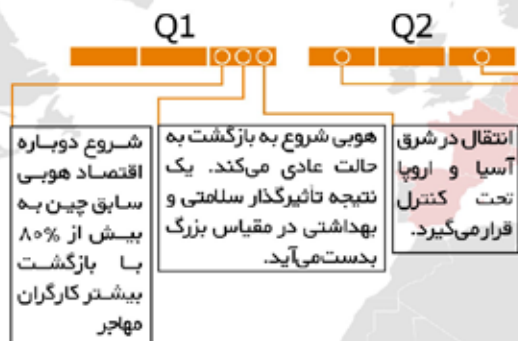
کشورهای مرکزی آسیب دیده از کرونا:
(۴۰٪ اقتصاد جهانی)

- ۱- چین
- ۲- آسیا شرقی (کره جنوبی و ژاپن)
- ۳- خاورمیانه (ایران)
- ۴- اروپای غربی (ایتالیا)

یو اول:
وشبینه



سناریو سوم:
(حالت بدبینانه)





گراف جهانی از سقوط گردشگری

بازار گردشگری جهان که از سال ۲۰۱۰ با سرعت رشد بسیاری همراه بوده و دهمین سال رشد پایدار بازار گردشگری را می‌گذراند به گونه‌ای که سرعت نرخ رشد بازار گردشگری از سال ۲۰۱۸ از نرخ رشد اقتصاد جهانی پیش گرفته بود و پیش‌بینی‌ها حاکی از آن بود که سال ۲۰۲۰ با عنوان «حمایت از مشاغل و اقتصادها در سفر و گردشگری» با حفظ سرعت رشد گردشگری در جهان بین ۳ تا ۴ درصد همچنان صنعت پیشتاز و پردرآمد جهان محسوب شود، شیوع ویروس کرونا و همه‌گیری آن در سراسر جهان و تبدیل شدن به بزرگ‌ترین بحران جهانی پس از جنگ جهانی دوم تمامی معادلات و پیش‌بینی‌های ۱۰ ساله کارشناسان را برهم زد و بازار گردشگری با بیشترین آسیب که به مراتب بسیار بیشتر از رکود اقتصادی جهان در سال ۲۰۰۹ و شیوع سارس در سال ۲۰۰۳ مواجه خواهد شد.

رکود اقتصادی جهان ناشی از بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ و همچنین حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۸ رخ داده بود که منجر به کاهش ۳۷ میلیون گردشگر ورودی در جهان شده بود و تاثیر آن بر بازار گردشگری کاهش ۴ درصدی بوده است. همچنین شیوع سارس در سال ۲۰۰۳ منجر به کاهش ۳ میلیون گردشگر و در نتیجه تاثیر آن بر بازار گردشگری جهان منفی ۴ / ۰ درصد بوده است. به گزارش «دنیای اقتصاد» سازمان جهانی گردشگری که در یک چشم‌انداز دو ساله برای سال‌های ۲۰۲۱-۲۰۲۰ در جهت حمایت از شغل‌ها و توسعه گردشگری چهار هدف استراتژیک و ۵ اولویت برنامه در نظر گرفته بود، شیوع ویروس کرونا دستیابی به این چشم‌اندازها را تا سال‌ها به تاخیر خواهد انداخت. تاثیرات مخرب ویروس کرونا در بازار گردشگری جهان تنها در سال ۲۰۲۰ نخواهد بود و پیش‌بینی‌ها نشانگر تاثیرات منفی و آسیب‌ها بین ۵ تا ۷ سال آینده خواهد بود که در نتیجه ضربه سهمگینی بر مشاغل، فرصت‌ها و اقتصاد بازار گردشگری وارد خواهد کرد.

هدف اول این چشم‌انداز «اولویت در سیاست‌گذاری» است که برای رسیدن به توسعه پایدار و دستیابی به برنامه ۲۰۳۰ و ۱۷ هدف توسعه پایدار آن، یک سیاست جامع و یکپارچه در چارچوب سیستم مدیریتی موثر و پاسخگو، با همکاری ذی‌نفعان در برنامه‌ریزی توسعه و مدیریت گردشگری نیاز است. این امر مستلزم تقویت سیاست‌ها و ساختارهای حاکمیتی برای اطمینان از چارچوبی مقاوم و تعریف شده و اجرای استراتژی‌های توسعه پایدار گردشگری در سطح ملی، محلی و به‌ویژه در

براساس برآوردهای سازمان جهانی گردشگری، همه‌گیری ویروس کرونا در جهان تاثیرات گسترده‌ای بر بازار گردشگری جهان خواهد گذاشت و با کاهش ۲۰ تا ۳۰ درصدی، تعداد گردشگران ورودی بین‌المللی بین ۲۹۰ تا ۴۴۰ میلیون نفر کاهش خواهد یافت. این درحالی است که در سال ۲۰۱۹ تعداد گردشگران بین‌المللی حدود ۱ / ۵ میلیارد نفر، با رشد ۴ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۸ همراه بوده و با ادامه روند رشد گردشگری در سال ۲۰۲۰، تعداد گردشگران ورودی با رشد ۳ تا ۴ درصدی به ۱ / ۶ میلیارد نفر تخمین زده شده بود. آسیب‌های وارده بر بازار گردشگری جهان بر اثر شیوع کرونا به مراتب مخرب‌تر از رکود اقتصادی جهان در سال ۲۰۰۹ و شیوع سارس در سال ۲۰۰۳ بوده است. در سال ۲۰۰۹



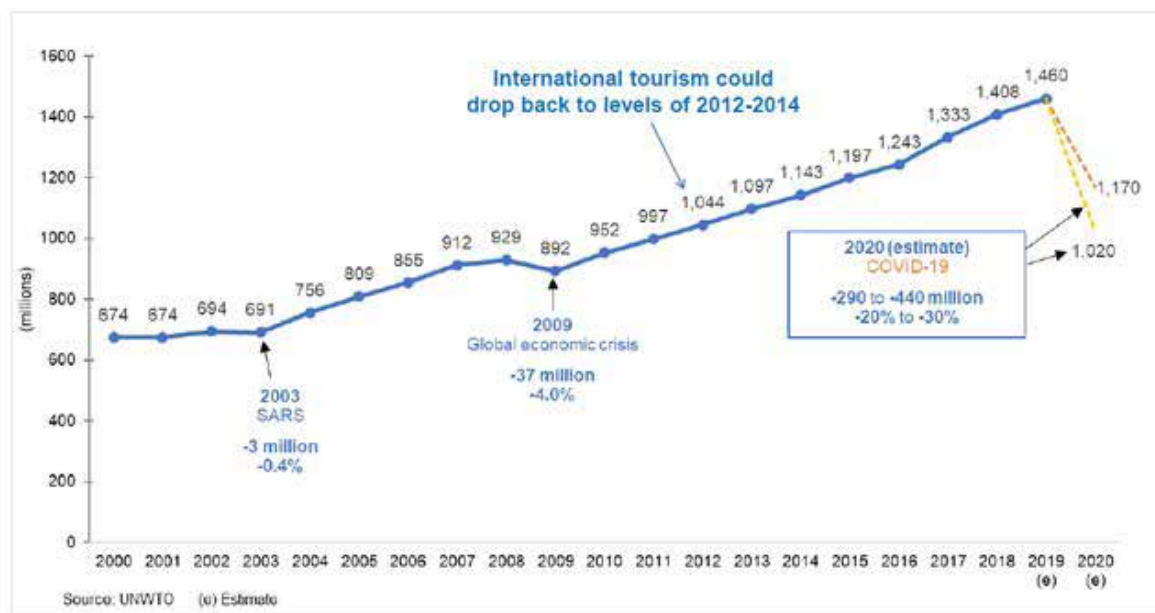
سازوکارهای توسعه در سطح کشورها از جمله مشارکت در چارچوب‌های همکاری توسعه پایدار سازمان در سطح جهانی همکاری کنند.

دبیرکل سازمان جهانی گردشگری با پیشنهاد چهار هدف استراتژیک برای ادامه توسعه پایدار گردشگری پنج اولویت برنامه‌ای را نیز مطرح کرده است. اولویت اول این برنامه، هوشمندتر کردن گردشگری با بهره‌گیری از نوآوری و فرصت‌های دیجیتال برای توانمندسازی جامعه محلی و مدیریت کارآمد منابع از طریق سایر اهداف است. بعد از آن رشد

عضویت است. پرداختن به نیاز اعضا و گسترش عضویت از ویژگی‌های اصلی دیدگاه مدیریتی است. این امر مستلزم گفت‌وگو با اعضای سازمان جهانی گردشگری و همچنین اعضای غیرعضو و تقویت ظرفیت سازمان برای ارائه است.

و آخرین هدف استراتژیک این سند برای برنامه دو ساله، افزایش منابع و تقویت ظرفیت سازمان جهانی گردشگری از طریق مشارکت است. برای دستیابی و تحقق توسعه پایدار گردشگری، ضروری است که سیاست‌گذاران جهانگردی با

چارچوب برنامه جدید شهری است. استراتژی بعدی این اهداف، ایجاد دانش در سیاست‌گذاری است. به این معنی که سازمان جهانی گردشگری برای تدوین سیاست‌های مناسب گردشگری برای حداکثر رساندن ارزش بخش اقتصادی-اجتماعی و به حداقل رساندن اثرات منفی آن، باید از دانش جامع و قوی درحوزه روند توسعه گردشگری در آینده و تاثیر آن بر بخش اقتصاد، جامعه و محیط‌زیست برخوردار باشد. هدف سوم این استراتژی، ایجاد ارزش بیشتر بر اعضای سازمان و افزایش





راحتی عبور کنند و با افزایش تقاضا و رقابت کشورها به ایجاد شغل و تقویت درک بین‌المللی کمک قابل توجهی می‌کنند. در نهایت اولویت پنجم، حمایت از میراث فرهنگی و فضاهای گردشگری در جهان است به این معنی که برای رسیدن به گردشگری پایدار به‌منظور کنترل و مدیریت تأثیرات منفی صنعت و بهینه‌سازی عملکرد بخش گردشگری برای حداکثر رساندن توسعه پایدار و بهره‌مندی از جوامع محلی، اقتصادی و اجتماعی باید به آگاهی و حمایت از محیط‌زیست، سیاست‌ها و اقدامات با هدف تقویت منافع مشترک کشورها و کاهش هزینه‌های گردشگری دست یافت.

موسسه بین‌المللی SOS که با انتشار نقشه ریسک سفر ۱۰ فاکتور مهم از ریسک سلامتی و امنیتی مخاطرات سفر در سال ۲۰۲۰ را جهت انتخاب مقصد گردشگران بین‌المللی معرفی کرده بود، تهدیدات امنیتی شدید، ناآرامی‌های مدنی و بی‌ثباتی سیاسی و بلایای طبیعی به‌عنوان اصلی‌ترین ریسک سلامت و امنیتی در موانع ورود گردشگر به کشورها در نظر گرفته بود. براساس این بررسی‌ها اروپا به‌عنوان امن‌ترین مقاصد گردشگری جهان به شمار می‌رفت که امکان سفر با کمترین خطر احتمالی را ایجاد می‌کرد. اما شیوع ویروس کرونا در جهان که در حال حاضر اروپا و آمریکا بیشترین گسترش را داشته، این مناطق را به ناامن‌ترین کشورهای جهان تبدیل کرده که امکان سفر به آن مقاصد را غیرممکن کرده است. بازار گردشگری طی ۱۰ سال گذشته توانسته با سهم ۷ درصدی از صادرات جهانی و ۲۹ درصد از کل صادرات خدمات جهان به رشد پایدار دست یابد و این توسعه گردشگری با وجود شوک‌های ناگهانی، قدرت‌نمایی و انعطاف‌پذیری بخش‌ها تداوم یافته است. همچنین وجود یک محیط مطلوب اقتصادی در جهان

رقابتی با سرمایه‌گذاری، کارآفرینی و تحول دیجیتال از اولویت‌های برنامه‌ای سازمان جهانی گردشگری است. برنامه سوم این اولویت ایجاد مشاغل بهتر و بیشتر است که این امر با توجه به آموزش‌های لازم برای ظهور انواع جدیدی از مشاغل جهانگردی، محصولات، خدمات و حرفه‌ها و نیاز به صلاحیت‌های مختلف، دانش و ویژگی‌های شخصیتی تحقق می‌یابد. اولویت چهارم برنامه دو ساله دبیر کل سازمان جهانی گردشگری، ایجاد انعطاف‌پذیری و تسهیل گردشگران است که هدف از تسهیل سفر حداکثر بهره‌وری از تشریفات گمرکی و فرودگاهی مربوط به ورود و خروج مسافران در کشورها و مقصد گردشگری و در عین حال دستیابی و حفظ امنیت با کیفیت بالا و اجرای مؤثر قانون است که اجازه می‌دهد تا گردشگران از مرزهای بین‌المللی به

کشورهایی با بیشترین آمار ابتلا به ویروس کرونا	سهم از ورود گردشگران بین‌المللی (درصد)	سهم گردشگری از میزان صادرات کشور (درصد)	سهم در میزان درآمدهای جهانی گردشگری (درصد)	سهم از میزان هزینه جهانی گردشگری (درصد)
China	4%	1%	3%	19%
Italy	4%	8%	3%	2%
United States	5%	10%	15%	10%
Spain	6%	16%	5%	2%
Germany	3%	3%	3%	7%
Iran	1%	5%	0%	1%
Republic of Korea	6%	3%	4%	3%
France	1%	8%	1%	2%
Switzerland	1%	5%	1%	2%
United Kingdom	3%	6%	4%	5%
Total	34%		39%	53%

اقتصادی با شروع افزایش تناقضاتی در تجارت بین‌المللی و اعتماد از دست‌رفته مصرف‌کنندگان به شاخص‌های ضعیف اقتصادی، افزایش چالش‌های ژئوپلیتیکی و عدم قطعیت طولانی مدت در مورد برگزیت مهم‌ترین بازدارنده‌های افزایش سرعت رشد بازار گردشگری در سال ۲۰۱۹ به‌شمار می‌رفت. اما اکنون پس از شیوع ویروس کرونا این چالش‌ها و بازدارنده‌ها در حاشیه بحران و خسارات ناشی از همه‌گیری جهانی این ویروس در بازار گردشگری قرار گرفته است. ایجاد مشاغل بیشتر و بهتر و نوآوری و کارآفرینی یکی از شاخصه‌های اصلی و مهم بازار گردشگری در جهت دستیابی به رشد پایدار بوده است. این بازار به‌لحاظ انعطاف‌پذیری و نوآوری و به‌روزرسانی فرصت اشتغال بسیاری را طی سالیان به وجود آورده است. براساس آمارهای جدید سازمان جهانی گردشگری در حال حاضر حدود ۳۱۹ میلیون شغل در بخش گردشگری جهان وجود دارد که حدود ۱۰ درصد از اشتغال جهان را به خود اختصاص داده است. این سازمان براساس بررسی‌ها و ارزیابی‌های چند ساله در یک چشم‌انداز ۱۰ ساله تا سال ۲۰۳۰ بر آن بود که سهم اشتغال در بازار گردشگری در جهان را حداقل تا ۱۵ درصد افزایش دهد. اما شیوع ویروس کرونا منجر به از دست دادن بیش از ۵۰ میلیون شغل تاکنون شده است و این آمار احتمالاً در آینده افزایش خواهد یافت. سازمان جهانی گردشگری دولت‌ها را تشویق به حمایت از مشاغل و اقتصادهای گردشگری و بهبود شرایط جهت حفظ مشاغل و شرکت‌های کوچک و متوسط برای بازیابی مجدد برنامه‌های توسعه گردشگری بعد از بحران کرونا کرده است.

/دنیای اقتصاد

و طبقه متوسط روبه رشد اقتصادهای نوظهور، پیشرفت‌های حمل‌ونقل هوایی، هزینه‌های مقرون به‌صرفه در اقامت و خرید، تغییرات اجتماعی و تسهیلات ویزا از مهم‌ترین دلایل نتایج مثبت در رشد گردشگری طی دهه گذشته بوده است. گردشگری در سال ۲۰۱۸ به‌عنوان سومین صنعت درآمدزا در جهان با رقمی معادل یک هزار و ۷۰۰ میلیارد دلار پس از صنعت سوخت با ۲ هزار و ۴۰۰ میلیارد دلار و صنعت مواد شیمیایی با ۲ هزار و ۲۰۰ میلیارد دلار قرار گرفت. این بازار توانسته بود با عملکردهای موفقیت‌آمیز و مثبت اقتصادهای پیشرفته جهان در حوزه گردشگری و پس از سال‌ها رشد پایدار شکاف خود با بازار خودرو را کاهش دهد و بالاتر از آن قرار گیرد. بازار توریست جهانی توانسته بود در سال ۲۰۱۸ با سبقت در رشد درآمد گردشگری از تولید ناخالص جهانی، سبقت رشد درآمد گردشگری از درآمد صادرات کالا، جایگاه بالای درآمد در گروه‌های صادرات جهانی و اثر گردشگری در مثبت شدن تراز تجاری از نرخ رشد اقتصاد جهانی پیشی بگیرد که براساس ۵ عامل اصلی شرایط مطلوب اقتصادی جهان، افزایش ویزاهای الکترونیکی و پیشرفته، تقاضای گسترده برای سفرهای هوایی، افزایش فناوری‌های دیجیتالی و هوش مصنوعی و تغییرات اجتماعی بوده است. شیوع ویروس کرونا که اکنون به یکی از بزرگ‌ترین بحران‌های جهان در طول تاریخ تبدیل شده است بر اقتصاد جهان اثرات منفی گسترده‌ای گذاشته و اقتصاد جهانی را با رکود بی‌سابقه‌ای مواجه کرده است. همچنین صنعت حمل‌ونقل جهان به‌ویژه صنعت هوایی با آسیب‌ها و خسارات غیرقابل جبرانی همراه شده است. انجمن بین‌المللی حمل‌ونقل هوای (IATA) میزان خسارت وارده بر صنعت هوایی جهان را حدود صدها میلیارد دلار برآورد کرده است که با گسترش روزافزون شیوع کرونا احتمالاً تغییر این آمار در آینده وجود خواهد داشت. رکود اقتصاد جهانی، نتایج متفاوت در میان تنش‌های تجاری و عدم قطعیت





متعلق به ۳۵۰۰ شرکت خدمات مسافرتی فعال در کشور با ۳۵ هزار پرسنل کاری است و جمشید حمزه‌زاده نیز اعلام کرده است که بحران کرونا ۳ هزار میلیارد تومان تنها به بخش هتلداری کشور با برخورداری از ۸۰ هزار نیروی شاغل خسارت وارد کرده است.

انجمن‌های گردشگری و هتلداری کشور در نامه‌نگاری‌های متعدد با وزارت میراث‌فرهنگی و دولت خواستار تدوین برنامه‌های برای خروج از بحران شدند. حتی انجمن‌های هتلداری و گردشگری خبر داده‌اند که در صورت تداوم روند کنونی در صنعت گردشگری ایران با توجه به شیوع کرونا در ایران احتمال بیکاری ۶۰ هزار نیروی شاغل در بخش هتلداری و شرکت‌های خدمات مسافرتی کشور در آینده نزدیک وجود دارد.

انجمن صنفی شرکت‌های خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران پیش‌بینی کرده است با تداوم روند فعلی، بیش از ۲۰ هزار نیروی شاغل در شرکت‌های خدمات مسافرتی شغل خود را از دست خواهند داد.

جامعه هتلداران ایران نیز برآورد کرده است با روند کنونی در بحران گردشگری کشور، برآورد می‌شود حدود ۳۰ هزار از شاغلان در صنعت هتلداری ایران نیز شغل خود را در آینده نزدیک از دست بدهند و بیکار شوند.

وعده‌های پساکرونايي

در این شرایط وزیر میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی مرتفع شدن مشکلات صنعت گردشگری کشور و خروج از بحران این صنعت را که با زیان‌های مالی در اسفندماه سال ۹۸ تاکنون همراه شد به دوران پساکرونا منتقل کرده و گفته است که در شرایط پساکرونا گردشگری ایران با جهش بالا مواجه می‌شود.

این اظهارات در شرایطی صورت می‌گیرد که پیش‌بینی می‌شود به دلیل نبود برنامه خروج از بحران در معاونت گردشگری کشور در صورت تداوم بیماری کرونا تا پایان سال در ایران و حتی استمرار آن تا سال آینده، صنعت گردشگری ایران راهی جز اعلام ورشکستگی و تعطیل واحدهای گردشگری و اقامتی ندارد. معاونت گردشگری وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی سالیان طولانی است که شعار گردشگری مجازی را مطرح کرده است. اما بحران کرونا مشخص کرد وزارت میراث‌فرهنگی نه تنها توان برگزاری یک تور مجازی حرفه‌ای متشکل از گروه‌های گردشگر مجازی ندارد که حتی قادر به تامین زیرساخت‌های ایجاد چنین روشی نیز نبوده است و گردشگری مجازی برای این وزارتخانه و معاونت گردشگری کشور تنها به معنای راه‌اندازی چند سایت ناقص و بدریخت معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور آنهم به غیرحرفه‌ای‌ترین شکل

بحران کرونا ضعف‌های ریشه‌ای برنامه‌های وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی در بخش گردشگری را آشکار کرد و در صورت تداوم روند فعلی فروپاشی در انتظار صنعت گردشگری ایران است.

معاونت گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی سال گذشته پس از حوادث پی در پی سال گذشته که تاثیر مستقیم بر صنعت گردشگری ایران گذاشت و به کاهش شدید سفرهای داخلی و ورودی انجامید در اقدامی تبلیغاتی از تدوین برنامه خروج از بحران گردشگری در مواقع دشوار خبر داد اما بحران شیوع کرونا در ایران به خوبی مشخص کرد که نه تنها وزارت میراث‌فرهنگی کشور و معاونت گردشگری آن وزارتخانه قادر به مدیریت صنعت گردشگری کشور در بحران نیست، که نبود برنامه جامع مدیریت بحران در صنعت گردشگری ایران زیان هنگفتی به فعالان این صنعت وارد کرده است.

فعالان صنعت گردشگری کشور و انجمن‌های گردشگری و هتلداری ایران در گفت‌وگوهای متعدد با رسانه‌ها در هفته‌ها و روزهای گذشته از زیان هنگفت ۴۲۰۰ میلیارد تومانی خبر دادند. حرمت‌الله رفیعی رییس انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران گفته است که ۱۲۰۰ میلیارد تومان از این میزان



ممکن است.

نگاه معاونت گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کشور به گردشگری مجازی تنها راه اندازی سایت های اداری مرتبط با سفر و گردشگری یا سایت های رزرواسیون است. در حالی که گردشگری مجازی مفهومی فراتر از رویکرد موجود در معاونت گردشگری دارد.

بحران کرونا اما به خوبی فقدان برنامه مشخص در وزارت میراث فرهنگی و معاونت گردشگری آن وزارتخانه برای برپایی تورهای مجازی را به خوبی مشخص کرد و شعار گردشگری مجازی در ایران را به چالش کشید.

ناتوانی در مدیریت بحران

معاون گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی که حالا دبیری کمیته گردشگری و فضاهای ورزشی ستاد ملی مقابله با کرونا را برعهده دارد در سه ماه گذشته هیچ برنامه جامعی برای خروج از بحران گردشگری نداشته است و حتی توان برنامه ریزی برای عبور از بحران را نیز از دست داده است. بحران کرونا چنان ضعف های معاونت گردشگری کشور را در برنامه ریزی برای خروج از وضعیت نامشخص گردشگری را آشکار کرده است که فعالان گردشگری کشور نیز در نامه نگاری های مکرر خود با وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و در گفت و گو با رسانه ها بر این موضوع تاکید کرده اند.

بسته معاونت گردشگری کشور برای خروج فعالان گردشگری از وضعیت آشفته فعلی تنها به امهال سه ماهه تسهیلات بانکی، امهال سه ماهه مالیاتی، امهال در پرداخت قبوض آب و برق و گاز به مدت سه ماه و درخواست از مردم برای پس نگرفتن پول هایی است که برای خرید بسته های سفر و اقامت از شرکت های خدمات مسافرتی و هتل ها در دوران پیش از کرونا پرداخت کرده اند و هنوز هم شرکت های خدمات گردشگری و هتل ها با سیل مراجعانی مواجه هستند که خواستار بازپس دادن پول های

پرداخت شده هستند و نمی دانند چگونه پاسخ مراجعان را بدهند. پرداخت تسهیلات ۱۲ میلیون تومانی با سود ۱۲ درصد به ازای هر یک از کارکنان دفاتر خدمات مسافرتی که شرکت های خدمات گردشگری از تعدیل آن ها منصرف شوند یکی دیگر از ابتکارات وزارت میراث فرهنگی در بسته خروج از بحران گردشگری است که آن هم مورد قبول هتلدارها و شرکت های خدمات گردشگری کشور قرار نگرفته است.

این تمهیدات در حالی نام بسته خروج از بحران در صنعت گردشگری را به دوش کشیده است که مشکلات ایجاد شده برای صنعت گردشگری ایران و فعالان این صنعت در کشور به اندازه ای بزرگ است که این بسته کوچک توان خارج کردن آن ها از بحران بزرگ ایجاد شده در صنعت گردشگری کشور را ندارد.

در این شرایط به نظر می رسد وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی چاره ای جز تعریف مجدد وظایف خود در حوزه گردشگری ندارد و باید تمامی ساختارهای شعاری ایجاد شده برای حل بحران های گردشگری کشور با عنوان برنامه خروج از بحران برچیند و به فکر بازنگری برنامه ها و تغییر در سیاست های کلان این وزارتخانه باشد. در غیر این صورت گردشگری کشور نه در دوران پساکرونا قادر به جبران شکست های پی در پی خود از دو سال گذشته تاکنون است و نه بخش خصوصی دیگر توان به دوش کشیدن بار سنگین کم کاری ها در حوزه گردشگری را خواهد داشت. در نتیجه، تداوم روند کنونی در سیاست گذاری های کلان گردشگر کشور تنها به فروپاشی صنعت گردشگری ایران منجر می شود.





آگروتوریسم راه جدید به سوی جهش تولید

شدنی تر می شود. خراسان رضوی دارای یک میلیون هکتار سطح زیر کشت انواع محصولات زراعی و باغی آبی و دیم با هشت میلیون تن انواع محصولات است. این استان مقام اول کشور در تولید زعفران، رتبه دوم در تولید پسته، رتبه سوم تولید انار و مقام چهارم کشور در تولید انگور را در اختیار دارد. رتبه اول کشور در تولید زیره و مقام نخست در تولید گوشت قرمز، رتبه دوم در تولید تخم مرغ، مقام سوم در تولید شیر و مقام چهارم در تولید گوشت مرغ نیز نشان از جایگاه این استان در حوزه کشاورزی و دام و طیور است. در کنار این ظرفیت عظیم، با توجه به ورود سالانه بیش از ۳۵ میلیون گردشگر داخلی و خارجی به واسطه وجود بارگاه منور رضوی و نیز انبوه جاذبه های فرهنگی، تاریخی و طبیعی، توسعه و ترویج آگروتوریسم می تواند به مثابه راهی نو برای رشد و توسعه اقتصادی، جهش در تولید و افزایش سطح درآمدی مردم این استان و افزایش حمایت از کشاورزان در روستاها به حساب آید.

گردشگری کشاورزی چیست؟

هر گونه فعالیتی که در مزرعه یا مرتع انجام می شود و اجازه می دهد عموم مردم، برای سرگرمی، تفریح، یا با اهداف آموزشی، برای دیدن و لذت بردن از فعالیت های روستایی مانند کشاورزی، دامداری، فعالیت های تاریخی، فرهنگی، برداشت محصول دست چین، فعالیت های طبیعی و جاذبه ها به مزرعه مراجعه کنند، گردشگری کشاورزی نامیده می شود.

در این نوع از گردشگری گردشگران به سرزمین و مزارع ساکنان محلی و صاحبان مزارع دعوت می شوند تا از نزدیک شاهد رونق فعالیت های کشاورزی و چشم انداز مزارع تولیدی باشند. گردشگری کشاورزی بهترین تفریح و سرگرمی است. بازدیدکنندگان ممکن است در طول فصل تابستان به گردش بپردازند، در جستجوی آب میوه طبیعی باشند، یا درباره روند تبدیل انگور به شربت و نوشیدنی های با کیفیت صحبت کنند.

در انجام این گشت و گذار گردشگران که اغلب شهرنشین هستند با واقعیت زندگی روستایی آشنا می شوند و به بسیاری از واقعیت ها در زندگی روستایی و روند تولید محصولات کشاورزی، دامی و آبزیان پی می برند و علاوه بر کسب دانش از اصول تولید در این بخش، نسبت به حقیقت برخی اخبار غیرکارشناسی و نادرست مطرح شده در زمینه تولیدات کشاورزی و دامی هوشیار می شوند. بازدیدکنندگان می توانند خود به چیدن محصولات بپردازند و این لذت را به خوبی

خطه زرخیز خراسان رضوی از دیرباز در حوزه گردشگری و ظرفیت های متعدد و متنوع آن سرآمد و شهره بوده که در این میان گردشگری کشاورزی یا آگروتوریسم یکی از حوزه های جدید گردشگری است که توجه به آن نقش موثری در جهش تولید دارد.

اصطلاح "گردشگری کشاورزی" یا "Agri Tourism" از ترکیب دو واژه Agriculture و Tourism تشکیل شده است و چهره جدیدی از گردشگری و بخشی از گردشگری روستایی محسوب می شود. البته باید توجه داشت که گردشگری کشاورزی علاوه بر اینکه در بخش گردشگری قابل توجه و تعریف است، یکی از حوزه های نوین کسب و کار بین دو بخش گردشگری و کشاورزی محسوب می شود.

صنعت گردشگری به عنوان یکی از صنایع رشد دهنده دیگر بخش ها و زمینه رشد هر منطقه و کشور است، گردشگری نه تنها خود درآمدزاست بلکه موجب رشد در سایر بخش های مرتبط و مشاغل تولیدی و خدماتی می شود که از این حیث به نوعی می توان گفت گردشگری با معرفی ظرفیت ها و داشته های هر منطقه، موجب ایجاد تقاضا، کشف و شناسایی بازارهای جدید مصرف و افزایش تولید می شود، همان هدفی که امسال با نامگذاری جهش تولید از سوی رهبر معظم انقلاب قابل دسترس تر و



ظرفیت‌های فراوان، متنوع و جاذبه‌های بی نظیر در حوزه گردشگری کشاورزی هستیم که تاکنون آنطور که باید و شاید به آن توجه نشده و مورد ساماندهی و برنامه‌ریزی قرار نگرفته است. رییس سازمان نظام مهندسی کشاورزی خراسان رضوی با اشاره به عضویت بیش از هفت هزار نفر از دانش‌آموختگان کشاورزی در این سازمان گفت: این تعداد افراد دارای توان علمی و دانش تخصصی می‌تواند به عنوان سرمایه‌ای برای رشد و توسعه آگروتوریسم در استان مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

آگروتوریسم و ایجاد تنوع در زنجیره تولید

عضو هیات علمی پژوهشکده زیارت و گردشگری دانشگاه فردوسی مشهد نیز با بیان اینکه شاخه آگروتوریسم علاوه بر بخش خدمات به بخش تولید نیز توجه ویژه دارد گفت: به همین دلیل گردشگری کشاورزی بسیار مهمتر و کاربردی‌تر از سایر زیرشاخه‌های گردشگری است زیرا زنجیره و تنوع جدیدی را در حوزه تولید و خدمات ایجاد می‌کند.

محمد قاسمی خوزانی با تاکید بر اینکه می‌توان با توجه به حوزه گردشگری کشاورزی پایداری تولید و به دنبال آن پایداری روستا را رقم زد، افزود: فعالیت‌های جهاد کشاورزی از گستره متنوعی برخوردار است و مخاطبان مختلف و متنوعی دارد بنابراین با همفکری کارشناسان ذیربط، اقدام به طراحی سامانه آگروتوریسم در استان نموده‌ایم که در این راستا با تدوین برنامه مشخص برای مخاطبان این بخش که شامل سه گروه عامه مردم، تولیدکنندگان و کشاورزان، سرمایه‌گذاران و تجار هستند، گام‌های نخست را در مسیر برنامه‌ریزی برای رشد و توسعه آگروتوریسم در استان برداشته‌ایم.

رنگ باختن مهاجرت در سایه گردشگری کشاورزی

عضو هیات علمی دانشکده کشاورزی دانشگاه فردوسی مشهد نیز با بیان اینکه شرایط موجود، یعنی سایه تحریم‌ها و بحران کرونا، حقانیت کشاورزی و نقش مهم این بخش اقتصادی را در کشور ثابت کرده است گفت: راه نجات کشور تنها در توسعه کشاورزی است و امروزه بحث شاخص رشد و اعتلای کشاورزی، موضوع مهم و زیربنای توسعه آگروتوریسم است. محمود دانشور کاخکی افزود: هم‌اکنون با تعداد فراوان دانش‌آموختگان رشته‌های مختلف کشاورزی روبرو هستیم که می‌توان از این نیروهای جوان و فعال در طرح توسعه آگروتوریسم استفاده بهینه کرد.

تجربه کنند و در کنار آن از برگزاری جشنواره‌های سنتی و محلی نیز بهره‌مند شوند. از این جمله می‌توان به انبوه جشنواره‌های کشاورزی مانند جشنواره برداشت زعفران، جشنواره گاو شیری و امثال آن در خراسان رضوی اشاره کرد.

زمینه آماده برای توسعه گردشگری کشاورزی

رییس سازمان نظام مهندسی کشاورزی خراسان رضوی با اشاره به امضای تفاهم‌نامه‌ای میان دانشگاه فردوسی مشهد و سازمان جهاد کشاورزی خراسان رضوی در زمینه توسعه کشاورزی در استان گفت: یکی از مفاد این تفاهم‌نامه که برای بهبود برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه بخش کشاورزی به امضا رسید، بررسی و احصای قابلیت‌های بخش کشاورزی در حوزه گردشگری کشاورزی یا آگروتوریسم است.

سید احمد دل‌قندی افزود: مقرر شده است مطالعات و تحقیقات این طرح توسعه توسط پژوهشکده زیارت و گردشگری و نیز دانشکده کشاورزی به عنوان نمایندگان دانشگاه فردوسی مشهد و برنامه‌های اجرایی گردشگری کشاورزی در استان توسط نظام مهندسی کشاورزی به عنوان نماینده جهاد کشاورزی انجام شود. وی ادامه داد: در خطه خراسان شاهد



حمایت است افزود: در حوزه گردشگری دستگاه‌های متولی بسیار در استان داریم و به دلیل وجود ظرفیت‌های مختلف اقلیمی و نیز اهمیت جایگاه زیارتی این استان، بسیاری از گردشگران بدون تبلیغ با پای خود به این استان می‌آیند و از این بابت خراسان رضوی در سطح کشور دارای برتری است.

وی ادامه داد: آگروتوریسم حوزه‌ای جدید و در عین حال مفید برای اقتصاد گردشگری استان است و به همین دلیل این حوزه مورد حمایت جدی قرار دارد. معاون استاندار خراسان رضوی با بیان اینکه گردشگری سلامت نیز یکی از انواع جدید گردشگری است که دوران رو به رشد خود را در این استان طی می‌کند گفت: در حوزه گردشگری سلامت برنامه‌های خوبی اجرا شده ولی هنوز عقب هستیم اما همچنان باید انواع جدید گردشگری در دستور کار قرار گیرد.

وی افزود: با هدف حمایت از گردشگری کشاورزی با برگزاری جلسه مشترک با حضور استاندار خراسان رضوی و مجموعه‌های مرتبط مانند اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان و مدیریت انجمن‌های مسافرتی، ابعاد مختلف این نوع گردشگری را بررسی خواهیم کرد.

براتی ادامه داد: بخاطر شرایط بحرانی در شیوع کرونا شاهد سفر نکردن میلیون‌ها زائر و مسافر به این استان بودیم بنابراین تابستان امسال اوج سفر را در استان خواهیم داشت و این وضعیت می‌تواند فرصتی منحصر بفرد برای توسعه آگروتوریسم در استان باشد.

خراسان رضوی با وسعت ۱۱۸ هزار و ۸۵۱ کیلومترمربع معادل هفت درصد مساحت کل کشور شامل ۲۸ شهرستان، ۷۰ بخش و ۲ هزار و ۵۴۰ روستا است. این استان همچنین با ۸.۱ درصد جمعیت کشور ۶ میلیون و ۴۳۴ هزار و ۵۰۱ نفر جمعیت در قالب ۲ میلیون و ۴۵۰ هزار و ۹۱۶ خانوار دارد که یک میلیون و ۷۳۳ هزار نفر از این جمعیت در روستاهای استان سکونت دارند.

براساس آخرین آمار رسمی تا روز سه‌شنبه ۲۳ اردیبهشت جاری ۱۱۰ هزار و ۷۶۷ نفر در ایران به طور قطعی به کرونا مبتلا شدند و با فوت ۴۸ تن طی ۲۴ ساعت گذشته، تعداد افراد متوفی به ۶ هزار و ۷۳۳ تن رسید.

همچنین تا تاریخ یاد شده ۸۸ هزار و ۳۵۷ نفر از بیماران، بهبود یافته و ترخیص شده‌اند و هم اکنون ایران در فهرست پنج کشور دارای بیشترین بهبود یافتگان کرونا در جهان قرار دارد.

استاد گروه اقتصاد کشاورزی دانشگاه فردوسی ادامه داد: مطالعات جامعی در زمینه اثرات مخرب گردشگری روستایی انجام شده که مهمترین علت آن، انتخاب نادرست برخی دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری است. بدین صورت که صرفاً گردشگران را جهت بازدید و تفریح به اماکن روستایی و کشاورزی برده و موجب تخریب زیرساخت‌های کشاورزی شده‌اند.

وی گفت: اگر این وضعیت بر اساس تدوین تشکیلات مناسب، راهبری شود به اهداف اقتصادی - اجتماعی در استان کمک خواهد کرد که مهمترین آن جلوگیری از مهاجرت شدید روستاییان به شهرهاست.

این استاد دانشگاه افزود: حدود یک میلیون نفر حاشیه‌نشین شهر مشهد و تبعات منفی آن را می‌توان به عنوان نمونه بارز مهاجرت دانست.

تابستان امسال فرصت بی‌نظیر

معاون هماهنگی و مدیریت امور زائرین استانداری خراسان رضوی نیز در این زمینه گفت: خراسان رضوی به دلیل برخورداری از ظرفیت‌های مختلف، در حوزه جذب گردشگری در کشور پیشرو است.

محمدصادق براتی با بیان اینکه توسعه آگروتوریسم در استان مورد توجه و



نقش تجارت الکترونیک در توسعه تجارت جهانی

دکتر شهرام عباسپور



پردازش داده ها و وجود امنیت اطلاعات، مالی و ... در فضای مجازی، می توان در توسعه تجارت الکترونیک تأثیر گذاشت. استفاده از تجارت الکترونیک در بخش های مختلف اقتصادی می تواند اثرات مثبتی را در امور خرید و فروش، کاهش قابل توجه هزینه ها و حذف واسطه های غیر ضروری به دنبال داشته باشد.

بر اساس آمار سازمان توسعه و تجارت سازمان ملل متحد (UNCTAD)، در سال ۲۰۱۸، ارزش بازار تجارت الکترونیکی در جهان به ۱٫۸ تریلیون دلار رسید. چین بزرگترین بازار تجارت الکترونیکی جهان در این سال بود که درآمدی به میزان ۶۳۰ میلیارد دلار ایجاد کرد. ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۱۸ با درآمدی به میزان ۵۰۱ میلیارد دلار جایگاه دوم را در بازار تجارت الکترونیکی جهان به خود اختصاص داده است، و جایگاه سوم متعلق به کشور بریتانیا با درآمد

به طور کلی واژه تجارت الکترونیک اشاره به معاملات الکترونیک می کند که از طریق شبکه های ارتباطی و اینترنتی انجام می پذیرد. ابتدا، خریدار یا مصرف کننده به جستجوی یک فروشگاه مجازی از طریق اینترنت می پردازد و کالایی را از طریق شبکه اینترنت یا پست الکترونیکی سفارش می دهد و نهایتاً کالا را تحویل می گیرد.

بدیهی است که به این ترتیب فرآیند خرید کالا به سادگی و سرعت انجام می پذیرد. صورتحساب نیز به طرق مختلف از جمله به صورت نقدی، پس از تحویل جنس، واریز وجه به حساب بانکی فروشنده، **order money postal** و یا از طریق کارت اعتباری می تواند پرداخت شود. تجارت الکترونیک در واقع فرآیند خرید و فروش محصولات و خدمات بر روی شبکه اینترنت می باشد و می توان آن را به چند گروه: «تجارت بین بنگاه و مصرف کننده یا مشتری (B2C)، تجارت بین بنگاه و بنگاه (B2B) و تجارت بین مصرف کننده و مصرف کننده (C2C)» تقسیم نمود، که در این میان فعالیت های تجاری عمده در چارچوب B2B، B2C و C2A متمرکز شده اند.

یکی از ابعاد عصر اطلاعات، تغییرات عمیقی است که در روابط اقتصادی بین افراد، شرکت ها و دولت ها به وجود آمده، به گونه ای که پدیده جدیدی به نام کسب و کار الکترونیک، تجارت الکترونیک و استارت آپ ها را مطرح ساخته و بسیاری از مفاهیم، اصول و نظریه های اقتصادی را دگرگون کرده است، تا جایی که واژه کسب و کار مبتنی بر اینترنت کم کم جایگزین واژه کسب و کار سنتی شده است.

تجارت الکترونیک روش دیگری برای تبادلات الکترونیکی اطلاعات و انجام فعالیت های تجاری است که یک پل الکترونیکی بین مراکز تجاری ایجاد کرده است. مبادله الکترونیکی داده ها با هدف تبادل اطلاعات حجیم در قالب مشخص و استاندارد بین مراکز تجاری ایجاد شد، در حالی که تجارت الکترونیک با حجم کمتری از اطلاعات که لزوماً در قالب یکسانی نبوده و بین مردم عادی رد و بدل می کردند، سر و کار دارد. امروزه با کمک تجارت الکترونیک به راحتی می توان از آخرین قیمت بازار، خریداران، مراکز عمده خرید و سایر اطلاعات مورد نیاز آگاه شد و با تکمیل اطلاعات اقدام به اخذ تصمیم نمود.

مهم ترین متغیرهای مؤثر در توسعه تجارت الکترونیک بر اساس معادله رگرسیون، عوامل اقتصادی می باشد. به این معنا که با سرمایه گذاری بخش خصوصی، تأمین هزینه های تشکیل زیرساخت های اولیه، کاهش هزینه های تولید برای گسترش فروش، اطمینان از وجود بازگشت سرمایه با اجرای این فناوری، مقرون به صرفه ساختن این فناوری، کاهش هزینه های اجرای این فناوری و حذف موانع مالی در واریز و پرداخت ها در شبکه مجازی و در عوامل فنی با تأمین زیرساخت های اولیه، فعال نمودن بخش انفورماتیک در بازار محصولات، بالا بردن سرعت سیستم های اطلاعات، گسترش الکترونیکی شدن کسب و کار، افزایش سرعت

۸۶ میلیارد دلار است. در سال ۲۰۱۸ رقم تجارت الکترونیکی B2C (کسب و کار به مشتری) جهانی با رشدی ۱۸ درصدی به حجم بیش از ۲٫۸ تریلیون دلار رسیده است که پیش بینی می شود این رقم تا سال ۲۰۲۱ به ۴٫۸ تریلیون دلار برسد.

در سال ۲۰۱۸، نزدیک به ۱٫۸ میلیارد نفر در سراسر جهان کالاهای مورد نیاز خود را به شکل آنلاین خریداری کرده اند و سهم خرده فروشی آنلاین از کل خرده فروشی در جهان به بیش از ۱۳ درصد رسیده است و پیش بینی می شود این سهم تا سال ۲۰۲۱ به ۱۷٫۵ درصد برسد. همچنین، تجارت الکترونیکی B2B (کسب و کار به کسب و کار) در جهان در همین سال به رقم ۱۰٫۸ تریلیون دلار رسید که ۵ برابر بازار B2C بود. منطقه آسیا و اقیانوسیه با سهم بازار بیش از ۸۰ درصد در این حوزه پیشرو بوده است، و شرکت های آمازون و علی بابا کسب و کارهای پیشرو در این حوزه هستند. سازمان تجارت جهانی WTO اعلام کرده تا سال ۲۰۲۱ بیش از ۲ میلیارد نفر در جهان خرید آنلاین انجام خواهند داد اما اجرای آن در کشورهای فقیر باید با سیستم های حمایتی همراه باشد. حجم گردش مالی تجارت الکترونیکی ایران نیز در سال ۲۰۱۸ با رشد اسمی حدوداً ۳۰ درصد نسبت به سال ۲۰۱۷، به مبلغ ۲۰۸۱ هزار میلیارد ریال رسیده است. متوسط مبلغ خرید اینترنتی در سال ۹۷ به میزان ۱۸۲ میلیون ریال بوده است. مزایای تجارت الکترونیک: این مزایا عبارتند از: افزایش رشد تجارت، افزایش فروش، افزایش درآمد، افزایش سرمایه گذاری، افزایش سطح رفاه زندگی مردم، ایجاد فرصت های تجاری جدید برای صنایع و بنگاه های بازرگانی (ناشی از رفع تبعیضات و تحصیل امتیازات تجاری حاصل از مذاکرات بین دولت ها)، افزایش فرصت های جدید شغلی (کارآفرینی نسل جوان در درآمدت)، افزایش قابل ملاحظه امنیت دسترسی به بازارهای صادراتی ناشی از تثبیت تعرفه ها، افزایش تضمین بازارها و ثبات دسترسی به آنها ناشی از به کارگیری قواعد یک دست و واحد در تمامی کشورهای عضو سازمانهای بین المللی، امکان ارائه خدمات و محصولات در سطح جهانی، جلوگیری از اتلاف وقت و کاهش تردهای بی مورد، کمک به منابع انرژی و محیط زیست، کاهش هزینه های سربار و ایجاد رقابت در سطح بین المللی، دسترسی سریع به اطلاعات، عدم حضور واسطه، کاهش هزینه های تبلیغات کالا به ویژه در سطح بین المللی، ورود به بازارهای فرامنتقه ای در جهت بازاریابی جهانی.

معایب و محدودیت های تجارت الکترونیک: این معایب و محدودیت ها عبارتند از: تاثیر ناشناخته آن بر روابط اجتماعی انسان ها، اینترنت یک شبکه بلاصاحب و بدون سیاستگذاری

خاصی است، تسلط زبان و فرهنگ انگلیسی که در درازمدت زبان، فرهنگ و هویت کشورها به نفع اینترنت از بین می رود، در اختیار قراردادن فوری بخش عمده ای از تقاضای داخلی به رقبای خارجی، واگذاری بخش عمده ای از بازارهای صادراتی به رقبای خارجی، قرار گرفتن سهام کارخانجات داخلی در سیطره سرمایه مدیریت و سرمایه گذاران خارجی با حداقل بهای ممکن، بلااستفاده ماندن بیشتر عوامل تولید کاهش میزان تولید، کاهش حجم فروش، کاهش نیروی شاغل (افزایش نرخ بیکاری)، کاهش سرمایه گذاری صنعتی، کاهش تولید شرکت های ورشکسته، کاهش سهام صنعت در تولید ناخالص داخلی، کاهش نیازهای ارزی کشور برای تامین نیازهای جامعه جوان و روبه رشد کشور، افزایش میزان استقرار خارجی و بدهی های کشور، کاهش درآمدهای مردم و سطح زندگی آنها که در مغایرت با اهداف کلان سازمان جهانی تجارت است.

کاربران مبتدی که به اینترنت دسترسی دارند و از تجارت مبتنی بر اینترنت سود می برند، در هریک از مراحل چرخه تجارت با مواعی نیز مواجه می شوند که بستگی به تجربه کاربر نیز دارد اما این موضوع برای کاربرانی که برای اولین بار اقدام به انجام معامله از طریق تجارت الکترونیکی می نمایند، تفاوت دارد، آنها معمولاً برای اولین بار از یک فروشگاه در خارج کشور و با استفاده از یک زبان غیرمانوس خرید می کنند. نیازمندی های این کاربران تجاری عبارتند از: - آشنایی با موتورهای جستجو - (engine search) آشنایی با چگونگی سفارش الکترونیکی - اعتماد به تحویل کالا - اعتماد به خدمات پس از فروش به دنبال متداول شدن تجارت الکترونیک (E-Commerce) در سال های اخیر پدیده نوین دیگری به نام دولت الکترونیک (E-Government) نیز مطرح شده است. مهم ترین ویژگی این پدیده ایجاد بستری مناسب جهت ارائه خدمات با هزینه کمتر و اثربخشی بالاتر می باشد که همواره مورد نیاز و دغدغه خاطر مردم و دولت ها بوده است. از آنجایی که میدان تجارت الکترونیک برخلاف آنچه تصور می رود ویژه تخصص های خاص نیست بلکه تخصص های مدیریت، انفورماتیک، بانکداری، حسابداری، مهندسی صنایع و بسیاری دیگر از رشته ها را نیز دربر داشته و متاثر نموده است. تجارت الکترونیک ساختارها را تغییر داده و سیاستگذاری های کلان و حتی حقوق بین





وزارتخانه هایی همچون وزارت بازرگانی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، مراجع قضایی، موسسات بانکی و اعتباری نقش اساسی را در پیاده سازی نظام های لازم به عهده دارند.

با یک نگاه به پیشینه روند جهانی شدن و گام هایی که در این خصوص برداشته شده است از جمله مبادله الکترونیکی داده ها (EDI) و ایجاد سازمان تجارت جهانی توسط مراجع بین المللی، به نظر می رسد ابعاد تکنولوژیک تجارت الکترونیک و زیرساخت های سخت افزاری و نرم افزاری جهت پیاده سازی آن مهمترین حجم کاری را در صنعت انفورماتیک دربر داشته باشد و یکی از کارآفرین ترین زمینه های کاری در دهه نخست هزاره سوم باشد. هم اکنون ضرورت تجارت الکترونیک مفهوم اجرایی تر و کاربردی تری پیدا کرده است. تجارت الکترونیک پدیده ضروری و لازمه تجارت نوین جهانی است که پیش نیاز چنین تجارت نوینی، علاوه بر داشتن زیر ساخت های فنی و تکنولوژیک IT کارآمد و به روز، نیازمند به استاندارد بودن، یکپارچگی و معتبر بودن اطلاعات کالا و خدماتی می باشد که در بستر تجارت الکترونیک مبادله می شود.

برای کسب و حفظ بازار تجارت در محیطی که رقابت در آن بسیار شدید است جذب، تربیت و حفظ نیروی کار تخصصی که در ارتباط با فنون تجارت الکترونیک به سطح حرف های رسیده باشد الزامی است و علاوه بر آن جهت پیشرفت در این حوزه رسیدگی مداوم به فرآیندها و به روز نمودن آنها بسیار مهم و حیاتی است.

بنابراین وجود یک هسته قوی تحقیق و توسعه که برخوردار از تخصص، امکانات و بودجه و اراده و سازمان دهی کافی و قوی باشد می تواند در این زمینه بسیار کار گشا باشد. در امر تجارت الکترونیک که مرزی بر آن متصور نیست، نیاز به تفکر مداوم در تدوین استراتژی های تجاری الکترونیک و اجرای برنامه های توسعه ای لازم شامل توسعه زیرساخت ها احساس می شود و گر نه منجر به عقب ماندگی از تجارت الکترونیک جهانی خواهد شد.

با توجه به اجرای سیاست اصل ۴۴ قانون اساسی و در راستای حضور موفق شرکت های ایرانی در عرصه ملی و بین المللی، و از طرف دیگر، حضور صنایع برتر در عرصه تجارت جهانی و استفاده از فناوری های نوین از جمله تجارت الکترونیک از ضروریات کشورهای پیشرفته می باشد. ب نابر این لازم است کلیه سازمان ها و صنایع برتر، کوچک و متوسط کشور از تمامی امکانات جهت رسیدن به اهداف عالیه خود با ابزارهای فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک در راستای توسعه صادرات که در راس برنامه های توسعه اقتصادی و چشم انداز بیست ساله کشور قرار گرفته است، استفاده کنند.

الملل را نیز دستخوش تغییرات نموده است. هم اکنون اقتصاد جهانی به سوی استفاده هر چه بیشتر از فناوری الکترونیک حرکت می کند. اگر دیر زمانی می شد به مدد دیوارهای حمایتی بلند و ایجاد موانع تجاری از فشار سنگین رقابت خارجی کاست و بازارهای داخلی را درست در اختیار تولیدکنندگان داخلی گذاشت و از حضور موثر در بازارهای جهانی چشم پوشید، امروزه دیگر با تحولات نوین پدیده آمده و قواعد پی ریزی شده در نظام تجاری جهان و تغییر رویکردها در نظریه های توسعه که به تجارت به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی می نگرد و بر الگوهای توسعه برون گرای صادرات محور پای می فشارد، نه دیگر چنین امکانی به سادگی میسر و نه اتخاذ چنین رویکردی معقول و سازگار با منافع ملی می باشد.

پیشرفت های چشمگیر در زمینه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات در دهه های اخیر موجب دگرگونی در بسیاری از زمینه ها از جمله تجارت جهانی گردیده است و به تبع آن فرآیندهای بسیاری از فعالیت ها از جمله فعالیت های تجاری، اقتصادی، بانکداری، گمرکات و غیره دستخوش تغییرات شده اند. از سوی دیگر با توجه به پیوستن اکثر کشورهای جهان به سازمان تجارت جهانی و نیز تقاضای عضویت ایران در این سازمان، اکثر سازمان ها و ارگان های کشور را بر آن داشته تا ضمن پذیرش تمامی جوانب آن اعم از امتیازات، معایب و زیرساخت های لازم جهت پیوستن به این سازمان جهانی آمادگیهای لازم را کسب کنند. در این میان



گردشگری به عنوان صنعتی که حدود ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را به خود اختصاص داده و با توجه به ساختار دانش‌بنیان و اطلاعات‌محور آن، در مقایسه با دیگر صنایع خدماتی ارتباط زیادی با حوزه تجارت الکترونیک دارد. زمینه‌هایی همچون اطلاع‌رسانی صحیح و به‌روز، رزرواسیون خطوط هوایی و هتل‌ها و سیستم‌های مربوطه (CRS/ GDS)، برنامه‌های کاربردی برای ابزارهای همراه و... از جمله مواردی هستند که ارتباط تنگاتنگ حوزه‌های تجارت الکترونیک و گردشگری را با یکدیگر به‌خوبی نشان می‌دهند. از این منظر باید بیشتر در مورد ارتباط این دو حوزه با یکدیگر مطالعه و بررسی داشته باشیم و بعد از شناسایی پتانسیل‌های موجود در هر کدام از این دو حوزه، از این پتانسیل‌ها برای دیگری استفاده کنیم. آنچه در این یادداشت به آن می‌پردازیم، دورنمای این ارتباط است

رشد فناوری اطلاعات در گردشگری

نیازهای مختلف او را برطرف سازد. بالعکس، اگر گردشگر با مصرف‌کنندگان دیگر در یک محیط ادغام شود، ساختار منعطف شبکه‌ای در آن محیط می‌تواند نیازهای مختلف گردشگر را مرتفع کند. بدیهی است که این فرایندها مرزهای شرکت را با هدایت به سمت کاربردهای BYBYC توزیع شده، پشتیبانی از تعاون و همکاری شرکت‌ها و حمایت از ارتباطات موبایلی با مصرف‌کننده، درهم خواهد شکست. تکنولوژی مبتنی بر این زیرساخت فراگیر و نافذ، برای مصرف‌کننده غیرقابل رویت خواهد بود و در عین حال اطلاعات در خانه، محل کار و حتی در طول سفر نیز در دسترس خواهند بود. در چنین سناریویی سیستم فناوری اطلاعات باید شرایط زیر را دارا باشد:

- از فرمت‌های اطلاعات ناهمگون و متباین و نیز از توابع کسب و کار مختلف و منابع دیتای توزیع‌شده پشتیبانی کند. چنین سیستم‌هایی باید برای انواع مختلفی از موجودیت‌های شرکت‌کننده با توجه به تفاوت‌های عملکرد آنها محاسبه شوند و پاسخگو باشند.

- با توجه به توسعه‌های مبتنی بر عملکرد و موقعیت جغرافیایی، باز و قابل اندازه‌گیری باشد. این توسعه‌ها از چرخه عمر مصرف‌کنندگان تازه‌وارد و نیز از تمام بخش‌های این کسب و کار حمایت می‌کنند.

- در عین فراهم‌سازی استقلال و تمایز کامل برای مصرف‌کنندگان خود، رفتارهای تعاونی و همکاری محور را با تهیه و عرضه ابزارهای سطح بالا برای عرضه‌کنندگان به همان اندازه پیکربندی شبکه‌های پویا، بهسازی کند.

سناریوی تجارت کنونی بر دو پایه اساسی و مهم استوار است؛ ساختار شبکه‌ای انعطاف‌پذیر و یکپارچگی فزاینده مصرف‌کننده. اگر یکی از این دو مورد را به چرخه عمر گردشگر اضافه کنیم، با توجه به تحرک و پویایی گردشگر، مورد دیگر می‌تواند اجزای مختلف مورد نیاز گردشگر را با بخش‌های مختلف شرکت خدمات‌دهنده و تولیدکننده مرتبط سازد. این عبارت به این معنا است که با قرار گرفتن گردشگر در یک ساختار شبکه‌ای انعطاف‌پذیر، خصوصیت دیگر آن شبکه که همانا یکپارچگی مصرف‌کنندگان است، می‌تواند گردشگر را با بخش‌های مختلف شرکت‌های خدمات‌دهنده این حوزه مرتبط ساخته و از این طریق



سیستم‌های توزیع‌شده در حال توسعه (مانند وب)، دسترسی به اطلاعات با فرمت‌های مورد استفاده انسانی و تبدیل آن به یک فرمت ساختاریافته است.

۲- **جمع‌آوری اطلاعات:** این فرایندها می‌توانند روی منابع اطلاعاتی ساختاریافته یا نیمه‌ساختاریافته، ساخته شوند. ایجاد این فرایند، سیستم را در سطحی قرار می‌دهد که پرس و جویهای مبتنی بر استخراج و ترکیب اطلاعات را پاسخ دهد.

۳- **ارائه اطلاعات:** حوزه گردشگری و میراث فرهنگی، یک حوزه کاربردی ممتاز برای تکنیک‌های هوشمند ارائه اطلاعات است.

۴- **پیشنهادهای سیستم‌های پیشنهاددهنده، محصولات را پیشنهاد و اطلاعات مورد نیاز مصرف‌کنندگان را برای تسهیل روند تصمیم‌گیری فراهم می‌کنند. صنعت گردشگری نشان داده چگونه تجارت الکترونیک، می‌تواند ساختار یک صنعت را تغییر دهد و در این فرایند، فرصت‌های شغلی و کسب‌وکار جدید را راه‌اندازی کند. لازم است این موضوع بیش از گذشته در کشور مورد توجه قرار گیرد که شاهد به وجود آمدن موقعیت‌های جدید برای ایجاد اشتغال و افزایش سطح درآمد از گردشگری باشیم.**



- سرویس‌های ثابت و متحرک را گردآوری کند و دسترسی چندکاناله را به سرویس‌هایی که توسط نقش‌آفرینان گوناگون تهیه شده‌اند فراهم کند.
- از رابط‌های کاربری و سفارشی‌سازی در بهره‌برداری گسترده از مدل‌سازی کاربر، با توجه به رفتارهای کاربر و شناخت کامل همه‌جوانب او از جمله جنبه‌های احساسی، حمایت و پشتیبانی کند.

اثرات تکنولوژی

تحقیق و توسعه در حوزه کاربردهای گردشگری، نتایج قابل‌توجهی را در موضوعات مطروحه نشان می‌دهد. طبیعی است که چنین فعالیت‌هایی، یک رویکرد و هدف مبتنی بر هوش مصنوعی را دنبال می‌کنند. تکنولوژی‌های استفاده‌شده در این رویکرد می‌توانند در کاربردهایی مانند برنامه‌ریزی و زمان‌بندی سفر، سیستم‌های راهنمای بازدیدکنندگان، قیمت‌گذاری، مزایده‌ها یا مدیریت گردش کار برای پشتیبانی بازارهای تعاونی به‌کار گرفته شوند. انتظار می‌رود که بعضی از تکنولوژی‌ها بتوانند اثرات مهم و عمیقی را داشته باشند. از جمله این اثرات مهم می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- **استخراج اطلاعات:** پورتال‌های اطلاعات گردشگری هنوز به‌طور وسیعی مبتنی بر اطلاعات ساختاریافته هستند. مساله مهم و حیاتی در



سرمایه گذاری در صنعت گردشگری قابلیت ها، فرصت ها و چالش ها

گرفته است. محمود حسن پور و ویدا چراغی در این گزارش همچنین سرمایه گذاران گردشگری را به سه دسته تقسیم کرده اند؛ سرمایه گذاران راهبردی، سرمایه گذاران ساخت و ساز و سرمایه گذاران مالی. برای این اساس سرمایه گذاران راهبردی، افراد یا بنگاه هایی هستند که به منظور دستیابی به حقوقی مشخص در پروژه های توسعه گردشگری سرمایه گذاری کرده و مدیریت و مسئولیت شرکت را عهده دار می شوند؛ مانند کسب و کارهای گردشگری و توسعه دهندگان املاک و مستغلات که در برنامه ریزی، مالی یا دارندگان برند متخصص هستند. سرمایه گذاران ساخت و ساز نیز افراد یا بنگاه هایی هستند که به منظور اتخاذ مسئولیت ساخت و ساز در پروژه های گردشگری سرمایه گذاری می کنند. سرمایه گذاران مالی هم با هدف دریافت سود سهام در پروژه های توسعه گردشگری سرمایه گذاری می کنند. مانند بانک ها، شرکت های بیمه، شرکت های خصوصی مدیریت دارایی ها، صندوق سرمایه گذاری در املاک و مستغلات و صندوق سهام خصوصی.

اتکا به سرمایه گذاری داخلی در کوتاه مدت

بر مبنای مطالعات انجام شده، توجه ویژه به بخش خصوصی داخلی در کنار جلب سرمایه های خارجی از اهمیت بسیاری برخوردار است. مطالعه صنعت گردشگری ترکیه نشان می دهد حدود ۷۰ درصد از سرمایه گذاری بخش گردشگری این کشور توسط بخش خصوصی داخلی انجام شده و سرمایه گذاران خارجی تنها ۱۵ درصد از سرمایه لازم این بخش را تأمین کرده و مابقی آن از سوی دولت تأمین شده است. این تخصیص ها، حمایت از سرمایه گذار و تولیدکننده داخلی را موجب می شود. در ایران نیز با توجه به تصویر ارائه شده از کشور در رسانه های خارجی طی سه دهه گذشته، انتظار هجوم سرمایه گذاران خارجی به صنعت گردشگری ایران در کوتاه مدت، تصویری منطقی به نظر نمی رسد و لازم است اتکای سرمایه گذاری در این بخش حداقل در کوتاه مدت بر سرمایه گذاران داخلی باشد. این گزارش بر اینکه موفقیت در جذب سرمایه برای حوزه زیرساخت های گردشگری از عهده یک سازمان مشخص خارج است نیز تأکید کرده است.

لزوم جذب سرمایه گذاری خارجی

طبق گزارش کمیسیون گردشگری اتاق ایران، ورود سرمایه های خارجی به همراه

به باور کارشناسان، سرمایه گذاری در حوزه گردشگری به لحاظ ماهیت فرابخشی خود، تا حدی با سرمایه گذاری در سایر صنایع متفاوت است. متاثر شدن بخش تقاضای گردشگری از عوامل غیر اقتصادی نظیر بی ثباتی سیاسی، تروریسم، گسترش بیماری های خاص، پیشرفت فناوری، چالش های مربوط به امنیت و ... عدم ذخیره کالا و خدمات گردشگری از آن جهت که تجربه دریافت خدمات همزمان با تولید آنها صورت می گیرد؛ فصلی بودن گردشگری؛ چتری بودن این صنعت به این معنا که نقصان در ارائه یک خدمت، بر عملکرد و ارائه سایر خدمات سایه می اندازد؛ تأثیر شدید سیستم حمل و نقل بر گردشگری؛ بلندمدت بودن زمان بازگشت سرمایه و افزایش شرکت های بزرگ چند ملیتی و ویژگی عمده و مهمی است که سرمایه گذاری در گردشگری را متمایز کرده است.

در گزارشی که اخیراً کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی ایران با عنوان «سرمایه گذاری در صنعت گردشگری: قابلیت ها، فرصت ها و چالش ها» منتشر کرده، ضمن اشاره به ویژگی های سرمایه گذاری در حوزه گردشگری، ابعاد دو حوزه سرمایه گذاری داخلی و خارجی در این صنعت نیز مورد بررسی قرار



مطالعه صنعت گردشگری ترکیه نشان می دهد حدود ۷۰ درصد از سرمایه گذاری بخش گردشگری این کشور توسط بخش خصوصی داخلی انجام شده و سرمایه گذاران خارجی تنها ۱۵ درصد از سرمایه لازم این بخش را تامین کرده و مابقی آن از سوی دولت تامین شده است. این تخصیص ها، حمایت از سرمایه گذار و تولیدکننده داخلی را موجب می شود

خطر فرار سرمایه ها و افت ناگهانی اقتصاد در شرایط بحرانی را نیز در پی داشته باشد.

از سوی دیگر، ورود هر سرمایه گذار خارجی به کشور چه به صورت مشارکت با شرکت های ایرانی و چه به صورت مستقل به نفع ایران است؛ زیرا آنها برای تولید محصولات خود از نیروی بومی کشور استفاده می کنند که خود سبب اشتغال زایی، انتقال فناوری و دانش روز مدیریت به کشور خواهد شد و از طرفی مصرف کنندگان ایرانی می توانند با قیمت ارزان تر اجناس باکیفیت تری را خریداری کنند. براساس این گزارش همه موارد گفته شده نشان می دهد جذب درصد بیشتری از سرمایه گذاری های خارجی نشان از بهبود اعتبار اقتصادی ایران و در نتیجه ارتقای جایگاه و منزلت ایران در اقتصاد و تجارت جهانی دارد. محققان در گزارش مذکور، با اشاره به اینکه گردشگری تنها صنعت جهان است که در آن، «کالا» یا «خدمت» در محل تولید، مصرف می شود، اظهار کرده اند: «به همین خاطر، مردم محلی از مزیت دستیابی به منافع مرتبط با این صنعت برخوردارند و همچنین در معرض خطر خروج یا متحمل شدن اثرات منفی حاصله از آن نیز قرار دارند. گردشگری مسوول، برنامه ریزی شده و نظام مند می تواند مکانیزمی مناسب در انتقال منابع از غنی به فقیر و حتی در مقیاس های بزرگ باشد.»

رونق اقتصادی اقامتگاه Nkwichi موزامبیک در این گزارش، نمونه موفق برای این سرمایه گذاری عنوان شده است. با ورود سرمایه گذاران به صنعت گردشگری و استفاده بهینه از پتانسیل های گردشگری منطقه، در ۷۵ پروژه گردشگری سرمایه گذاری شد و در نتیجه آن، هزار فرصت شغلی برای مردم محلی به وجود آمد و تغذیه و آموزش ۳۵۰ خانواده کشاورز تامین شد. به این ترتیب، سرمایه گذاری خارجی را می توان نیروی محرک اقتصاد و پویایی جامعه محلی و همچنین اهرمی برای کاهش فقر دانست. سازمان های جهانی نیز در حوزه سرمایه گذاری، عملکرد خوبی داشته اند. اقدامات اجرایی موسسه مالی بین المللی در حوزه گردشگری به عنوان عضوی از بانک جهانی در کشورهای در حال توسعه پیرامون سرمایه گذاری مستقیم خارجی نمونه موفق حضور این سازمان ها است. مشارکت فعال و حضور پررنگ این موسسه در کشورهای در حال توسعه، نویدبخش تغییری شگرف در اقتصاد این جوامع خواهد بود.

چالش های سرمایه گذاری گردشگری

طبق گزارش کمیسیون گردشگری اتاق ایران، بررسی های بسیار، وجود ۱۴ چالش را در این زمینه تایید می کنند:

- بازگشت سرمایه کمتر سرمایه گذاری های گردشگری در قیاس با بخش هایی مانند مسکن

- سطوح پایین یا نامشخص سودآوری صنعت گردشگری در مقایسه با دیگر گزینه های سرمایه گذاری

تجربیات مدیریتی آنها می تواند علاوه بر ارتقای بهره وری، در آموزش و انتقال دانش نیز موثر باشد. ارتقای اندکی در بهره وری کشور مانند ایران که از مشکل عدم بهره وری کافی رنج می برد، می تواند منجر به انباشت سرمایه های قابل توجهی شود. شاخص های کلان اقتصادی که توسط موسسات اعتبارسنجی بین المللی در مورد تمام کشورها مشخص و اعلام می شود، متاسفانه رتبه های متغیرهای کلان اقتصاد ایران را در ردیف هایی نشان می دهد که مشوق سرمایه گذاران خارجی پیرامون سرمایه گذاری در ایران نیست. با وجود اجرایی شدن برجام نیز بسیاری از بانک های معتبر خارجی از بیم جریمه شدن توسط آمریکا، ارتباط پولی و بانکی خود را با ایران آغاز نکرده اند که همین امر به خودی خود، موجب بروز مسائل اقتصادی، سیاسی و مالی بسیاری می شود و علامتی منفی به سرمایه گذاران داخلی و خارجی می دهد. طبق این گزارش، ورود سرمایه گذاران خارجی منافعی را به همراه دارد که برخی از این منافع را در سرمایه گذار داخلی کمتر می توان یافت. با ورود سرمایه گذاری خارجی به کشور و در نتیجه افزایش رقابت در تولید، کیفیت محصولات بالا رفته، زنجیره تولید ارتقا یافته، ورود فناوری روز دنیا به کشور تسهیل شده و تولید محصولات با کیفیت از سوی تولیدکنندگان داخلی برای رقابت با محصولات خارجی و جلوگیری از خروج از بازار صورت می گیرد. گرچه ممکن است تبعاتی نظیر



است که ورود سرمایه های خارجی به کشور تابع چند عامل اساسی است که امنیت سرمایه گذاری در اولویت اول قرار دارد. امنیت سرمایه گذاری نیز خود تابع انواع قوانین و مقررات، شفافیت در بازارهای کالا، پول، کار و سرمایه و شفافیت در فضای سیاسی و سیاست خارجی است. در واقع سرمایه خارجی وارد کشوری می شود که امنیت آن کشور تضمین شده و درجه ریسک پذیری آن پایین باشد. درجه ریسک پذیری نیز از سوی نهادهای بین المللی با استفاده از شاخص های اقتصادی-اجتماعی هر کشور تعیین می شود. در این میان شاید عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی و پذیرش استانداردها و ارزش های تجاری این سازمان، سرمایه گذاران خارجی و علاقه مندان را به سرمایه گذاری در ایران ترغیب کند. در بستر این عضویت اتفاقات مهمی مانند شفافیت مالی و امنیت نیز حاصل خواهد شد.

مشوق های سرمایه گذاری در گردشگری

این گزارش همچنین در بخشی دیگر، مهم ترین مشوق های سرمایه گذاری در ایران را برشمرده است. بر این اساس، یکی از مهم ترین مشوق های سرمایه گذاری در صنعت گردشگری ایران معافیت مالیاتی است. براساس تبصره ۳ ماده ۱۳۲ قانون مالیات های مستقیم، تمامی تاسیسات گردشگری دارای پروانه بهره برداری هر سال از پرداخت ۵۰ درصد از مالیات مشمول معاف هستند. همچنین هتل هایی که هم اکنون ساخته می شوند، از ۵ تا ۱۳ سال معافیت دائم خواهند داشت که این سقف زمانی بسته به مناطقی است که این هتل ها در آنجا ساخته می شوند. به علاوه براساس مصوبه دولت، به منظور فراهم کردن زمینه جلب سرمایه گذاری داخلی و خارجی با رعایت قانون تشویق و حمایت سرمایه گذاری خارجی به تصویب بیش از ۱۱۶۶ منطقه نمونه گردشگری در مناطق مستعد کشور و قطب های گردشگری اقدام شده است.

مناطق مزبور برحسب ظرفیت پذیرش گردشگر در چهار سطح بین المللی، ملی، استان و محلی برای ارائه خدمت به گردشگران داخلی و خارجی ایجاد می شود. هر منطقه دارای مراکز خدماتی، رفاهی، فرهنگی و گردشگری از جمله واحدهای اقامتی، پذیرایی، خرید، تولید و عرضه صنایع دستی، فرهنگی، هنری، تفریحی، ورزشی، پارک ها و سایر خدمات گردشگری خواهد بود. در این راستا کلیه وزارتخانه ها، سازمان ها و موسسات و شرکت های دولتی مکلفند پس از تاسیس منطقه نمونه، خدمات خود را تا ورودی منطقه با شرایط و نرخ های مصوب در شهرها و روستاهای همجوار منطقه به سرمایه گذاران و بهره برداران ارائه کنند.

اخیرا نیز فرصت های سرمایه گذاری در بخش گردشگری در پیرامون محورهایی در قالب بسته فرصت ها به زبان های فارسی و انگلیسی تهیه و آماده ارائه به سرمایه گذاران است؛ مناطق نمونه گردشگری؛ تاسیسات اقامتی همچون هتل، متل و کمپینگ؛ سایت های طبیعت گردی و روستاهای هدف گردشگری؛ شهرک ها و بازارچه های صنایع دستی؛ اماکن تاریخی قابل احیای پایگاه های میراث فرهنگی؛

- نبود اطلاعات پیرامون شرایط ریسک بازگشت سرمایه این صنعت
- عدم آگاهی از فرصت های موجود در بخشی از سرمایه گذاران بالقوه
- سختگیری های موجود در تصویب طرح های سرمایه گذاری در سطح کلان
- نبود یک برنامه ریزی منسجم و تعریف شده برای هدایت سرمایه های گردشگری
- نگرش صرف به جذب سرمایه ولو بدون اولویت بندی و تدوین برنامه
- بی ثباتی کلی سیاست های اقتصادی نسبت به تغییر دولت ها
- فرصت سوزی به دلیل زمانبر بودن فرآیند، هزینه کردها، میراث یا مسائل حفاظتی و در نتیجه تمایل اندک سرمایه گذاران به مشارکت
- خارج بودن سرمایه گذاری در زیرساخت های حمایتی نظیر زیرساخت های حمل و نقل از کنترل اپراتورهای گردشگری، به رغم وابستگی گردشگری به آنها
- عدم ایجاد ارزش اقتصادی برای سرمایه گذار در نتیجه استفاده مشترک جامعه میزبان و میهمان از زیرساخت های ایجاد شده توسط سرمایه گذار
- قیاس معایب مالیاتی سرمایه گذاری های گردشگری با سرمایه گذاری های مشابه در دارایی های جامعه میزبان، به لحاظ میزان بازدهی
- پیچیدگی و بلندپروازانه بودن سرمایه گذاری در گردشگری به لحاظ عملکردی
- فصلی بودن گردشگری و ایجاد وقفه زمانی زیاد تا دستیابی به یک بازگشت سرمایه رضایت بخش.
بر این اساس، این گزارش تاکید کرده



ورود سرمایه های خارجی به کشور تابع چند عامل اساسی است که امنیت سرمایه گذاری در اولویت اول قرار دارد. امنیت سرمایه گذاری نیز خود تابع انواع قوانین و مقررات، شفافیت در بازارهای کالا، پول، کار و سرمایه و شفافیت در فضای سیاسی و سیاست خارجی است. در واقع سرمایه خارجی وارد کشوری می شود که امنیت آن کشور تضمین شده و درجه ریسک پذیری آن پایین باشد.

مجموع های آب درمانی؛ بسته های سرمایه گذاری نوار ساحلی؛ بسته های سرمایه گذاری خدمات گردشگری؛ بسته های سرمایه گذاری در مناطق آزاد تجاری و ویژه اقتصادی از جمله این محورها هستند. از سوی دیگر این گزارش، تاکید کرده است: «طبق قانون تشویق و حمایت سرمایه گذاری، هیات سرمایه گذاری خارجی در ایران به طور کامل پوشش داده خواهد شد. گسترش حوزه فعالیت سرمایه گذاران خارجی از جمله امکان پذیر شدن سرمایه گذاری در زیرساخت ها، به رسمیت شناختن روش های جدید سرمایه گذاری خارجی همچون تامین مالی پروژه ای، بازخرید و انواع روش های ساخت بهره برداری و واگذاری، کوتاه تر شدن فرآیند درخواست پذیرش و تصویب سرمایه گذاری خارجی در هیات سرمایه گذاری خارجی از جمله مزیت های قانون جدید تشویق و حمایت سرمایه گذاری خارجی است.

۲۲ پیشنهاد برای تسهیل سرمایه گذاری گردشگری

این گزارش در نهایت برای تسهیل سرمایه گذاری داخلی و خارجی گردشگری و هرچه بهتر شدن شرایط سرمایه گذاری در این بخش پیشنهادهایی را ارائه کرده است. همکاری ایران با موسسه مالی بین المللی در جهت سرمایه گذاری گردشگری؛ معافیت مالیاتی برای سرمایه گذاران؛ توجه به زیرساخت های قانونی، تشویق و تقویت سرمایه گذاری

بخش خصوصی؛ تشکیل واحد برنامه ریزی کلان سیاست ها با حوزه اختیارات خاص و عدم تأثیرپذیری از تغییر دولت ها؛ فراهم کردن شرایط اجتماعی مناسب و بهبود روابط سیاسی با سایر کشورها؛ تأسیس سازمان سرمایه گذاری داخلی در جهت حمایت از منابع سرمایه گذاری داخلی و با هدف حذف بوروکراسی اداری و سهولت سرمایه گذاری داخلی بخشی از این پیشنهادها است.

همچنین پژوهشگران در این گزارش، فعال تر شدن دفتر سرمایه گذاری خارجی گردشگری درخصوص تسریع در ورود سرمایه گذاری خارجی؛ توانمندسازی بخش خصوصی و حمایت از آن در وضع قوانین سرمایه گذاری؛ ثبات اقتصادی و سیاسی؛ ارجحیت دیدگاه اقتصادی به سرمایه گذاری گردشگری به جای دیدگاه امنیتی؛ برقراری امنیت اقتصادی و قضایی در کشور؛ مبارزه جدی با فساد اداری و مالی؛ اجرای سیاست های آزادسازی و خصوصی سازی به صورت برنامه ریزی شده، کاملاً تدریجی و هدفمند؛ کوچک سازی بخش گردشگری دولت از طریق واسطه‌پاری مسوولیت های سرمایه گذاری به بخش خصوصی؛ اعمال سیاست های شفاف اقتصادی، اصلاح ساختار اقتصاد و تعهد به اقتصاد بازار را از دیگر پیشنهادها برای تسهیل این روند برشمرد.

آنها همچنین در این راستا، ایجاد سیاست های هماهنگ پولی و مالی، کنترل کسری بودجه و تورم و استقرار یک رژیم باثبات ارزی را به عنوان شاخص های سلامت اقتصاد کشور؛ ایجاد زیرساخت های فیزیکی مناسب نظیر سیستم ارتباطی، راه، بندر و فرودگاه به خصوص در مناطق آزاد؛ برقراری روابط دیپلماتیک قوی در عرصه جهانی، عضویت در مجامع بین المللی، انعقاد پیمان های چندجانبه سرمایه گذاری، پرهیز از تنش در مناسبات بین المللی به منظور جلب اعتماد سرمایه گذاران خارجی؛ ارتقای سیاست گشودگی سیاسی-اقتصادی با کشورهای بازار هدف گردشگری از طریق تسهیل و لغو روادید؛ مشخص شدن جایگاه مالکیت خصوصی و محترم شمردن آن؛ برقراری وضعیت مناسبی که در آن شرکت های داخلی بتوانند به صورت مستقیم وارد مذاکره با سرمایه گذاران خارجی شوند؛ معرفی بسته های سرمایه گذاری گردشگری به هیات های تجاری از طریق اتاق های بازرگانی کشور و فراهم نمودن شرایط لازم جهت پیوستن کشور به سازمان تجارت جهانی را پیشنهاد داده اند.



چینی زبان در ایران وجود دارد.

مساله دیگری که از دید بسیاری مسئولان کشور دور مانده، ترانزیت چینی ها از طریق ایران به اروپا و دیگر نقاط جهان است. حال پرسش اینجاست که چگونه چینی ها به ایران می آیند اما تنها به عنوان معبر از آن استفاده کرده و مقصد گردشگری محسوب نمی شود؟

صنعت گردشگری در ایران از ظرفیت های بسیار بالایی برای رشد و توسعه برخوردار است. ظرفیتی که سازمان جهانی گردشگری نیز آن را تایید کرده است و براساس گزارش های رسمی این سازمان، ایران رتبه دهم جاذبه های باستانی و تاریخی و رتبه پنجم جاذبه های طبیعی را در جهان داراست. کشور ما با وجود اینکه در تمامی زمینه های گردشگری پتانسیل های بالقوه ای دارد و چه از لحاظ ابنیه تاریخی و چه از حیث جذابیت های طبیعی، حرفی برای گفتن دارد اما سرمایه ای که از این صنعت برای کشور حاصل می شود، به اندازه ای ناچیز است که می توان گفت صفر است. گردشگری قادر است زنجیره های مختلفی از تولید کالا و خدمات را به یکدیگر متصل کند و آمارها نشان می دهد به ازای هر ۴/۸ نفر گردشگر، یک شغل دائم ایجاد می شود.

سیاست گذاری در جلب و جذب گردشگر در جهان امروز پیچیدگی خاص خود را دارد و نیازمند برنامه ریزی های دقیق و حساب شده است اما نبود همین سیاست بلندمدت باعث شده است که کشور ما نتواند جایگاه خود را بازیابد.

ایران در گذشته به عنوان نگین مسیر طلایی جاده ابریشم معروف بوده است؛ نگرینی که دیگر نمی درخشد. ایران برای درخشیدن دوباره در جاده ابریشم نیازمند برنامه ریزی کارآمد و کارشناسی است. یکی از طرح هایی که می توان در قالب احیای جاده ابریشم به آن پرداخت، پروژه هتل های تاریخی است. طرحی که می تواند در ایران کاربرد فوق العاده ای داشته باشد؛ چراکه بیشتر گردشگران خارجی که به ایران سفر می کنند به دنبال مکان های تاریخی بی نظیر ایران هستند. احیای زنجیره به هم پیوسته کاروانسراهای تاریخی کشور می تواند در راستای پروژه هتل های تاریخی تاثیر بسیاری داشته باشد.

مکان های تاریخی به تنهایی یک جاذبه تاریخی محسوب نمی شوند مگر اینکه در کنار آن ها امکانات و پتانسیل هایی متناسب و به روز احداث شود؛ آن زمان است که به عنوان یک جاذبه گردشگری به شمار

۸۵ میلیون گردشگر چینی، رویایی است که بسیاری کشورهای جهان در اندیشه آن هستند و بدون شک رقابت تنگاتنگی برای جذب این بازار ۸۵ میلیون گردشگر چینی به وجود می آید اما اندک کشورهایی در مسیر جاده ابریشم واقع شده اند و شانس جذب این گردشگران را دارند

دارند. ایران یکی از کشورهایی است که این فرصت را می تواند به دست بیاورد. نکته قابل توجه اینجاست که این نخستین بار نیست که گذر چینی ها به ایران افتاده است اما تاکنون تمامی این فرصت ها سوخته و می توان گفت سهم ایران از بازار گردشگری چین هیچ بوده است. در سال ۲۰۱۷ سهم ایران از ۱۲۹ میلیون گردشگر چینی که به دیگر کشورهای دنیا سفر کرده اند، تنها ۷۰ هزار بوده است. براساس آمار چینی ها بیشتر به دنبال کسب و کار و تجارت به ایران آمده اند تا برای گردشگری.

اما چرا ایران برای چینی ها جذاب نیست؟ کمبود مراکز اقامتی، غذا و رستوران چینی و راهنمای چینی زبان، مشکلاتی است که گردشگران چینی با آن دست و پنجه نرم می کنند و موجب بی میلی چینی ها برای سفر به ایران شده است. به گفته رییس جامعه تورگردانان ایران، تنها ۶ راهنمای گردشگری

گوهرسنگ‌ها

نگین تجارت جهانی

گردش مالی سالانه‌ی سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی در دنیا سهم تنها ۰,۰۰۲ (دو هزارم) درصد است.

۹۰ درصد سنگ‌های قیمتی از جمله برلیان و الماس به صورت قاچاق وارد کشور می‌شوند و ایران همچنان در مباحث قوانین و مقررات محدودکننده در این زمینه دچار مشکل و خلأ است.

در بین فیروزه‌ی داخلی در نیشابور، کرمان و شاهرود بالاترین کیفیت به ترتیب به فیروزه نیشابور، شاهرود و کرمان تعلق دارد. بخش زیادی از فیروزه‌ی نیشابور به کشورهای آسیای شرقی و حاشیه‌ی خلیج فارس و کمتر به کشورهای اروپایی و آمریکایی صادر می‌شود.

حدود ۲۴۰ میلیارد تومان در سال به صادرات سنگ‌های زینتی ایران اختصاص دارد.

در ایران تاکنون ۴ استاندارد روی سنگ‌های قیمتی تدوین شده است؛ روش شناسایی سنگ‌های رنگی، درجه‌بندی و شناخت سنگ‌های رنگی، درجه‌بندی و شناخت مروارید، شناسایی و درجه‌بندی الماس از استانداردهای تدوین شده سنگ‌های قیمتی در ایران به شمار می‌روند.

- در حال حاضر ۱۶ هزار هنرمند و ۴۸۳ کارگاه دارای مجوز از اداره کل میراث فرهنگی در زمینه‌ی تراش سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی در خراسان رضوی در حال فعالیت هستند. علاوه بر این، کارگاه‌های فراوان دیگری مشغول فعالیت در این عرصه هستند که مجوز ندارند و البته فعالیت آن‌ها نیز مشکلی ندارد.

- به لحاظ اشتغال‌زایی در هر دوره آموزشی که بین ۱۵ روز تا ۳ ماه به طول می‌انجامد،

بر طبق مطالعات مؤسسه مطالعات جواهرشناسی آمریکا (GIA) از ابتدای شناسایی یک سنگ در معدن، استخراج، تراش و فراوری و تبدیل آن به نگین، فروش و غیره نزدیک به ۲۰۰ حرفه مختلف نیاز است، بنابراین اگر صنعت ساخت پایه که دربرگیرنده ۸۰ حرفه است به این صنعت اضافه شود مجموعاً ۲۸۰ حرفه برای تبدیل یک سنگ به جواهر وجود دارد.

نرخ سرانه سرمایه‌گذاری برای تراش یک سنگ برای هر نفر بین ۵ تا ۱۰ میلیون تومان است، در صورتی که در صنایع دیگر حداقل ۶۰ تا ۷۰ میلیون تومان سرانه سرمایه‌گذاری لازم است. ایجاد ارزش افزوده بین ۳۰۰ تا ۷۰۰ درصد می‌تواند یک مزیت برای این صنعت محسوب گردد.

سهم ایران در تولید و تجارت جهانی گوهرسنگ‌ها

۳۹ گوهرسنگ قابل تراش برای کاربرد زیورآلات در ایران شناسایی شده‌اند که نشان از پتانسیل بالای کشور در صنعت جواهرات است. ایران جزء ۱۰ کشور برتر دنیا به لحاظ وجود تنوع معادن سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی محسوب می‌شود.

در حال حاضر سهم ایران از ۷۰۰ میلیارد دلار

ارزش تولید و تجارت جهانی

سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی از لحاظ وزنی ۶ درصد و از لحاظ ارزش ۱۷ درصد تولیدات معدنی جهان را دربردارند. این سنگ‌ها پس از تراش و تبدیل به نگین قیمتی دارای ارزش افزوده‌ی فراوانی می‌شوند.

در حال حاضر برخی کشورهای جهان به‌طور خاص با سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی بومی خود شناخته می‌شوند که جمله‌ی آن‌ها می‌توان چین با سنگ یشم، بولیوی با بولیونیت و برزیل با آمونیت را نام برد.

حدود ۷۰۰ میلیارد دلار گردش نقدینگی سنگ‌های قیمتی در دنیا انجام می‌گیرد. ۲۸۰ میلیارد دلار هم گردش نقدینگی میزان طلایی است که در ساخت زیورآلات به کار می‌رود.

کشور هند طی پنج سال میزان درآمد خود را از محل سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی از ۵۰۰ میلیون دلار به ۲۰ میلیارد دلار رسانده و تا بلند از تجارت سنگ‌های قیمتی ۲۷ میلیارد دلار، ترکیه ۱۱ میلیارد دلار و هند ۲۰ میلیارد دلار است.

میزان مبادلات جواهرات در دنیا سالانه حدود ۳۰۰ میلیارد دلار است.

تنها در رشته سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی حدود ۴ تا ۵ هزار نفر در استان تهران وارد عرصه کسب و کار می‌شوند.

- در صنعت سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی با تراش سنگ می‌توان ارزش افزوده و ارزآوری بالایی را نصیب کشور کرد. در کشور می‌توان با بهره‌گیری از یک فضای ۶۰ متری و با به کار گرفتن ۱۵ نفر، یک کارگاه تراش سنگ را راه‌اندازی و ارزش افزوده بالایی را ایجاد نماید.

در حال حاضر در ۲۰ استان ایران سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی شناسایی شده‌اند که اکتشاف آن‌ها در دست اقدام است. اوپال، گرانیت، آمیتیست، عقیق، فیروزه، ژاسپر، بریل، انواع کوارتز، اپیدوت و سیتترین انواع سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی ایران را تشکیل می‌دهند. برخی از سنگ‌های قیمتی به صورت فراوری نشده صادر و پس از تراش دوباره به کشور وارد می‌شوند.

ظرفیت‌ها و منابع سنگ‌های قیمتی استان خراسان رضوی

۳۹ نوع سنگ قیمتی و نیمه قیمتی در خراسان رضوی مصرف می‌شوند که از این تعداد ۱۵ نوع سنگ مصرف بیشتری دارند که از آن جمله می‌توان به عقیق و فیروزه اشاره کرد میزان صادرات خوشه‌ی صنعتی جواهرات استان خراسان رضوی دو هزار میلیارد ریال اعلام گردیده است. در حوزه صادرات صنایع دستی لوکس شامل طلا و سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی نیز در سال ۱۳۹۴، ۳،۶ میلیون دلار صادرات از خراسان رضوی صورت گرفته است.

عمده صادرات استان فیروزه است که به صورت نگین به اندونزی، سنگاپور و مالزی، حوزه‌ی خلیج فارس و خیلی کمتر به کشورهای اروپایی و آمریکایی صادر می‌شود. باید در نظر داشت که بخش زیادی از این سنگ‌ها بار همراه مسافر هستند.

با توجه به منابع غنی کشور، در صورت ادامه‌ی فعالیت‌ها در این زمینه با تشکیل بورس سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی نیز پیشرفت‌های خوبی حاصل خواهد شد.

حضور بیش از ۸۵ درصد واحدهای تراش سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی در مشهد و اشتغال بیش از ۷۰ درصد تولیدکنندگان طلا و جواهر به امر جواهرسازی، مشهد را به بزرگ‌ترین شهر دادوستد این گونه سنگ‌ها تبدیل نموده است.

عمده‌ترین مشکل این صنعت در استان علاوه بر فرسودگی ماشین‌آلات و تجهیزات، نگاه غیرصنعتی به آن است و بر اساس تحقیقات به عمل آمده از ابتدای شناسایی و اکتشاف تا مراحل فراوری و تبدیل سنگ قیمتی به نگین حداقل ۲۰۰ فعالیت حرفه‌ای نیاز است که این امر نشان‌دهنده‌ی نقش عمده‌ی آن در اشتغال است.

مشهد و ظرفیت‌های آن

شهر مشهد در مسیر جاده‌ی ابریشم واقع گردیده است و قدمت چند هزارساله در فعالیت تجاری سنگ‌های قیمتی و نیمه قیمتی دارد. این شهر با حضور سالانه‌ی بیش از ۲۰ میلیون زائر و گردشگر به عنوان یکی از کلان‌شهرهای مذهبی شناخته می‌شود که بیش

از ۹۰ درصد از واحدهای تراش سنگ کشور، مراکز آموزشی تخصصی گهرسنگ‌ها و تراش سنگ در مشهد واقع هستند. همین‌طور بیش از ۸۵ درصد از واحدهای تولیدی به امر ساخت جواهرات (سنگ و فلز به جای زیورآلات طلا) و بیش از ۱۶ هزار نفر در حوزه‌ی سنگ‌ها و فعالیت‌های مرتبط مشغولند.

فیروزه‌های مصنوعی معروف به فیروزه‌ی چینی، آمریکایی و بعضاً مصری نیمی از بازار فروش فیروزه نیشابور را تسخیر کرده‌اند که باید در این زمینه به سرعت چاره‌اندیشی شود، زیرا وفور سنگ‌های مصنوعی در بازار تهدیدی جدی برای بازار و فروشندگان سنگ‌های واقعی است. فیروزه‌های چینی و آمریکایی، سنگ‌هایی شیمیایی هستند و این وضعیت نشانگر تقاضا در بازار و نیاز بخش تولید و تراش فیروزه به ماده‌ی خام است. رقابت نزدیک فیروزه‌های شیمیایی و فیروزه‌ی اصل نیشابور بسیار زیاد است.

سالانه حدود ۴۰ تن استخراج سنگ حاوی فیروزه از معدن فیروزه‌ی نیشابور صورت می‌گیرد که ۱۵ درصد این میزان تبدیل به نگین و تراشیده می‌شود و در نهایت حدود شش هزار کیلوگرم سنگ فیروزه در سال محصول این معدن در خراسان است.

در حال حاضر بخش مهمی از بازار سه هزارمیلیاردی سوغات مشهد به حوزه‌ی سنگ‌های قیمتی اختصاص دارد.



محمد مهدی بهمنی

خانه چندان اهمیتی برایشان نداشت. متنوع‌ترین و پرکارترین قسمت خانه اندرونی بود تا ساکنان خانه احساس خستگی و تکرار نکنند. حیاط اندرون هیچ راهی به جز راهروی ورودی نداشت که آن‌هم پیچ و تاب می‌خورد تا ساکنان خانه از چشم نامحرم دور نگه‌داشته شوند. همه این‌ها باعث شده که معماری خانه‌های سنتی ایران را یک معماری درون‌گرا بدانند.

اتاق‌ها در یک خانه سنتی بر اساس اهمیت و کاربردشان دور تا دور حیاط چیده می‌شدند. اتاق‌های تابستانی معمولاً روی ضلع جنوبی قرار می‌گرفتند تا در طول روزهای تابستان، کمتر در معرض آفتاب باشند و اتاق‌های زمستان نشین، روبه روی اتاق‌های تابستانی و دقیقاً روی ضلعی می‌نشستند که در طول روز، بیشترین آفتاب به آن‌ها بتابد. باقی فضاها هم مثل انبار، آشپزخانه و اسطبل در ردیف دوم و پشت اتاق‌ها جامی‌گرفتند.

از در یک خانه ایرانی که بروی تو، می‌افتی وسط یک فضای سرپوشیده که به آن هشتی می‌گفتند. بعد با یک زاویه ۹۰ درجه، جلویت یک راهرو که گاهی اوقات می‌توانست شیب کمی هم داشته باشد قرار می‌گرفت. به انتهای راهرو که می‌رسیدی، اگر غریبه بودی به بیرونی راهنمایی می‌شدی و اگر آشنا بودی و محرم ساکنان خانه، می‌توانستی مستقیم پا به اندرونی بگذاری.

خانه‌ها و حیاط‌های بزرگ خانه‌های قدیمی، همیشه طوری ساخته می‌شدند تا از بهترین جهت تابش نور خورشید استفاده کنند، از بادهای نامناسب و توفان‌های منطقه‌ای در امان باشند و رو به سمت بادهای مطبوع داشته باشند.

حیاط خانه‌های مناطق کویری، حداقل نیم متری پایین‌تر از سطح کوچه بود. در بعضی خانه‌ها حتی وسط حیاط اصلی هم می‌توانید یک حیاط

این روزها دیگر از آن خانه‌ها خبری نیست، بناهایی که هم مناسب‌ترین جا برای سکونت ساکنانشان بودند و هم شاهکار معماری. توی کوچه پس کوچه‌های باریک و قدیمی شهرهای سوزان کویری که پرسه بزنی، در پناه سایه دیوارهای بلند خاکی رنگ، به درهای کوچک رنگ و رو رفته‌ای برخوای خورد که تقریباً غیرممکن است بتوانی آنچه در پشتشان پنهان شده را پیش‌بینی کنی.

این درها، ورودی‌های دالان‌های باریک و نیمه تاریکی هستند که شما را به یک حیاط بزرگ و وسیع می‌رسانند؛ حیاطی که دورتا دورش را فضاهای مختلفی پر کرده و یک خانه اصیل ایرانی را شکل داده است؛ خانه‌هایی که مناسب‌ترین مکان برای سکونت یک خانواده ایرانی بودند.

عایق طبیعی دما

در چله تابستان‌های یزد و کاشان که این روزها کولرهای آبی هم حریفشان نمی‌شوند ساکنان این خانه‌ها در گذشته ذره‌ای احساس گرما نمی‌کردند یا در زمستان‌هایی که سرمای کویر به مغز استخوان می‌رسد، اتاق‌ها با کمترین سوختی گرم می‌شوند.

آبی که مایه روشنی زندگی بود، بدون سیستم‌های لوله‌کشی امروزی از یک خانه‌ها می‌گذشت و همه را سیراب می‌کرد. آن سال‌ها، ساکنان خانه در یک عمارت زیبا و سرسبز، دور از چشم غیر، روزگار می‌گذراندند.

این خانه‌ها برای ما ایرانی‌ها حریمی مقدس بودند؛ محلی برای یکپارچگی خانواده‌هایمان. آن‌ها فراتر از ارزش معماری‌شان حریمی بودند برای آرامش و یکپارچگی خانه و خانواده.

معماری درون‌گرا

معماری‌های سنتی تمام هم و غمشان معطوف به داخل خانه بود و نمای



عمیق تر به نام «گودال باغچه» ببینید. تمام این تمهیدها برای عمیق کردن حیاط و سایه گیر بودن و خنک شدن خانه است.

کوبه در:

توی یک خانه ایرانی تفکیک فضاهای زنانه و مردانه از همان دم در شروع می‌شد. مهمان‌خانه سستی اگر یک زن بود حلقه با صدای زیر را می‌زد تا خانم خانه در را برایش باز کند و اگر مرد بود کوبه مردانه را می‌زد تا وقتی صدای بم آن از توی خانه به گوش می‌رسید، مرد صاحب‌خانه بیاید و به مهمان‌خانه خوشامد بگوید.

اتاق‌ها:

نقاشی‌های روی دیوارها و گچ کاری‌های توی اتاق با فرش لچک ترنج و پشتی‌های دستبافی که بانوی خانه توی اتاق می‌چید، جمعاً می‌شدند یک اتاق ایرانی. آن زمان‌ها توی خانه اغنیای شهر، اتاق‌ها برای استفاده در فصل‌های خاص طراحی می‌شدند، مثلاً این اتاق بیشتر در فصل زمستان مورد استفاده قرار می‌گرفته. این را می‌شود از سقف کوتاه اتاق حدس زد. اتاق‌های زمستان نشین به خاطر اینکه زودتر و با هزینه کمتری گرم شوند، جمع و جور و با سقفی کوتاه ساخته می‌شدند،

برخلاف اتاق‌های تابستان نشین که وسیع و مرتفع بودند.

مطبخ:

من و شما به اینجا می‌گوییم آشپزخانه اما پدربزرگ و مادربزرگ‌هایمان به آن مطبخ می‌گفتند. مطبخ‌ها چون پشت اتاق‌های اصلی ساخته می‌شدند، تنها راه دسترسی‌شان به نور، سوراخ‌هایی بود که در سقفشان کار گذاشته می‌شد.

اتاق ارسی:

کافی بود کمی از صبح بگذرد و خورشید توی آسمان بالا بیاید تا با اولین اشعه‌های آفتاب، اتاق ارسی پر از لکه‌های رنگی نور شود؛ لکه‌هایی که کم تا انتهای دیوارهای پر از طاقچه بالا می‌رفتند. البته این پنجره‌های بزرگ پر از شیشه که تمام دیوار رو به حیاط را می‌گرفتند، فقط به خاطر زیبایی ساخته نشده بودند؛ در و پنجره سازها این پنجره‌ها را به اشکال کوچک هندسی تقسیم می‌کردند تا فقط قسمتی از آفتاب، حق عبور از دریچه‌های پر شده از شیشه‌های رنگی را داشته باشد. با این روش،



آفتاب گرم مناطق کویری ملایم‌تر و قابل تحمل‌تر می‌شد.

حیاط:

اینجا قلب خانه سستی

بود. اتاق‌های ریز و درشت خانه دورتادور حیاط چیده می‌شدند و نور، هوا و چشم‌انداز خودشان را از حیاط می‌گرفتند. توی خانه‌های قدیمی اعیانی، ۳ جور حیاط پیدا می‌شد؛ حیاط نارنجستانی که آن قدر کوچک بود که می‌شد توی زمستان حتی سقفش را پوشاند، حیاط بیرونی که تقریباً عمومی بود و برای جشن‌ها و مناسبت‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گرفت و بالاخره حیاط اندرونی مخصوص استفاده اهل خانه بود. این حیاط اندرونی گاهی آن قدر بزرگ و سرسبز بود که برای خانه حکم یک باغ را داشت.

سردر:

آن قدیم ندیم‌ها که شهرها این قدر پایین شهر و بالا شهر نداشتند، خانه فقیرفرا و اغنیا کنار هم توی یک کوچه، واقع بود. از روی نمای خانه هم اصلاً نمی‌شد حدس زد که صاحب‌خانه فقیر است یا متمول چون نمای همه خانه‌ها از کاهگل بود. تنها نشانه در ظاهر خانه که خبر از مال و منال صاحب‌خانه می‌داد، همین سردرهای تزئین شده و مجلل بودند.





هنری که هرگز از مد نمی افتد

قاله بافی

اشاره کرده است.

■ از چه زمانی به فرش بافی علاقه مند شدید؟

از کودکی علاقه بسیار زیادی به کارهای هنری داشتم درحالی که مشغول به تحصیل بودم ولی از انجام کارهای هنری لذت خاصی می بردم. تا اینکه تصمیم را قطعی کردم و در کنار هنرهایی که آموخته بودم مشغول یادگیری دوره قالیبافی شدم و تازه در آن زمان دریافتم که گمشده خود را پیدا کرده ام زیرا زمانی که مشغول به کار بافت و یا حتی آموزش می شوم متوجه گذر زمان نیستم و چون باید با تمرکز به این کار بپردازم بعد از پایان کار احساس زیبا و لطیفی از آرامش دارم چون با این کار تمام ذهن و فکر خود را از مسائل و مشکلات خالی می کنم و روی کار دقیق می شوم به نوعی برایم ورزش فکری است و برای همین است که به افرادی که دچار افسردگی و ناراحتی های روحی و روانی هستند توصیه می کنم به هنر زیبا و اصیل فرش بافی روی آورند و نتیجه معجزه گر فرش ایرانی را تجربه کنند.

■ آیا فرش بافی کار سختی است؟

کار هنر، کار دل است. اگر شخصی که وارد کار می شود، آموزش های لازم را ببیند و مهارت کسب کند خود به خود شیفته فرش و قالی شده و از کار بافت لذت می برد. انسان ها طوری آفریده شده اند که می توانند از قدرت های درونی و به کارگیری آن ها استفاده کنند و حتی مسیرهای سخت را برای خود

آیا هنر زیبا و اصیل فرش بافی در ایران کم کم به دست فراموشی سپرده می شود؟! آیا فرش های ماشینی راه خود را به سوی خانه های ایرانی یافته اند و هنر ستودنی فرش ایرانی را دیگر کمتر در آپارتمان ها و ... می توان نشانی دید؟ آیا باید شاهد اضمحلال و پس گرد این هنر والا که توسط سرانگشت هنرمندان اصیل ایرانی به منصه ظهور می رسد در کشور باشیم! آیا تصور دور شدن نگین بی همتای فرش ایرانی از عرصه جهانی دلوایسی در وجودمان بر نمی انگیزد؟! فرش ایرانی در کدامین سو نظر دارد؟ و آینده این رهاورد هنرمندان شاخص ایرانی به کدام جهت اشاره می کند؟ بالندگی یا عقب گرد؟ مریم تقوی قالیباف و مدرس فرش بافی در این زمینه به گفتگو نشسته است. وی معتقد است که با تصویب لایحه بیمه بازنشستگی و از کارافتادگی و نیز درمانی قالیبافان درواقع اقدام مؤثری برای رشد صنعت فرش بافی در ایران صورت گرفته است و این امر باعث شده، کسانی که سال ها از هنر فرش بافی فاصله گرفته بودند دوباره به آغوش این هنر بازگردند و نسبت به آینده خود احساس امنیت خاطر پیدا کنند. این هنرمند قالیباف که کثرت فرش هایی که تاکنون بافته در حافظه اش جا نمی شود و در حال حاضر بیشتر وقت خود را صرف آموزش این هنر به هنرجویان می کند، در این مصاحبه به ویژگی های فرش خوب و نیز نحوه نگهداری فرش دستباف

هموار سازند پس به جرات می گویم که کار سختی نیست و با کمی همت و پشت کار می توان به سر منزل مقصود رسید که همان حرفه ای شدن در این هنر است و لازمه آن فقط استفاده از تجربه استادان این فن و به کارگیری آن است، کار قالیبافی خود به خود فرد را صبور می کند و پرحوصله و تنها هنری که هرگز از مد نمی افتد.

■ چرا فرش ایرانی در دنیا منحصر به فرد و مطرح است؟

تمام اجزای فرش ایرانی زنده است. پشم ها که از بدن موجودات زنده (دام) چیده می شود. پنبه ها که از گیاهان جدا می شوند، ابریشم که از پیله ها جدا می شود و حتی رنگ های گیاهی که برای رنگرزی خامه ها از هر نوع جنسی باشد استفاده می شوند همه و همه زمانی جزئی از اجزای موجود زنده بوده اند و از همه مهم تر طرح و بافته است که به تمام این مصالح شکل و نقش می دهد. معمولاً از پایان کار با تماشای قالی یا تابلو حس بافته و طرح آن به ما منتقل می شود و این همان کار دل است که هنرمند ایرانی با تمام وجودش برای آن مایه گذاشته و خود را وقف این هنر کهن و اصیل نموده است. شما با دیدن فرش ها و تابلوهای مختلف حال و هوای متفاوتی پیدا می کنید بعضی احساس لطافت، بعضی غم پنهان و بعضی ها شادابی و سرزندگی را در ما برمی انگیزند و این همان چیزی است که فقط در هنر ایرانی وجود دارد.

■ یک فرش خوب دارای چه ویژگی‌هایی است؟

برای شناخت فرش بهتر است نکات زیر را مورد توجه قرار دهیم:

باید مواد اولیه را در فرش شناسایی کنیم تا از نظر طبیعی بودن آن اطمینان پیدا کنیم. باید از ثبات رنگ خامه‌ها مطمئن شویم تا خامه‌ها با مواد جوهری رنگ نشده باشند. کنترل ابعاد فرش با توجه به طرح و نقشه آن: الف) ابتدا مرکز فرش را مشخص کنیم، سپس قالی را از نظر طولی از ابتدا تا وسط و وسط تا انتها اندازه می‌زنیم این اندازه‌ها باید مساوی باشد، همین‌طور باید دو نیمه چپ و راست فرش باهم مساوی باشد. ب) ترنج باید در مرکز فرش قرار گیرد و لچک‌های دو طرف بالای فرش با دو طرف پایین آن تقارن داشته باشند و همین‌طور نقشه نیمه بالایی همانند نیمه پایینی و در جهت عکس آن باشد. ج) ابعاد نقوش باید متناسب با رج شمار فرش و نقشه باشد.

با فروبردن سرانگشتان داخل پرزهای فرش می‌توان پی برد که قالی تو پر یا تو خالی است. اگر سرانگشتان به راحتی داخل پرزها فرورفت و به تاروپود قالی رسید، این قالی تو خالی است.

همان‌طور که می‌دانید فرش با دو نوع گره فارسی و ترکی بافته می‌شوند برای تشخیص این موضوع با یک سوزن یکی از ریشه‌ها را از پشت درمی‌آوریم اگر یکسر ریشه بیرون آمد گره فارسی است اگر هیچ‌کدام از سرهای ریشه بیرون نیامد گره ترکی دارد ولی اگر دو سر ریشه بیرون آمد قالی با روش گره قلبی و بی گره بافی بافته شده است که ارزش و استحکامی ندارد.

کنترل خواب فرش: ارتفاع پرزها که خواب فرش را تشکیل می‌دهد با توجه به رج شمار فرش متغیر است و از ۱۲-۳ میلی‌متر تغییر می‌کند. نکته مهم این است که در سراسر فرش باید پرزها به یک اندازه باشند.

کنترل رج شمار: همان‌طور که می‌دانید هرچقدر رج شمار قالی بالاتر باشد قالی از ظرافت بیشتری برخوردار است. اگر قالی با گره فارسی بافته شده باشد ۶/۵ سانتیمتر را علامت زده و گره‌ها را می‌شماریم و اگر با گره ترکی بافته شده باشد گره‌ها را در هفت سانتیمتر می‌شماریم یعنی رج شمار باید در طول و عرض فرش مطابقت داشته باشد.

۸- کنترل پشت فرش: پشت فرش باید صاف و یکنواخت باشد.

۹- شیرازه فرش یکدست و یکنواخت باشد.

۱۰- گلیم بافی ابتدا و انتهای فرش باید یک اندازه و یکسان باشد.

۱۱- فرش باید از نظر سرکچی، کیسی، کجی، دورنگی، بالازدگی و پایین زدگی بررسی شود و همین‌طور پرزها ساییده نشده باشد اصطلاحاً نخ‌نما نباشد.

■ ارزیابی شما از وضعیت بافت فرش در ایران چیست؟

فرش ایرانی نشانه‌ای درخشان از هزاران نشانه کشور ماست که همیشه در تمامی ادوار مایه فخر ایران و ایرانی بوده است ولیکن در مسیر پرتکاپوی این هنر همیشه موانعی بوده که با درایت هنرمندان جهشی در مسیر صورت گرفته و سبب رشد مجدد فرش ایران شده است. این در حالی است که هنر فرش بافی، مسیر فراموشی را در بین خانواده‌ها طی می‌کند!

■ برای بهبود وضعیت بافت فرش و آموزش بهینه آن به علاقه‌مندان این هنر چه باید کرد؟

ابتدا ارائه تسهیلات و حمایت از بافندگان که رکن اصلی تولید فرش هستند

دوم) ارتقای سطح دانش و معلومات هنرمندان قالیباف.

سوم) بازپس‌گیری دوباره بازارهای جهانی در زمینه فرش زیرا ایرانی تفکر، هنر و فرهنگ خود را در قالب فرش به دنیا عرضه می‌کند.

من فکر می‌کنم هر ایرانی باید در منزل خود یک دار قالی داشته باشد و این هنر سینه به سینه منتقل بشود.



ضرورت کسب بعضی امتیازات و معافیت‌ها به منظور کاهش آسیب‌های وارده به صنعت گردشگری

خاطرنشان کرد: کمیسیون گردشگری اتاق باید مشکلات و مسائل فعالان این حوزه را به صورت مدون تا شنبه هفته آتی به مسئولین ذی‌ربط ارسال کند تا این مسائل در شورای گفت و گوی بخش دولتی و خصوصی استان مطرح شود و این مشکلات حل و فصل گردد.

علیزاده قناد یادآور شد: متأسفانه بیمه بیکاری پرسنل صنعت گردشگری با چالش‌هایی مواجه بوده و علی‌رغم ثبت نام آنان در سامانه مربوطه هنوز شاهد اتفاق خاصی نیستیم و مسئولان ذی‌ربط به دلیل فقدان بودجه وعده‌های واهی می‌دهند.

*ضرورت تدوین تقویم سفر

در ادامه «مژگان ثابت تیموری»، نایب رئیس کمیسیون گردشگری اتاق مشهد اظهار کرد: در ایام نوروز از فعالان حوزه گردشگری تقاضا کردیم تا خسارت‌های وارده را ارزیابی کنند و به استناد موارد جمع‌آوری شده، در حال حاضر مشغول تجمیع و تدوین این اطلاعات هستیم تا این مسائل به صورت گزارش رسمی مستند و به مجموعه‌های مرتبط ارسال شود. برای این منظور پیگیری‌های لازم باید از سوی اتاق بازرگانی ایران و دستگاه‌های متولی دولتی صورت بگیرد.

وی عنوان کرد: در خصوص برگزاری دوره‌های آموزشی ویژه پرسنل مجموعه‌های گردشگری، به دنبال اخذ مجوزات لازم هستیم تا فعالیت مجازی به طور رسمی در اتاق آغاز شود، چنان‌که تاکنون یک دوره آموزش مدیریت دوران کرونا و پساکرونا برگزار کرده‌ایم.

ثابت تیموری یادآور شد: پس از اتمام این بحران و عادی شدن امور، شاهد موجی از سفرها به مقاصد مختلف و به ویژه کانون‌های گردشگری خواهیم بود، لذا پیشنهاد کردیم تا تقویم سفر تدوین شود و حجم سفرها در طول سال مدیریت و توزیع گردد. معتقدیم بازگشایی مقاصد گردشگری بدون تدوین تقویم سفر اشتباه بزرگی خواهد بود چون احتمال دارد حجم سنگین سفرها در بازه‌های مشخص، خدمات رسانی گردشگری را با چالش مواجه سازد.

*زیان ۲۲۰ میلیاردی شرکت رجا تا پایان خرداد ماه

در بخش دیگری از این نشست «علیرضا هاشمی»، مدیر شرکت حمل و نقل ریلی رجا در خراسان عنوان کرد: متأسفانه از ابتدای اسفندماه ۹۸، بیش از ۸۵ درصد سفرهای شرکت رجا به مقصد مشهد و بالعکس کنسل شده است و این رقم در اواخر اسفندماه تقریباً به صد درصد رسید و عملاً سفری صورت نمی‌گرفت و حتی بعضاً به صورت حاکمیتی دستور رفت و برگشت قطارها صادر می‌شد. وی ادامه داد: خسارت‌های وارده به شرکت رجا به شدت نجومی است، چنان‌که فقط ۵۰ میلیارد تومان هزینه بلیت به مردم عودت داده شد البته بخشی را هنوز به آژانس همچنان بدهکار هستیم. با این حال قریب به ۸۵ درصد هزینه بلیت به مردم عودت داده شده است.

هاشمی یادآور شد: تاکنون ۳ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان بابت برگشت هزینه بلیت به مسافران، به شرکت رجا خسارت وارد آمده است. طی روزهای اخیر که طرح فاصله‌گذاری اجتماعی را مطرح کردند در هر کوپه قطار تعداد کمی مسافر

رئیس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی گفت: فعالان اقتصادی باید به جای اصرار بر دریافت تسهیلات کم‌بهره، بر اخذ بعضی حمایت‌ها، امتیازات و تسهیلاتی تأکید کنند تا بتوان از این مسیر، آسیب‌های وارده به صنعت گردشگری در بحران کرونا را کاهش داد.

«علی اکبر علیزاده قناد» در نخستین جلسه این کمیسیون در سال جدید اظهار کرد: اخذ معافیت‌های مالیاتی، استمهال در بدهی‌های بانکی، ایجاد ظرفیت‌هایی برای تأمین سرمایه در گردش و... می‌تواند به مطالبات بخش خصوصی و فعالان صنعت گردشگری بدل شود و ظرفیت حمایتی موثرتر را فراهم آورد. این موضوعات را می‌توان از طریق نمایندگان مجلس شورای اسلامی و اتاق ایران پیگیری نمود. توأمان از شهرداری نیز درخواست داریم تا برای مدتی اخذ عوارض‌های مربوطه را لغو کند.

وی ادامه داد: کمیسیون گردشگری باید از نمایندگان مجلس شورای اسلامی دعوت به عمل آورد تا پیشنهادات به طور خاص در مجلس مطرح شود، چرا که پیشنهاداتی همچون معافیت‌های مالیاتی قابلیت اجرای بیشتری دارد.

رئیس کمیسیون گردشگری اتاق مشهد تصریح کرد: براساس آمار موجود، حدود ۵۰ درصد اقتصاد مشهد مربوط به حوزه خدمات و گردشگری است که ظاهراً این صنعت در شرایط شیوع کرونا صد درصد متوقف شده است. وی با اشاره به اینکه تاکنون چندین جلسه به صورت آنلاین با فعالان حوزه گردشگری برگزار شده است و نظرات و پیشنهاداتشان را اتخاذ کردیم،



استرداد هزینه بلیت مسافران و پرداخت پول آژانس ها سر باز می زنند و ما را با مشکلات جدی مواجه کرده اند.

وی ادامه داد: هزینه بلیت ها باید به آژانس های داخلی عودت داده شود تا بتوانند مطالبات افرادی که سفرشان به واسطه این بحران کنسل شد را بپردازند. تاکنون چندین میلیارد تومان پول آژانس های داخلی در خارج از کشور بلوکه شده و خارجی ها از این شرایط سوء استفاده می کنند.

«ناصر غفران»، رئیس کمیته گردشگری سلامت ذیل کمیسیون نیز در سخنانی عنوان کرد: ما در کمیسیون گردشگری سلامت در جلسات قبل از سال جدید، در حال پیگیری وضعیت تورهای ورودی بودیم، چرا که تمامی ارگان هایی که در این حوزه فعالیت دارند باید نظمی را برای پذیرایی از مسافر ورودی داشته باشند. موضوع مهم این است که آیا پس از کرونا می توانیم این ذهنیت را در حوزه گردشگری سلامت ایجاد کنیم که وضعیت درمانی ما در وضعیت پاک به سر می برد و این اطمینان را به گردشگران سلامت بدهیم که مراکز پزشکی ما از لحاظ بهداشتی مشکلی ندارد. وزارت بهداشت و وزارت میراث فرهنگی از امروز بایستی تبلیغات رسانه ای را در این خصوص آغاز نمایند و به گردشگران سلامت این اطمینان را دهند که تنها برخی از مراکز پزشکی ما درگیر موضوع کرونا هستند و نه همه ی حوزه ها.

وی با بیان اینکه برخی از شرایطی که دولت در نظر گرفته است از جمله ثبت نام بیمه بیکاری تا آخر اردیبهشت بوده است، افزود: آیا بخشنامه ای مبنی بر تمدید شرایط حاضر صادر شده است یا خیر.

غفران با اشاره به اینکه، تاکنون هیچ گونه پشتیبانی از هیچ یک از مجموعه های گردشگری توسط دولت صورت نگرفته است، خاطرنشان کرد: آیا وزارت امور خارجه تسهیلاتی را برای ویزای ورود به کشور آغاز کرده است تا در دوران پساکرونا گردشگران خارجی تمایل به سفر به ایران داشته باشند؟

***ضرورت برنامه ریزی برای سفرها در دوره پساکرونا**

در ادامه حسین نیکونام، رئیس انجمن حرفه ای گردشگری سلامت استان با بیان اینکه متأسفانه مجموعه های بانکی نرخ بهره بالایی را از فعالان اقتصادی دریافت می کنند، عنوان کرد: دولت برای کمک و حمایت از فعالان حوزه گردشگری اما و اگرهای بسیاری را تعیین کرده است. این همه در حالی است که حمایت از واحدهای فعال در این بخش باید با نگاهی به تعداد پرسنل آن ها انجام بگیرد و حفظ اشتغال در این بخش، در اولویت دستگاه های متولی باشد.

وی یادآور شد: پیگیری موضوع تعطیلی شنبه ها می تواند کمک بزرگی برای رونق مجدد گردشگری در داخل کشور کند. همچنین با توجه به اینکه ۸۰ تا ۸۵ درصد گردشگران سلامت مشهد از کشورهای عراق و افغانستان هستند، با بازگشایی

بایستی حضور داشته باشند که این مسئله نیز مزید بر علت شده است و هزینه هایی را به شرکت های ریلی وارد می کند.

مدیر شرکت قطارهای رجا با بیان اینکه در ایام ماه مبارک رمضان طبق روال سال های گذشته سفرها به شدت کاهش پیدا کرده و این مسئله بر خسارت ها افزوده است، تصریح کرد: پیش بینی می شود شرکت رجا تا پایان خرداد ماه، صرفاً از محل درآمدهای خود حدود ۲۲۰ میلیارد تومان زیان را تجربه خواهد کرد. علاوه بر درآمد از دست رفته شرکت، از محل صورت وضعیت شارژ پیمانکاران نیز آسیب های وارده به شرکت افزایش خواهد یافت. در حال حاضر شرکت رجا باید هزینه حقوق و مزایای ۴۸۰۰ نفر پرسنل خود را تامین و پرداخت کند.

***بسیاری از ایرلاین های خارجی از وضعیت شیوع کرونا سوء استفاده کردند**

در ادامه محمد سعید ولی زاده، رئیس صنف دفاتر خدمات مسافرتی عنوان کرد: از اسفندماه دفاتر خدمات مسافرتی نیز با تعطیلی و بحران مواجه شده اند و تاکنون ۳۵ درصد از آن ها ناگزیر از تعطیلی کامل بوده اند.

وی با بیان اینکه بیش از ۴۵۰ آژانس مسافرتی در خراسان رضوی فعال هستند، افزود: با توجه به وضعیت فعلی، بسیاری از ایرلاین های خارجی از این وضعیت سوء استفاده کرده و از



مرزهای این دو کشور می‌توان مجدداً این حوزه از گردشگری را فعال نمود. اگر در حال حاضر بتوانیم دبیرخانه‌ای را برای دوران پساکرونا تشکیل دهیم و جشنواره‌هایی را با قیمت‌های بسیار مناسب و تخفیف‌های مطلوب، با همکاری تمامی بخش‌های صنعت گردشگری طراحی نماییم، این ظرفیت فراهم می‌شود تا حداقل سرمایه لازم به چرخه اقتصادی صنعت گردشگری بازگردد.

در بخش دیگری از این نشست «مهدی آجیلیان»، نایب رئیس اتحادیه هتل آپارتمانداران و مهمانپذیران با بیان اینکه صنعت گردشگری در کلانشهر مشهد چرخه اقتصاد کشور را به حرکت درمی‌آورد، عنوان کرد: متأسفانه شهر ما بیش از سایر شهرها از بحران شیوع کرونا متأثر شده است و زمانی با این بحران مواجه شدیم که بازه اوج سفرها بود و همین امر نیز خسارت‌های وارده به مجموعه‌های گردشگری را دو چندان نمود. متأسفانه در کنار بحران کرونا وارد بحران دیگری شده ایم که آن موضوع امنیت در حوزه اقامتگاهها است به گونه‌ای که آمار سرقت از واحدهای اقامتی در این مدت افزایش داشته است. همچنین مشکلات معیشتی که به فعالان این حوزه تحمیل شده است شدید است.

وی با ابراز نگرانی نسبت به طولانی شدن این بحران و تشدید آثار آن بر صنعت گردشگری کشور و استانمان، خاطرنشان کرد: هتل‌ها باید در حوزه آموزش پرسنل اقداماتی را در دستور کار قرار دهند. برگزاری سمینارها و نشست‌ها با مسئولان دولتی به منظور مدیریت مطلوب سفر در شرایط خاص نیز باید در کانون توجه قرار گیرد.

آجیلیان یادآور شد: باید کمیته‌ای ویژه ذیل کمیسیون گردشگری اتاق مشهد برای بحث مدیریت سفرها در ایام پساکرونا تشکیل شود و دیدگاه‌ها و پیشنهادات کارشناسی را مورد بررسی قرار دهد.

انتقاد از عملکردهای جزیره‌ای در بحران کرونا

امیر سزاوار، رئیس جامعه حرفه‌ای هتلداران استان خراسان رضوی عنوان کرد: نباید به گلایه کردن بسنده شود. آنچه باعث می‌شود در میانه این بحران، بخش خصوصی نتواند نتایج مطلوب را در اخذ حمایت‌های کافی و موثر کسب کند، عملکرد جزیره‌ای در این حوزه است. حتی دستگاه‌های متولی نیز دچار این عارضه هستند. تا به امروز شاهد برگزاری جلساتی در اتاق بازرگانی، اصناف، استانداری و... بودیم اما همچنان دغدغه‌های بخش خصوصی به قوت خود باقی است.

وی ادامه داد: برای حصول نتیجه، نیازمند همگرایی جدی هستیم و یک ساختار باید راهبری امور را در دست بگیرد و مطالبات بخش خصوصی را پیگیری نماید. سزاوار یادآور شد: تسهیلات بانکی با سود ۱۲ درصد، چه گرهی را از مشکلات فعالان حوزه گردشگری خواهد گشود؟ مگر مجموعه‌های گردشگری در این شرایط ۱۲ درصد سود دارند تا بتوانند این نرخ بهره را بازگردانند؟ امیدواریم با پیگیری‌های اتاق بازرگانی، شاهد حصول نتایجی مثبت به نفع بخش گردشگری باشیم.

۳ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان به راهنمایان گردشگری خسارت وارد شده است

در بخش دیگری از این نشست، حمیده روح بخش، رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی راهنمایان گردشگری استان تصریح کرد: انجمن راهنمایان حدود ۱۱۵ نفر راهنمای عضو دارد. براساس ارزیابی‌های انجام گرفته تاکنون سه میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان خسارت وارده به جامعه راهنمایان بوده است. ما به سازمان میراث فرهنگی عنوان کردیم که تعداد راهنمایان گردشگری بیش از این تعداد است که عضو این انجمن نیستند و درخواست کردیم تا توجه لازم را نسبت به این گروه نیز مبذول دارند.

وی خاطرنشان کرد: با توجه به اینکه فعالیت راهنمایان گردشگری فصلی است و تقریباً فعالان این حوزه ۳ الی ۴ ماه در سال حضور دارند، لذا حفظ کردن این افراد در بازار نیازمند تلاش بیشتری است. همچنین بیمه نبودن راهنمایان گردشگری و عدم امکان استفاده از مزایای بیمه بیکاری موضوعی است که در این ایام بیشتر به چشم آمده است و بایستی تصمیمی جدی در خصوص بهره‌مندی فعالان این حوزه از بیمه گرفته شود.

ابراهیم محرابی، مدیریت خانه مسافر استان نیز در سخنانی تصریح کرد: عوارض‌های سنگین شهرداری که در سال جاری چندین برابر شده است، باید کاهش پیدا کند. لذا اگر فعالان حوزه گردشگری به سمت اخذ بعضی از معافیت‌های خاص حرکت کنند، نتایج بهتری حاصل خواهد آمد و کارآمدتر از بعضی تسهیلات و وام‌ها خواهد بود.

ضرورت رونق گردشگری داخلی در پسا کرونا

عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد گفت: مهم‌ترین راهکار اولیه برای جذب گردشگران به ایران، حمایت‌های دولتی و رونق بخشیدن به گردشگری داخلی است.

دکتر حمدالله سجاسی قیداری در گفت‌وگو با ایسنا در خصوص راهکارهای جذب گردشگر در دوران پسا کرونا اظهار کرد: مهم‌ترین راهکار اولیه برای جذب گردشگران به ایران پس از بحران به وجود آمده، حمایت‌های دولتی است. پس از آن باید گردشگری داخلی را رونق بخشید تا کسب‌وکارهایی که در حال نابودی و از بین رفتن هستند؛ بازیابی شده و جان تازه بگیرند. به این صورت با گذشت زمان و کاهش و برطرف شدن تب کرونا در جهان، خود به خود ایران جایگاه قبلی خود را پیدا خواهد کرد.

وی ادامه داد: در کنار این اقدامات و راهکارها، برگزاری جشنواره‌های ویژه گردشگران برای جذب آن‌ها، فراهم کردن تسهیلات و تمهیداتی برای رفت‌وآمدها و روایدی که برای گردشگران خارجی وجود دارد و تبلیغات در خصوص گردشگری کشور، بر بهبود شرایط گردشگری تأثیر خواهد گذاشت. اما پذیرفتن و عادت کردن به این شرایط توسط گردشگران، زمان می‌برد و به سرعت انجام‌پذیر نیست.

عضو پژوهشکده گردشگری و زیارت دانشگاه فردوسی مشهد بیان کرد: با طولانی شدن شیوع ویروس کرونا، صنعت گردشگری دچار آسیب شده و صنایع و حوزه‌های خدماتی کوچک نیز بیشترین آسیب را خواهند دید. در حال حاضر ما باید برای بازگرداندن شرایط گردشگری به حالت قبل خود

(قبل از شیوع ویروس کرونا) در دوران پسا کرونا و زمانی که این بیماری در حال برطرف شدن است؛ بیندیشیم و راهکارهایی ارائه دهیم.

حمایت‌های دولتی؛ مهم‌ترین پشتوانه برای جلوگیری از ورشکستگی صنعت گردشگری کشور

سجاسی قیداری خاطرنشان کرد: مهم‌ترین پشتوانه برای جلوگیری از ورشکستگی شدن صنعت گردشگری، کمک‌های دولتی است. به عنوان مثال دولت می‌تواند با ارائه وام‌های کم‌بهره به بازیابی این صنعت کمک کند؛ همچنین می‌توان برای مدتی صاحبان مشاغل مربوط را از پرداخت مالیات معاف کرده و یا با بیمه کردن آن‌ها و حمایت‌های این‌چنینی برای جبران این آسیب و خسارت‌های وارد شده به گردشگری کمک کرد.

وی تشریح کرد: به هر حال با توجه با بحران و شرایط موجود، بخشی از کسب‌وکارهای کوچک در حوزه گردشگری آسیب خواهند دید و چاره‌ای برای جلوگیری از آن نداریم؛ زیرا این بحران و این تغییرات ضربه بزرگی برای گردشگری به‌شمار می‌رود.

عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد اضافه کرد: بررسی داده‌ها بیان می‌کند که بیشتر کشورهای دنیا به جز تعداد کمی از آن‌ها، صنعت گردشگری و سفر را ممنوع اعلام کرده و بر ممنوعیت سفرها اصرار دارند؛ این رویکرد نشان می‌دهد که سایر کشورها نیز همین روند را در پیش گرفته و راهکار ویژه‌ای برای سفر کردن در شرایط به وجود آمده، ندارند.

سجاسی قیداری افزود: در کشور ما با وجود این که سفر ممنوع اعلام شده است؛ اما تعدادی هتل پنج ستاره با رعایت اصول بهداشتی خدمات ارائه می‌دهند. از طرفی در این شرایط چندین ایرلاین بزرگ در دنیا، اعلام ورشکستگی کردند؛ به این ترتیب در همه کشورها هنوز سفر کردن با شرایط موجود صورت نمی‌گیرد و همچنان تأکید بر رعایت اصول بهداشتی و عدم سفر وجود دارد و فقط سفر کردن در شرایط ضروری امکان‌پذیر است.

تغییر الگوی رفتاری گردشگران در انتخاب مقاصد گردشگری با شیوع کرونا

وی تصریح کرد: شیوع ویروس کرونا تنها در ایران اتفاق نیفتاده و نمی‌توان گفت که این ویروس صرفاً بر گردشگری ایران تأثیرگذار بوده است؛ اما ممکن است با توجه به شرایط و وضعیت پیش آمده، الگوی رفتاری گردشگران در آینده تغییر کند و با دوران قبل از کرونا متفاوت باشد. به طوری که افراد بیش‌تر در خصوص انتخاب مقصد خود فکر کرده و نکات بهداشتی را برای انتخاب مقصد خود لحاظ کنند.

عضو پژوهشکده گردشگری و زیارت دانشگاه فردوسی مشهد عنوان کرد: ایران جزء کشورهایی است که آمار مبتلایان آن به کرونا بالا بوده است. این آمار بالا ممکن است بر انتخاب ایران به عنوان مقصد سفر توسط گردشگران خارجی، تأثیرگذار باشد؛ به این معنا که ممکن است در اوایل دوران پسا کرونا به سختی به عنوان مقصد سفر گردشگران انتخاب شود.



خسارت میلیاردی معروف‌ترین هتل‌های جهان باشیوع کرونا

هشتم و در سال ۲۰۲۰ جایگاه نهم را دارد.

هتل اینترکانتیننتال نیز در سال ۲۰۱۹ در جایگاه ۱۲ و امسال در جایگاه ۱۰ قرار گرفته است.

بر اساس این آمار هتل مرکور با رشدی سریع در رده‌بندی هتل‌های برتر با سه رتبه افزایش در جایگاه هشتم قرار گرفت و با رشد ۵۷ درصدی ارزش برند آن از سال گذشته به ۲,۳ میلیارد دلار رسید.

هفت مورد از ۱۰ برند هتل‌های معروف جهان در این گزارش و ۳۲ هتل برتر در میان ۵۰ مورد هتل برتر جهان در ایالات متحده قرار دارند.

کرده است.

هتل ماریوت نیز در سال ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ در جایگاه دوم قرار گرفته است. هتل حیات در سال ۲۰۱۹ در جایگاه چهارم و در سال ۲۰۲۰ در جایگاه سوم قرار دارد.

هتل هالیدی این در سال گذشته جایگاه سوم و امسال جایگاه چهارم را دارد. هتل همپتون این و هتل شانگری لا، هتل دابل تری در سال گذشته و امسال به ترتیب جایگاه پنجم، ششم و هفتم را داشته‌اند.

هتل مرکور در سال گذشته جایگاه یازدهم و در سال ۲۰۲۰ جایگاه هشتم را به خود اختصاص داده است. هتل کورت یارد در سال گذشته جایگاه

بر اساس آمار بخش هتلداری لندن، همه‌گیری کروناویروس و اجرای طرح‌های پیشگیری از گسترش بیماری کووید-۱۹ موجب خسارت ۲۰ درصدی هتل‌های معروف شده که این میزان برابر ۱۴ میلیارد دلار است.

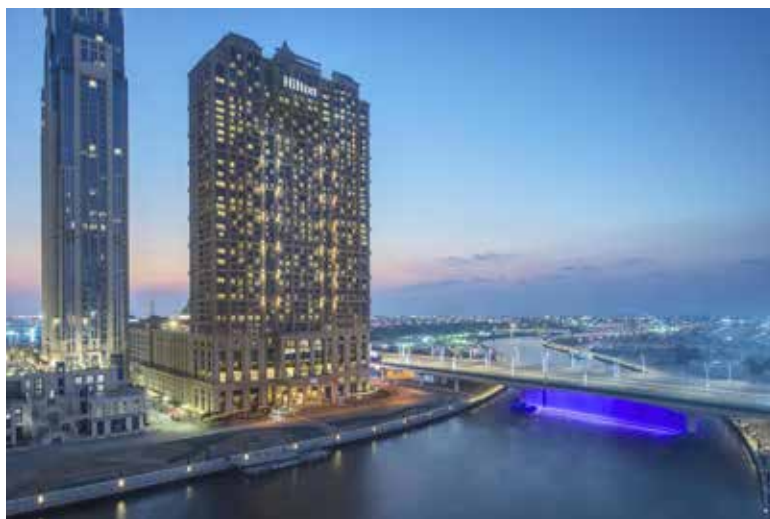
به گزارش فایننشال نیوز، مدیر ارزیابی دارایی‌های تجاری اظهار کرد: با اجرای طرح رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی هتل‌های معروف و اقامتگاه‌های کوچک به میزان کم یا زیاد متضرر شدند.

برخلاف تصور، هتل‌های بزرگ و معروف بیش از سایر هتل‌ها و اقامتگاه‌ها تحت تاثیر بحران کرونا قرار گرفتند.

با همه‌گیری کروناویروس معروف‌ترین هتل جهان یعنی هتل «هیلتون» ۳۵ درصد متضرر شده که این میزان برابر ۱۰,۸ میلیارد دلار است. البته این هتل با ارائه برنامه‌های خاص برای کادر درمانی بیمارستان‌ها همچنان قصد دارد نام خود را در میان سایر هتل‌ها برجسته کند.

رتبه‌بندی معروف‌ترین هتل‌های جهان بر اساس این گزارش به شرح ذیل است:

نخستین جایگاه این رتبه‌بندی را هتل هیلتون در سال ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ کسب



طلای عظیم‌زاده

برندی عظیم و باشکوه



نشانی دائمی: مشهد مقدس، بازار رضا، بازار دوم (از سمت میدان مقدس)، طبقه دوم، شماره ۲/۶۸۳

  @talaye_azimzadeh – www.talaye-azimzadeh.com

موبایل: ۰۹۱۵۲۰۲۰۷۳۰

تلفن دفتر فروش: ۰۵۱-۳۳۶۸۷۱۰۰



تولید و عرضه انواع انگشتر های عقیق یمانی . فیروزه نیشابوری . در نجف

فروشگاه فیروزه چی

آدرس : مشهد مقدس - بازار امام رضا (ع) - بازار اول - طبقه دوم - پلاک ۲/۷۹۵

تلفن : ۳۳۶۶۳۲۹۷ - ۵۱۰ فکس : ۳۳۶۶۳۲۹۵

فیروزه چی : ۰۹۱۵۵۱۱۲۷۱۰ برومند : ۰۹۱۵۱۰۰۰۷۵۱