

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



فرصت های شغلی در صنعت گردشگری ایران ۲۰۲۰

سید محمد مهدی آل طاه



پيامبر گرامي اسلام «صلي الله عليه وآله وسلم»:

سافروا تصحوا و تقموا

مسافرت کنید تا سالم و تندرست بمانید و بهره‌مانند شوید. (مواظب باشید، ص ۱۲)

مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان یکی از متنوع ترین و بزرگترین صنایع در جهان ، مهم ترین منبع درآمد و ایجاد فرصت های شغلی برای بسیاری از کشورهای دنیا است . این صنعت که به عنوان موتور توسعه از آن نام برده می شود ، به علت اهمیتی که از نظر اقتصادی و اجتماعی دارد ، روزبه روز بیشتر مورد توجه قرار گرفته و دولت ها به آن اهمیت می دهند و امروزه یکی از پایه های اصلی و استوار اقتصاد جهان و از جمله صنایع مهم با رشد سریع در توسعه اقتصادی جهان است که با ایجاد بالاترین میزان ارزش افزوده به صورت مستقیم و غیرمستقیم می تواند سایر فعالیت های اقتصادی و فرهنگی را تحت تأثیر قرار دهد . به گونه ای که در تقسیم بندی جهانی پس از نفت و خودروسازی ، صنعت گردشگری در رده سوم قرار می گیرد .

گردشگری به عنوان زمینه ای برای ایجاد اشتغال و درآمدزایی سال هاست مورد نظر دولت ها قرار دارد . در این میان صنعت گردشگری به دلیل استقبالی که از آن می شود ، درآمدزایی بالایی برای کشورهای مختلف ایجاد کرده و به همین دلیل برنامه ریزی های وسیعی برای حوزه انجام می شود و همه ساله شاخه های جدیدی به این صنعت پول ساز اضافه می شود .

ویژگی گردشگری کارآفرینی ، اشتغال سریع و درآمد زیاد است . صنعتی که ظرفیت و پتانسیل آن به وفور در ایران یافت می شود اما هنوز از این فرصت ها برای رشد اقتصادی کشور استفاده نشده است . در سال ۲۰۱۸ بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری بیش از ۱۳ درصد مشاغل جهان (حدود ۳۳۰ میلیون نفر) به صورت مستقیم در بخش های مختلف گردشگری اشتغال داشته اند .

این پتانسیل ها شامل آثار باستانی ، تاریخی و طبیعی است که در جای جای ایران وجود دارد و حالا برای کسب درآمد از این سرمایه ها مدیریت و برنامه ریزی می ماند . اما این صنعت یک ویژگی دیگر هم دارد و آن این است که در گردشگری به سرمایه گذاری زیادی نیاز نیست و با سرمایه اندک نیز می توان به درآمدها و سودهای زیادی رسید .

مقدمه

گردشگری صنعتی است که با کمترین سرمایه بیشترین در آمد و اشتغال را نصیب کشور می کند زیرا همه چیز از جمله آثار و اماکن باستانی و تاریخی و طبیعی برای این کار در اغلب نقاط کشور وجود دارد .

در صنعت گردشگری به ازای ورود هر گردشگر به کشور دست کم ۵ شغل ایجاد می شود و میزان اشتغال بخش گردشگری نیز ۱۱/۲ برابر سریع تر از سایر بخش ها است .

اشتغال ، درآمد و تفریح از نیازهای اساسی بشر است و همه اینها در گردشگری وجود دارد و این صنعت ظرفیت پاسخگویی به همه اینها را در اختیار دارد .

KEY TOURISM FIGURES



Inbound



1.4 billion
international tourist arrivals in 2018



US\$ 1.7 trillion
international tourism exports in 2018



57% of all international tourist arrivals travelled by plane



55% of all international tourist arrivals travelled for leisure and recreation (13% for business)

Tourism exports = 7% of total exports

Export earnings by category (US\$ billion), 2017

(Tourism exports= International Tourism Receipts + passenger transport)

Source: WTO, UNWTO



آمار های سازمان جهانی نشان دهنده رشد و تاثیر گذاری صنعت گردشگری در دنیای امروز است .

مقدمه

رشد گردشگری در ایران سهل الوصول تر از بسیاری از کشورها است زیرا همه نوع آثار باستانی ، تاریخی و طبیعی در کشور وجود دارد و به دلیل چهار فصل بودن کشور استفاده از آنان در طول سال امکان پذیر است به عبارتی گردشگری در ایران را می توان صنعتی برای تمام فصول دانست و در این شرایط اگر زیر ساخت های گردشگری شامل راه ها ، اقامتگاه ها ، هتل و مراکز پذیرایی استاندارد سازی شود آنگاه همه چیز برای رشد درآمد و اشتغال فراهم می شود .

ایران جزو ممالک صاحب تمدن جهان است که از نظر غنای فرهنگی ، کمتر کشوری در جهان یارای رقابت با آن را دارد . میراث به جا مانده طی قرون متوالی ، موزه ها ، صنایع دستی ، غذاهای محلی و مناظر و چشم اندازهای طبیعی که در نقطه نقطه این مرز و بوم به چشم می خورند، موید این ادعاست .

اقتصاد مبتنی بر گردشگری علاوه بر دارا بودن مزایایی مانند اشتغال زایی و ارزآوری ، با مشکلاتی مثل تحریم و سوءاستفاده دشمنان یا معضلاتی نظیر استهلاک و آلودگی صنایع دیگر نیز روبرو نیست و در یک کلام تجلی توسعه پایدار است . به نحوی که امروزه اصطلاح صنعت گردشگری فراگیر و فراوان بر زبان مسئولین و کارشناسان جاری می شود .

اهمیت حوزه گردشگری به اندازه ای است که این صنعت در ادبیات اقتصادی امروز جهان به عنوان صنعت بدون دود شناخته می شود که هیچ پایانی بر آن متصور نیست . هر منبع انرژی در جهان ممکن است روزی به پایان برسد ، اما گردشگری از جمله حوزه های بی پایان اقتصاد جهان است . به همین دلیل امروز در بودجه های اقتصادی کشورهایی مانند آمریکا ، ترکیه ، مالزی و... روی درآمد گردشگری حساب ویژه ای باز می کنند.

طبق پیش بینی سازمان جهانی گردشگری ، تجارت بین المللی دنیا تا سال ۲۰۲۰ در اختیار صنعت گردشگری قرار خواهد گرفت که سهم کشورهای در حال توسعه از این صنعت به مراتب افزایش خواهد یافت.

رشد و توسعه گردشگری مدرن طی دهه های گذشته باعث شده گردشگری یکی از سریعترین بخش های رشد اقتصادی در جهان شناخته شود.

مقدمه

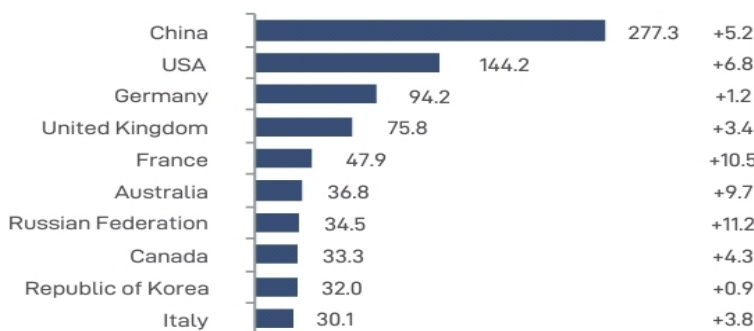
درآمد حاصل از گردشگری ترکیه، ۷ برابر درآمد نفتی ایران

ترکیه علی رغم این که فاقد منابع نفتی است، اما به کمک صنعت گردشگری توانسته درآمدی نزدیک به ۷ برابر بیشتر از درآمد نفتی ایران داشته باشد. در حالی که ایران جزء ۱۰ کشور برتر در گردشگری جهان است از هر ۱۲ شغل، یک شغل به صنعت گردشگری و توریسم ارتباط دارد و می توان با برنامه ریزی های مدون علاوه بر ارزش آوری ایجاد اشتغال کرد.

Outbound

Top Spenders 2018 (US\$ billion and % change)

4 of 5 tourists travel within their own region



© World Tourism Organization (UNWTO) May 2019

میزان هزینه کرد شهروندان کشورهای مختلف در حوزه های سفر و گردشگری

ایران کریدور گردشگری دنیا است و می توانیم گردشگری بازرگانی، تجاری، فرهنگی، تفریحی، روادید سیاسی، اقتصادی، مذهبی و سلامت و غذا داشته باشیم و منابع ارزی یا همان جی ان پی درآمد ناخالص گردشگری را از دنیا بگیریم.

مقدمه

صنعت سفر و گردشگری تنها محدود به گردشگران نمی‌شود، بلکه افرادی را که به هر دلیلی از کشوری به کشور دیگر یا از شهری به شهر دیگر سفر می‌کنند هم دربرمی‌گیرد. بنابراین اگر به راه‌اندازی کسب‌وکاری در این حوزه فکر می‌کنید، باید افق دیدتان فراتر از گردشگری باشد و سفرهایی را که با اهدافی غیر از گردشگری انجام می‌شود نیز در نظر بگیرید. خبر خوب اینکه در این شرایط، ایده‌های گردشگری بی‌شماری پیش روی‌تان خواهد بود که از قضا حسابی پرسود هم هستند.

گردشگری و مشاغل؛ یک آینده بهتر برای همه

آنچه سازمان جهانی گردشگری را برای انتخاب «گردشگری و مشاغل؛ یک آینده بهتر برای همه» واداشت، اهمیت این صنعت بر اشتغال است. ایجاد شغل با پیشرفت تکنولوژی و رشد جمعیت به یکی از معضلات کشورها بدل شده است، و کشور ما ایران با دارا بودن بیش از ۴۵ درصد از جمعیت جوان و نیروی کار، از این قاعده مستثنی نیست و صد البته این ظرفیت نیروی جوان در کشور کم نظیر است.

گردشگری بیش از نفع اقتصادی و درآمد به طور مستقیم و غیر مستقیم بر ایجاد شغل تاکید دارد. آثار مستقیم حاصل از صنعت گردشگری، با احتساب حدود ۶ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی در این صنعت، نمایانگر تخصیص یک شغل از هر ۱۵ شغل است.

امروزه کشورهایی همانند آمریکا که بزرگترین تولید کننده نفت در جهان است، بالاترین آمار جذب گردشگر را به خود اختصاص داده است و این بخش را به عنوان یکی از منابع مهم درآمدی خود مدنظر قرار می‌دهد.

در خاورمیانه و شمال آفریقا نیز کشورهایی همچون قطر، امارات متحده عربی و بحرین که همچون ایران از منابع نفت و گاز برخوردارند، سهم عمده‌ای از درآمدهای خود را از طریق این صنعت کسب می‌کنند و سه رتبه اول جذب گردشگر را در رده بندی جهانی در این منطقه به خود اختصاص داده اند.

اما گسترش گردشگری منتقدانی هم دارد؛ بله، عده‌ی می‌گویند توریسم باعث تهاجم فرهنگی می‌شود. البته جوابی برای این عده وجود دارد: شما در هوای بهاری پنجره را باز می‌کنید که هوای لطیف بیاید، اما برای آنکه مگس نیاید توری می‌زنید. می‌توان در را به روی گردشگران گشود، اما ورودشان را مدیریت کرد.

حرفِ آخر در اول

ایده‌های گردشگری هم مناسب سرمایه‌گذاران کلان است که سرمایه‌ی هنگفتی در اختیار دارند و به کسب و کارهای بزرگی مانند شرکت‌های هواپیمایی فکر می‌کنند و هم کارآفرینانی که به دنبال پیگیری حرفه‌ای در قالب کسب‌وکار خودشان هستند اما سرمایه‌ی کلان ندارند.

در این کتاب قصد داریم به معرفی تمامی فرصت های شغلی در حوزه صنعت سفر و گردشگری بپردازیم. برخی از این کسب و کارها برای شروع نیاز به سرمایه اولیه دارند و تعدادی دیگر بدون سرمایه اولیه قابل ملاحظه امکان اشتغال زایی را فراهم می‌کنند. برخی دیگر را با آموزش و مهارت آموزی می‌توانید شروع کنید. برای انجام تعدادی از مشاغل این فهرست هم، باید روابط عمومی بالا داشته باشید. خلاصه تنوع و گستردگی مشاغل صنعت گردشگری باعث شده تا اگر مایل به فعالیت در این حوزه هستید، از هر سلیقه‌ای که باشید و با هر وضعیت مالی، مطمئناً فرصت های مناسب شغلی در این فهرست برای شما وجود خواهد داشت. همچنین در این پژوهش این نکته رعایت شده است که تمامی کسب و کارهای معرفی شده، در کشور عزیزمان ایران قابل اجرا و انجام هستند. ذکر این نکته هم خالی از لطف نیست که از بیان مشاغلی که نیاز به بند پ دارند در این کتاب خودداری شده است. انشاالله برای استخدام و اشتغال، پارتی شما خود خداوند متعال خواهد بود، نه بنده خدا.

به امید روزی که همه جوانان این مرز و بوم، بهترین موقعیت های شغلی را داشته باشند.

زنده باد ایران و ایرانی * آباد باد ایران و ایرانی

فهرست فرصت های شغلی

- | | |
|----------|---------------------------------------|
| ۸ ***** | ۱ - حوزه آموزش و پژوهش |
| ۱۰ ***** | ۲ - حوزه استارت آپ ها |
| ۱۲ ***** | ۳ - حوزه خدمات حمل و نقل |
| ۱۳ ***** | ۴ - حوزه اقامتگاه و هتل ها |
| ۱۵ ***** | ۵ - حوزه خدمات مشاوره ای |
| ۱۶ ***** | ۶ - حوزه راهنمای گردشگری |
| ۱۸ ***** | ۷ - حوزه تولید محتوا و عکاسی |
| ۲۰ ***** | ۸ - حوزه خدمات کرایه ای |
| ۲۱ ***** | ۹ - حوزه سوغات و صنایع دستی |
| ۲۳ ***** | ۱۰ - حوزه رستوران و غذاخوری ها |
| ۲۶ ***** | ۱۱ - حوزه رزرواسیون و بلیط فروشی |
| ۲۶ ***** | ۱۲ - حوزه برگزاری تور های گردشگری |
| ۳۰ ***** | ۱۳ - حوزه تفریحات و جاذبه های گردشگری |

حوزه آموزش و پژوهش

دانش و مهارت‌های شغلی به مثابه یکی از ارکان توسعه منابع انسانی، یکی از حلقه‌های اصلی هم پیوندی عملکرد نظام گردشگری محسوب می‌شود و عامل مهمی در جلب رضایت گردشگران و به تبع آن پایداری جریان گردشگری به مقصد است. لذا با توجه به اهمیت نیروی انسانی در این صنعت مدیریت منابع انسانی از اهمیت بسزایی برخوردار خواهد بود. از آنجا که صنعت گردشگری اساساً فعالیتی خدماتی است عرضه کنندگان نقش مهمی در کیفیت محصول و رضایت مشتری دارند و در ادبیات گردشگری فرد ارائه دهنده خدمات، خود بخشی از محصول به شمار می‌آید بنابراین تدوین و اجرای راهبرد توسعه منابع انسانی در صنعت گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و آموزش مهمترین نقش را در این راستا ایفا میکند.

بخشی از ناکامی‌های احتمالی ایران در دستیابی به جایگاه مناسب در عرصه گردشگری به نبود نیروی انسانی کارآمد و آموزش دیده باز می‌گردد که در عمل بر توسعه محصول و بازار، زیرساختها و سرمایه گذاری اثرگذار است. با تحول در توسعه انواع گردشگری، فرصت‌های شغلی در این صنعت بسیار گسترده تر شده است اما تلاش شتاب زده و بی تأمل برای رفع تقاضای روز افزونی که به وسیله ظرفیت بالای تولید گردشگری به وجود آمده باعث شده است که قسمت بزرگی از نیازهای منابع انسانی به وسیله کارکنان دیگر بخش‌ها تأمین شود که فاقد مهارت‌های تخصصی در این رشته میباشند.

مطالعات اولیه حاکی از آن است که در کشور ما آموزش حرفه ای و نظری هتلداری و گردشگری در مراحل آغازین توسعه خود به سر می‌برد و دست اندرکاران این صنعت تأکید دارند که نیروهای شاغل در این صنعت حداقل توان حرفه ای لازم را ندارند. به علاوه در سطوح مختلف کمبود آشکار نیروی آموزش دیده محسوس است و جوانی رشته و نبود تجهیزات لازم، آموزش‌های عملیاتی دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی را در زمینه این صنعت ناکارآمد ساخته است.

طور کلی سیاست‌های توسعه منابع انسانی در بخش گردشگری را میتوان به دو بخش مرتبط با هم یعنی ایجاد اشتغال رقابتی و فراهم آوردن فرصت‌های آموزش نظری و حرفه ای برای همه مشاغل و تخصصها تقسیم کرد.

آموزش و پژوهش

نیروی انسانی مهم ترین رکن توسعه گردشگری است. بایستی از مبدا ورود، یعنی مامور گذرنامه تا راننده تاکسی تا پذیرشگر هتل، فروشنده تور و ... آموزش قوی ببینند. برای اشتغال زایی در رشته های مختلف صنعت گردشگری می توان با آموزش های فشرده کوتاه مدت و میان مدت، اشخاص صاحب ذوق، سلیقه و لایق در امر مدیریت را آماده کار کرد. پس هم می توانیم خودمان آموزش ببینیم و هم این آموزش ها را برای فعالان حوزه گردشگری ارائه دهیم. همچنین در حوزه آموزش زبان های خارجی با رویکرد گردشگری هم فرصت های بسیار زیادی وجود دارد.



حوزه استارت آپ ها

دنیای دیجیتال، فضای بدون مرز ارتباط و آشنایی است. استارت‌آپ‌ها علاوه بر اشتغال‌زایی برای بسیاری از جوانان، موجب پویایی و افزایش خلاقیت‌ها و مهارت‌های آنان می‌شود که بی‌شک صنعت گردشگری به دلیل ماهیت فرابخشی و جذاب بودن موضوعات می‌تواند سهم بالایی از خروجی و نتیجه این استارت‌آپ‌ها در روند توسعه ملی کشور داشته باشد. رشد استارت‌آپ‌های گردشگری ایران در بستر دیجیتال، نقش مهمی در این زمینه ایفا کرده است. بطور کلی در چند سال اخیر شاهد رشد استارت‌آپ‌های گردشگری متنوع از فروش آنلاین بلیط و هتل گرفته تا برگزاری تورهای محلی و طبیعت‌گردی برای مسافران داخلی و خارجی هستیم. دسترسی راحت‌تر به اطلاعات گردشگری و همین‌طور امکان خرید آنلاین بلیط چارتر و سیستمی و مقایسه قیمت‌ها و همچنین رزرو اماکن اقامتی بصورت آنلاین از اهرم‌های اصلی رشد گردشگری در سالهای اخیر ایران هستند. البته این فضا هنوز بخش‌های بکر زیادی دارد که از جمله آنها می‌توان به تولید محتوای بین‌المللی اشاره کرد. محتوایی که علاوه بر معرفی ایران زمینه‌ساز ایجاد تصویری امن از ایران در بین مردم کشورهای مختلف جهان است. در خصوص تولید محتوا، در بخش‌های دیگر با جزئیات بیشتری صحبت خواهیم کرد. استارت‌آپ‌ها در کنار کمک به جذب گردشگر می‌توانند در راستای توسعه بازار صنایع دستی، استقرار سرمایه، اشتغال‌زایی بیشتر و امکان خرید اینترنتی خدمات در حوزه گردشگری نقش کلیدی را ایفا کند.

به طور خلاصه می‌توان گفت یکی از پر ظرفیت‌ترین و در عین حال دست‌نخورده‌ترین حوزه‌های فعالیت استارت‌آپی که قابلیت فعالیت گسترده در سطح ملی و همچنین در سطح بین‌المللی را دارد؛ صنعت گردشگری و توریسم است.

یکی از مزیت‌هایی که گسترش فضای مجازی داشته است؛ آشنایی و استقبال بیشتر مردم با پلتفرم‌ها و اپلیکیشن‌های آنلاین ارائه خدمات می‌باشد که توانسته‌اند دسترسی مردم به خدمات را ساده‌تر کنند. پلتفرم‌هایی مثل تاکسی آنلاین، سفارش غذای آنلاین، درخواست خدمات نظافت آنلاین و... تعداد استارت‌آپ‌هایی که به ارائه این پلتفرم‌های خدماتی می‌پردازند بسیار زیاد است و هر روز هم شاهد یک استارت‌آپ جدید در این زمینه‌ها هستیم.

استارت آپ ها

اما در بین این استارتاپ ها جای استارتاپ های حوزه گردشگری خالی است . صنعت گردشگری یکی از متنوع ترین و سودآورترین حوزه هاست است که استارتاپها و کسب و کارهای نوپا می توانند به راحتی در آن نقش آفرین شوند و زمینه ساز رشد و ارتقای آن شوند .

از جمله مزایای حضور استارتاپ ها در صنعت توریسم و گردشگری می توان به موارد زیر اشاره کرد :

- * اشتغال زایی و درآمدزایی در این حوزه
- * کاهش هزینه گردشگران با کوتاه کردن دست واسطه ها
- * جذب گردشگران بیشتر به دلیل در دسترس بودن اطلاعات مورد نیاز
- * بهبود اقتصاد محلی

حوزه ها و فرصت های کارآفرینی در صنعت گردشگری

حوزه های بسیاری برای کارآفرینی در صنعت گردشگری وجود دارد اما به صورت کلی حوزه ها و فرصت هایی که برای کارآفرینان و استارتاپها در **صنعت گردشگری ایران** وجود دارد می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- * خدمات هتلداری (مثل رزرو هتل، مهمان سرا، اقامتگاه)
- * خدمات مسافرتی (مثل خرید بلیط)
- * خدمات گردشگری فرهنگی (مثل معرفی مکان های گردشگری شهرهای مختلف)
- * بازاریابی در صنعت گردشگری (اطلاع رسانی، تبلیغات)

حوزه خدمات حمل و نقل

حمل و نقل از ارکان اصلی صنعت توریسم می باشد، بدون توجه به زیرساخت های حمل و نقل صنعت گردشگری عملاً مفید واقع نخواهد شد و یا با ضعف همراه است، که این خود رابطه ی متقابل گردشگری و حمل و نقل را بیشتر نمایان می سازد .

جایگاه راهبردی ایران در خاورمیانه، به عنوان پلی میان سه قاره آسیا، اروپا، و آفریقا و در اختیار داشتن سامانه حمل و نقل متنوع و گسترده در سطح کشور، از قبیل حمل و نقل هوایی در کشور، شبکه حمل و نقل ریلی با گستردگی هشت هزار کیلومتر و بهره گیری از ناوگان حمل و نقل جاده ای به روز، زیرساخت های مناسبی را برای سرمایه گذاری، رشد و ارتقای صنعت گردشگری دارا می باشد .

حمل و نقل، پیوند ضروری بین نواحی مبدأ و مقصد را برای گردشگر فراهم آورده و حرکت را برای سفرهای گوناگون از جمله سفرهای آخر هفته، سفرهای تجاری، سفرهای سیاحتی، ملاقات با دوستان و اقوام و حتی سفرهای خدماتی، آموزشی و درمانی تسهیل می نماید. حمل و نقل یک عنصر اساسی از تجربه گردشگر است که بعضی از مفسرین آن را به عنوان یک مکمل برای صنعت گردشگری در نظر گرفته اند. حمل و نقل می تواند محور مرکزی فعالیت های گردشگر در نظر گرفته شود چرا که این عامل خود یکی از مهمترین اجزاء سفر را شامل می شود. در این راستا نحوه حمل و نقل نقش مؤثر و بسزایی در ساختار جابجایی گردشگر و جذابیت های سفر ایفا می کند .

فراهم بودن امکانات حمل و نقل مناسب، مطمئن، راحت، سریع، ارزان و ایمن پیش شرط توسعه گردشگری کشور است، زیرا گردشگران در تصمیمات خود دو عامل هزینه و زمان را مدنظر دارند؛ لذا در راستای دسترسی به مقاصد گردشگری، تنوع سیستم حمل و نقل و فراهم بودن سیستم های با کیفیت، دو عامل تاثیرگذار و تعیین کننده است. بنابراین گسترش زیرساخت های حمل و نقل (بنادر، راه آهن، پایانه ها، فرودگاه ها و شبکه جاده ای) یکی از مهم ترین اقدامات دولت ها برای گسترش امکانات و خدمات گردشگری است .

حوزه اقامتگاه و هتل ها

در صنعت گردشگری یکی از عوامل موثر و تاثیرگذار و پایه اصلی صنعت، موضوع اقامت است، زیرا مسافر بالاترین زمان را در واحد اقامتی می گذراند و همین موضوع باعث شده به عنوان رکن اساسی در صنعت گردشگری به شمارآید و به دنبال آن میزان رضایت مندی و نوع خدماتی که واحد اقامتی می تواند به گردشگر و مسافر داشته باشد انگیزه سفر را افزایش دهد. بنابراین اقامتگاه ها عامل بسیار مهمی برای توسعه صنعت گردشگری هستند .

تامین مراکز اقامتی مناسب و مطمئن از جمله ملزومات ورود گردشگران بی شمار به کشور است که بها دادن به آن می تواند سرمایه گذاران بیشتری را به سمت خود کشانده و همین پذیرایی مناسب از مسافران خود می تواند متضمن ایجاد فرصت های بیشمار شغلی گردد. امروزه قسمت اعظم درآمد ملی کشورها از محل هتل ها و ارائه خدمات به مسافران حاصل می شود و بسیاری از کشورها تنها دارای صادرات خدمات گردشگری و تاسیسات آن می باشند و از این راه کمبودهای ملی خود را جبران می کنند .

در زمینه اشتغال هتلداری و فن پذیرائی از میهمانان و خدمت به آنان در واقع میزبانی از جمله مهمترین و اصلی ترین امور اشتغال زائی جهانگردی می باشد، بیش از نیمی از نیروی شاغل در صنعت جهانگردی در بخش هتلداری فعالیت می کنند. که این مهم ضرورت توجه مسئولان کشور را به بخش هتلداری نیاز دارد .

اگرچه اسکان در هتل، هدف اصلی یک گردشگر نیست ، ولی بدون فراهم بودن امکانات اقامتی و نوع مدیریت و شیوه های جذب گردشگران در مراکز اقامتی ، رغبتی برای دیدن یک جاذبه ی گردشگری فراهم نمی شود .

با این حال نگاهی گذرا به تجربه های یک برند هتلداری نمی تواند خالی از نکات مدیریتی و سرمایه گذارانه باشد. به گفته مقامات مجموعه هتل های ریکسوس، افتتاح آن به سال ۲۰۰۰ بازمی گردد و در حال حاضر تعداد هتل های آن به ۳۰ باب رسیده است. این مجموعه هتل های زنجیره ای با داشتن ۱۱ هتل در ترکیه و ۱۹ هتل در کشورهای دیگر، در مجموع برای ۸۵۰۰ نفر اشتغال زایی کرده و درآمد سالانه آن از ۳۰ شعبه، بیش از ۵۰۰ میلیون دلار است .

اقامتگاه و هتل ها

در یک جمع بندی نهایی باید اشاره کرد امروزه صنعتی شدن، زندگی شهری و شرایط سخت کاری بیش از پیش بر اهمیت سفرهای تفریحی برای مردم در سراسر جهان افزوده است؛ بی شک در این شرایط، گردشگران به دنبال به دست آوردن حداکثر آسایش، امکانات رفاهی و بهترین وضعیت اسکان در سفر خود هستند.

به همین جهت ایجاد زیر ساخت های اسکان مناسب گردشگران و ایجاد شرایط مطلوب یکی از الزام های جذب گردشگر در هر کشور است. به بیان دیگر افزایش شمار گردشگران ورودی در گرو تامین تسهیلات، ایجاد شرایط لازم برای اقامت و پذیرایی مطلوب و شایسته است؛ از این رو بی جهت نیست که سرمایه داران و سرمایه گذاران در کشورهای پیشرفته ی دنیا به صنعت ساخت، تجهیز و اداره ی هتل توجه ویژه ای دارند.

حوزه خدمات مشاوره ای

ارائه خدمات مشاوره مدیریت یکی از راهبردهای اصلی در حمایت و پشتیبانی از سازمان ها و بنگاه های اقتصادی بوده و از عناصر اصلی پشتیبانی کسب و کار است که در راستای توسعه تکنولوژی مدیریت در صنعت گردشگری به دنبال حل مسایل تعالی، شناسایی چالش ها و فرصت های جدید پیش رو، ایجاد تغییرات لازم و ارتقاء یادگیری در واحد بوده و هدف آن در مجموع تقویت قابلیت ها و دانش در سطح صنعت گردشگری میباشد .

از جمله زمینه های مشاوره ای می توان به موارد زیر اشاره کرد :

- مشاوره تاسیس ، راه اندازی و پشتیبانی کلیه امور مرتبط با صنعت گردشگری
- طرح های تحقیق و طرح های توجیهی در قالب خدمات گردشگری
- بازاریابی و بازار سازی محصولات و خدمات گردشگری
- تکنیک های توسعه و فروش، توسعه فروش خدمات گردشگری
- تکنیک های خروج از رکود دفاتر مسافرتی
- معرفی استارت آپ های گردشگری
- معرفی مدیر عامل و فنی الف و ب واجد شرایط
- چارت بندی و شرح وظایف کارکنان
- بازار یابی و بازار سازی محصولات و خدمات گردشگری
- توسعه و فروش محصولات و خدمات گردشگری
- نرخ گذاری و پکیج بندی محصولات سفر
- ارایه و راهکار های خدمات گردشگری با بروز ترین و جدید ترین روش خروج از رکود دفاتر خدمات مسافرتی
- امور مالیاتی و ثبتی مربوط به خدمات گردشگری
- آموزش پکیج بندی و قیمت گذاری بسته های سفر در خصوص تور های ورودی به ایران
- واگذاری بهترین دامنه های مرتبط با صنعت گردشگری

حوزه راهنمای گردشگری

اگر شما توانایی خوبی در برقراری ارتباط با عموم مردم داشته و به تاریخ و هنر علاقه زیادی دارید، این شغل مناسب شماست .

به طور کلی هر راهنمای تور باید دارای سه شرط مهم باشد :

۱- دارا بودن معلومات جامع جهانگردی : هر راهنمای تور باید دارای اطلاعات و دانش کافی از تاریخ، سابقه ی صنعت جهانگردی، اوضاع طبیعی و عوامل جغرافیایی، شناخت تمدن و فرهنگ ملت ها، معماری، مذهب، جامعه شناسی، منطقه و ملل، قوانین و مقررات وابسته، معلومات عمومی، اقتصاد، سیاست، شناخت کافی نسبت به کشور میزبان و... باشد. احاطه ی کامل راهنمای تور به معلومات مزبور، نه تنها سهولت اجرای برنامه های بازدید جهانگردی را فراهم می سازد، بلکه او را در نگاه جهانگردی یا افراد گروهی که او راهنمایی آنها را به عهده دارد، صاحب شخصیت و محبوبیت خاصی می کند .

۲- صلاحیت های تخصصی : این نوع صلاحیت ها به شرح زیر می باشد :

- دانش تخصصی زبان و آگاهی از واژه های گوناگون زبانی

- مهارت های ویژه ارتباطی و دانش و روش های مرتبط با هنر راهنمایی تور

- تفسیر عمیق و بیان کلی محیط

راهنمای گردشگری

۳ - خصوصیات اخلاقی و رفتاری مطلوب : هر راهنمای تور علاوه بر اطلاعات جهانگردی و صلاحیت‌های تخصصی باید دارای یک رشته خصوصیات اخلاقی نیز باشد تا او را قادر به اجرای برنامه‌ی بازدیدها نماید. این خصوصیات اخلاقی را می‌توان شامل موارد زیر دانست :

قدرت راهبری و مدیریت / ادب و تواضع / رفتار صحیح و مناسب / آشنایی کامل با آداب معاشرت و اصول روابط اجتماعی / دارا بودن ظاهری آراسته، تمیز و مرتب / قدرت بیان / احساس مسئولیت / دقت کامل و توجه به خواسته‌های دیگران / رعایت بهداشت فردی و محیطی / تلاش فراوان در جهت رفع مشکلات پیش آمده / وقت شناسی ، سرعت عمل و سرعت انتقال .

راهنمای تور مسافرتی باید حافظه خوبی در به یاد سپاری اطلاعات تاریخی ، رویدادها ، حقایق ، اعداد و ارقام داشته باشد. او باید توان مدیریت و سازماندهی خوبی داشته و در موارد لزوم تصمیم گیری های درستی برای گروه انجام دهد. همچنین داشتن روابط عمومی خوب و ایجاد ارتباط نزدیک و توأم با احترام با مسافران، داشتن ظاهری آراسته و مسئولیت پذیری بالا، از دیگر خصوصیات اصلی راهنمای تور است. راهنمای گردشگری در سفر باید همیشه در دسترس باشد ، بنابراین گاهی از صبح زود تا آخر شب مشغول کار است .

حجم کار او در زمان هایی از سال به خصوص تعطیلات بسیار بیشتر است . در بسیاری از موارد راهنمای تور شغلی پاره وقت برای افراد است و در کنار آن شغل دیگری نیز دارند. تنها تعدادی از راهنمایان تور هستند که به صورت تمام وقت کار کرده و از این راه تمام هزینه های زندگی خود را تامین می کنند .

راهنمای تور، زندگی خود را عمدتاً در کنار مسافران و توریست ها و اغلب در نواحی توریستی سپری می کند و اغلب در چند منطقه یا کشور دارای مهارت و تجربه های مناسب است. او معمولاً با یک آژانس مسافرتی یا برگزارکننده تور کار می کند .

حوزه تولید محتوا و عکاسی

قصد سفر داریم اما به کجا؟ مقصد را جایی انتخاب می‌کنیم که برای ما دارای ارزش خاصی باشد که بهای صرف زمان و هزینه را داشته باشد. هرچه مقصد در نظر ما ارزشمندتر باشد حاضریم وقت و هزینه بیشتری برای دیدن آن صرف کنیم. اما این ارزش چگونه و از کجا در ذهن ما شکل می‌گیرد؟ خواندن یک داستان جذاب، دیدن یک فیلم یا کلیپ، دیدن عکس یا شنیدن خاطراتی می‌تواند ما را ترغیب به سفر برای دیدن یک جاذبه کند. این جاذبه می‌تواند یک بنا، یک منظره، یک غذا یا هر چیز دیگری باشد. چیزی که ما را علاقه مند به دیدن آن جاذبه کرده محتوایی است که در مورد آن دریافت کردیم. اولین قدم برای توسعه گردشگری، تولید محتوای جامع و کامل در مورد جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی است. اولین قدمی که ما در ایران هنوز موفق به برداشتن درست و کامل آن نشده‌ایم. هنوز در ایران موفق به تولید محتوای جذاب برای جهانیان و حتی هموطنانمان در مورد فرهنگ، طبیعت و بسیاری از موارد دیگر نشده و نتوانستیم داشته‌های ارزشمند کشورمان را به صورت شایسته معرفی کنیم.

خارجی‌ها یک ضرب‌المثل در مورد تولید محتوا دارند و آن این است که “محتوا پادشاه است”. این یعنی محتوا به شما می‌گوید که چه نگاهی نسبت به سوژه داشته باشید. محتوا به شما می‌گوید که در این مکان چقدر محتوا است که به توریست می‌گوید آماده باشد که چقدر هزینه کند. محتواها با کلیدواژه‌ها شکل می‌گیرد. کلیدواژه‌ها در سئو سایت‌ها بالا می‌آید.

ما باید بدانیم که اگر می‌گوییم شیراز منظورمان از شیراز چیست و انتظار ایجاد چه ذهنیتی در مخاطب در مورد آن داریم.

در اروپا زمانی اگر قصد داشتند در مورد برج ایفل تولید محتوا انجام دهند در مورد ارتفاع برج، میزان پیچ و فولاد به کار رفته در آن و نام سازنده آن تولید محتوا انجام می‌شد، اما الان اگر بخواهیم در مورد برج ایفل محتوا تولید کنیم به سراغ این موضوع می‌رویم که شما در چه ساعتی در کدام نقطه از پاریس می‌توانید نمای زیبایی از برج ایفل را مشاهده کنید یا اینکه در طبقه دوم برج ایفل چه چیزهایی انتظار شما را می‌کشد. اینها موضوعاتی است که حول محور چگونه تولید کردن محتوا باید بیان کنیم.

تولید محتوا و عکاسی

میلیون ها نفر از مردم جهان ، هر روز از طریق عکس از رخداد های علمی ، فرهنگی ، هنری ، ورزشی و سیاسی مطلع می شوند. تصور اینکه جهان امروز حتی لحظه ای بدون عکس و تصاویر باشد ، امری محال به نظر می رسد و این مسئله خود حکایت از ابعاد نفوذ و تاثیر گذاری عمیق این حوزه در قلمرو زندگی اجتماعی دارد . همین امر موجب شده تا عکس تبدیل به یک مدیای ارتباطی با قابلیت رسانه ای شود و توانایی فرهنگ سازی را به خود بگیرد .

در این میان گردشگری یکی از صنایعی است که موفقیت و رشد خود را در جهان به شدت متأثر از این رسانه ارتباطی است و این در حالی است که امروزه نقش این صنعت در توسعه پایدار جوامع به شدت مورد توجه قرار گرفته است . این میزان از تاثیر پذیری و اثر گذاری میان صنعت گردشگری و رسانه عکاسی در گرو عملکرد مناسب و هماهنگ عوامل متعددی است که منجر به توسعه گردشگری به عنوان یکی از مظاهر توسعه پایدار خواهد شد و پیشرفت اقتصادی ، اجتماعی و سیاسی دستاورد این فرآیند خواهد بود . در جهان امروز عکاسی تبلیغاتی جزو پر طرفدارترین مشاغل هنری محسوب می شود که خود حاکی از قابلیت این رسانه در ارتقای گردشگری پایدار است .

در پایان این قسمت باید گفت که ضروری است با یک برنامه ریزی صحیح و کارشناسانه از قابلیت های فناوریانه عکاسی در این صنعت بهره برد . زیرا اگر جذاب ترین جاذبه های گردشگری را در اختیار داشته باشیم و در صدد ایجاد توسعه ای پایدار مبتنی بر این صنعت باشیم اما از قدرت رسانه در این حیطه استفاده نکنیم ، بدون شک اقدامات و فعالیت هایمان به نتیجه مطلوب نخواهد انجامید .

حوزه خدمات کرایه ای

حوزه کرایه و اجاره ، گستره وسیعی از خدمات و کالاها را در صنایع مختلف از جمله گردشگری شامل می شود . ما در این بخش قصد داریم به طور خلاصه به معرفی دو مورد که بیشترین اهمیت را دارند پردازیم یعنی اجاره خودرو و اجاره محل اقامت .

یکی از اصلی ترین بخش ها در سفر مسئله اقامتگاه است . در بسیاری از مناطق جهان اجاره اتاق و محل سکونت به گردشگران رواج دارد . این امر علل متعددی از جمله ، کاهش هزینه ها ، نبود هتل و اقامتگاه های رسمی به تعداد کافی و ... دارد . در این بین یکی از موفق ترین کسب و کارها در این زمینه استارت اپ ایر بی اند بی است .

ایر بی اند بی استارت آپ با ارزش یک میلیارد دلار است که در حیطه اجاره محل های سکونتی فعالیت هایی دارد و هیچکدام از این محل ها متعلق به ایر بی اند بی نیست . در حقیقت این اسارت اپ نقش واسطه را بازی می کند و صاحبان محل های سکونتی را به گردشگران معرفی می کند .

گردشگران با عضویت در این سامانه و انتخاب مقصد خود می توانند مکان های مسکونی ، قیمت ، تصویر و هر آنچه در سایت ارائه شده است را ببینند و در صورت رضایت اقدام به رزرو نمایند .

در واقع ایر بی اند بی موقعیتی را ایجاد کرده که مردم ، محل های سکونتی را که بی استفاده مانده با قیمت مقرون به صرفه در اختیار گردشگران قرار دهند و با این کار به درآمد برسند .

در حوزه خدمات اجاره خودرو نیز تنوع زیادی وجود دارد . از نوع و مدل خودروها گرفته تا مدت زمان اجاره و حضور یا عدم حضور راننده و

صنعت خودروهای اجاره ای یکی از بخش های مهم مسافرت با خودرو است که رشد آن همراستا یا حتی بیش تر از مسافرت هوایی بوده است . امروزه در عظمت کسب و کار خودروهای اجاره ای و تاثیر آنها در شکل گیری ترکیب سفر هیچ تردیدی وجود ندارد .

حوزه سوغات و صنایع دستی

سفر با گشت و گذار در طبیعت ، بازدید از بناهای تاریخی ، شکم‌گردی در رستوران‌های محلی و خرید سوغاتی تکمیل می شود .

افراد زیادی هستند که از سفرهایشان یادگاری‌های زیادی دارند و از هر شهری که رفته‌اند یکی از صنایع دستی آنجا را به‌عنوان یادگار سفر خریده‌اند .

در تعریف صنایع دستی می‌توانیم بگوییم مجموعه‌ای از هنرها و صنعت‌هایی است که به وسیله دست و ابزارهای دستی ساخته می‌شوند و مواد اولیه آن‌ها را مواد بومی و محلی تشکیل می‌دهند. مهم‌ترین اصل در ساخته شدن صنایع دستی هنر، ذوق و خلاقیت هنرمندان و استادکاران رشته‌های مختلف است که باعث می‌شود نمونه‌های دست‌ساز ارزش بیشتری نسبت به نمونه‌های ماشینی و کارخانه‌ای داشته باشند .

هنر و ظرافت محصول تولید شده هنرمندان ایرانی باعث شده است که آوازه سوغات و صنایع دستی ایران در جهان بیچد و افراد زیادی از کشورهای دیگر از صنایع دستی ایران برای تزیین خانه‌هایشان استفاده کنند.

کشور ایران با قدمت زیاد در صنعت دستی و قرار گرفتن در رتبه سوم تنوع صنایع دستی دنیا آن طور باید هنوز نتوانسته نقش راهبردی خود را در توسعه ایفا کند .

کارشناسان معتقدند بازاریابی و فروش از اصول مهم در هر عرصه ای به ویژه صنایع دستی است که اگر این مهم وجود نداشته باشد، تلاش و قدمت هنر صنایع دستی و هنرمندان این بخش ناقص است .

سوغات و صنایع دستی

نقش صنایع دستی در توسعه

- بالا بردن سطح اشتغال با هزینه های بسیار کم
- ازدیاد درآمد سرانه ملی
- جذب گردشگران خارجی و توسعه صنعت گردشگری
- ارز آوری مناسب به واسطه صنایع دستی
- تاثیر مثبت در توسعه کالا های غیر نفتی
- ترویج صنایع دستی به عنوان سفیر فرهنگی ایران

راهکار های توسعه صنایع دستی

- برگزاری نمایشگاه های دائمی و فصلی در مناسبت های مختلف
- تشویق و حمایت از صنعتگران و گسترش آموزش آنها جهت بهبود کیفیت صنایع دستی
- تاسیس فروشگاه های دائمی صنایع دستی
- ایجاد کارگاه های تولیدی نمونه صنایع دستی
- شناسایی مراکز تولیدی صنایع دستی و هدایت گردشگران به آنجا جهت معرفی محصولات
- تقویت و گسترش کارگاه های خانگی
- تاسیس مراکز آموزشی حرفه ای در رشته های مختلف صنایع دستی
- خرید و بازاریابی محصولات تولید شده توسط موسسات و نهاد های ذیربط
- احیاء برخی از صنایع دستی منسوخ شده
- تهیه و انتشار کاتالوگ و بروشور معرفی صنایع دستی
- تهیه مواد اولیه ارزان برای صنعتگران توسط نهاد های مرتبط

حوزه رستوران و غذا خوری ها

یکی از مهم ترین و اساسی ترین پایه های صنعت گردشگری در هر کشوری موضوع تامین غذای گردشگران داخلی و خارجی در مکان هایی آرام و مفرح است که ما آنها را با نام غذاخوری یا 'رستوران' می شناسیم .

گردشگری غذا در واقع نمایانگر آداب و رسوم و فرهنگ هر کشوری است و برای گردشگرانی که از نقاط مختلف جهان به کشورهایی با فرهنگ و سنت های غذایی متفاوت سفر می کنند، دارای جذابیت است.

غذا یکی از حامل های اصلی فرهنگ هر جامعه است. اگر هدف گردشگران را آشنایی با فرهنگ هر منطقه بدانیم؛ باید از غذای منطقه به خوبی در این مورد کمک بگیریم .

این روزها صرف غذا در رستوران ها و غذاخوری ها خود به یکی از فعالیت های گردشگران حین اقامت در مقصد بدل شده است و چشیدن طعم های جدید و نامتعارف، بخشی از ماجراجویی در سفر را برای گردشگران رقم می زند . جذابیت طعم های تازه و خوشمزه تا حدی است که برای برخی از گردشگران به تنها دلیل بازگشت دوباره به یک مقصد تبدیل می شود و برای برخی دیگر، اصلی ترین دلیل انتخاب یک مقصد . گردشگری غذا بر پایه همین علاقه مندی و حس کنجکاوی شکل می گیرد. به هر دلیل و انگیزه ای که برنامه یک سفرچیده شود غذا و تغذیه یکی از ارکان مهم گردشگری به شمار می رود . چنان چه در خاطره دراز مدت ما خاطره نامطلوبی از یک سفر به دلیل نامطبوع بودن طعم غذا ایجاد شود می تواند محدودیت هایی را در انتخاب دوباره محل گردشگری ایجاد کند. ترکیب خاطرات خوب از محل با طعم غذاها معمولا یادگاری است که ما از سفر با خود همراه می بریم. بخش های مختلف از مواد اولیه تهیه غذا تا روش پخت، سرو و مصرف غذا ارتباط تنگاتنگی با فرهنگ و به خصوص فرهنگ عامه هر منطقه دارد. لذا برگزاری جشنواره های غذاهای محلی نیز فرصت مغتنمی است برای روستاییان و آشپزهای محلی تا هنر آشپزی خود را در

رستوران و غذا خوری ها

حضور مخاطبان بیشتری عرضه و بازاریابی کنند. از این جهت گردشگری غذا می تواند با ایجاد شغل و درآمد برای جوامع روستایی به توسعه آنها کمک کند.

جستجو و لذت بردن از غذا و نوشیدنی در سفر، نوعی گردشگری است. به همین دلیل، دور از ذهن نیست که گردشگری غذایی هم به یکی از زیرمجموعه های مهم صنعت توریسم و گردشگری تبدیل شود. هم اکنون گردشگری غذا یکی از پردرآمدترین گونه های گردشگری در جهان به شمار می رود و سهم غذا در صنعت گردشگری جهان ۳۰۰ میلیارد دلار برآورد می شود. ایران با دو هزار و ۵۰۰ نوع غذای سنتی، یکی از غنی ترین سفره های جهان را دارد و می تواند از آن در توسعه صنعت گردشگری استفاده کند.

ایران با داشتن تنوع غذایی و پیشینه ی درخشان در امر آشپزی و طبخ غذا، می تواند جایگاه مناسبی در این عرصه داشته باشد و به پشتوانه ی همین پیشینه ی درخشان با معرفی غذاهای ایرانی به جذب گردشگران، مسافران و جهانگردانی که علاقه مند و مشتاق برای تجربه ی چیزهای جدید هستند، پردازد.

البته نباید از این حقیقت نادیده گذشت که مناطق مختلف ایران همه ساله شاهد برگزار جشنواره های غذاست، اما تبدیل شدن این رویدادهای فرهنگی به جاذبه گردشگری غذا، نیازمند برنامه ریزی و مدیریت منسجمی است که تاکنون آن چنان که باید، ندرخشیده است.

از سوی دیگر صنعت رستوران داری به عنوان یکی از اضلاع حیاتی صنعت گردشگری و زیربنای توسعه «گردشگری غذا» نیز در کشورمان همگام با جهان پیش نرفته، به گونه ای که برخی از کارشناسان این حوزه معتقدند بیش از ۵۰ درصد رستوران ها به دلیل ضعف مدیریت و ناآشنایی با اصول مشتری مداری موجب ریزش مشتریان خود می شوند.

گاهی "غذا" انگیزه گردشگر از یک سفر است و کشور ما ایران مطبخ خانه ای به بلندای تاریخ دارد و باید نشان دهیم که در بازاریابی این صنف نیز همانقدر قدرت داریم.

زمانی که یک گردشگر و مشتری از آداب و خدمات ارائه شده در یک رستوران رضایت داشته باشد، به عنوان جایگاه صنعت. یک سفیر آن مجموعه را تبلیغ خواهد کرد، از این رو آداب رستوران داری بسیار اهمیت دارد رستوران داری در توسعه گردشگری و جذب توریست، ارتقاء سطح آموزش همگام با سطوح بین المللی،

رستوران و غذا خوری ها

یادآوری جایگاه حقیقی فرهنگ غذایی و آداب و رسوم آن در ایران و هم اندیشی در مورد، جای خالی غذاهای سنتی و فراموش شده در منوی رستوران ها، ایجاد راهکارهای جدید و هرچه آسان تر برای ارتباط متقابل مشتریان با رستوران ها، دیجیتال مارکتینگ و اهمیت استفاده از آن در رستوران داری، اهمیت ارتباط مستقیم رستوران داران با مدیران صنایع غذایی و تولیدکنندگان و اهمیت برندسازی در صنعت رستوران داری از محورهای اصلی موفقیت در مسیر «گردشگری غذا» است .

حوزه رزرواسیون و بلیط فروشی و برگزاری تور های گردشگری

در این بخش می خواهیم به یکی از مهمترین ارکان صنعت گردشگری یعنی آژانس های مسافرتی بپردازیم. امروزه جایگاه و نقش آژانس ها در حوزه سفر بر کسی پوشیده نیست ، هر چند که تا سال های آینده ، به دلیل فراگیر شدن و توسعه تکنولوژی و گسترش خدمات دیجیتال در بخش های مختلف ، امکان کاهش محبوبیت آژانس های مسافرتی دور از ذهن نخواهد بود . فعالان این حوزه چنانچه می خواهند همچنان سهم خود از بازار را حفظ کنند ، باید خود را با روند تکنولوژی و دنیای کسب و کار های نوین بروز نمایند .

از مهمترین خدمات آژانس های مسافرتی می توان به فروش بلیط های قطار ، هواپیما و ... و همچنین برگزاری تور های مختلف گردشگری اشاره کرد که آژانس ها با توجه به نوع مجوزی که دارند (بند الف - بند ب - بند پ) فعالیت می کنند .

در دهه های قبل در هیچ صنعتی، تعدد زیاد و به صورت امروزی وجود نداشت و حتی یک کارگاه یا کارخانه تولیدی تازه تأسیس شده نیز در سطح مطلوب و قانع کننده ای، مشتری های خود را داشت. در آن زمان وجود تبلیغات گسترده، بازاریابی و تربیت افراد ماهر در فروش ضروری به حساب نمی آمد، مگر برای معرفی اولیه و اعلام وجود، کسب سود بیشتر و یا حضور در بازارهای بین المللی .

می باشند که خدمات متنوعی را به مشتریان آژانس های مسافرتی از مهمترین بازیگران صنعت گردشگری بخش گردشگری عرضه می کنند. این خدمات شامل برنامه های حمل و نقل، بسته های گردشگری، خدمات بیمه و اقامتگاه می شود. آژانس های مسافرتی بیشترین استفاده را در صنعت گردشگری دارند. یک آژانس مسافرتی بابت فروش هر یک از محصولات کارمزدی را دریافت می کند که میزان این کارمزد به نوع محصول فروخته شده بستگی دارد. ارائه پکیج های تعطیلاتی با انقلاب صنعتی و ساخت ریل های قطار شروع شد. در جولای ۱۸۴۱ توماس کوک، کابینت سازی که عضو کلیسای پروتستان بود، برای سفر یک گروه ۵۰۰ نفره از شهر لیستر به شهر لافبورو بلیط قطار رزرو کرد .

رزرواسیون ، بلیط فروشی ، برگزاری تور های گردشگری

آژانس های مسافرتی ۴ وظیفه متمایز درباره سیستم توزیع شرکت دارند که عبارت اند از :

شبکه توزیع و فروش :

آژانس های مسافرتی نقشی کلیدی در توزیع و فروش محصول یک شرکت، با عنوان سیستم توزیع غیرمستقیم دارند. آژانس های هواپیمایی ضرورتاً به عنوان واسطه فروش تورهای گردشگری عمل می کنند که فروشندگان و خریداران محصولات مسافرتی را گرد هم می آورند. این آژانس ها به شبکه گسترده ای از تولیدکنندگان و مشتریان دسترسی دارند و قادرند تعامل بین مشتریان و تولیدکنندگان را به واسطه شناخت نیازهای هر گروه تسهیل کنند .

رزروها و فروش بلیت :

رزرو کردن و سفارش بلیت دو نقش سنتی تر آژانس های مسافرتی می باشند. آژانس های مسافرتی با استفاده از سیستم های توزیع جهانی مانند گالیئو، اباکوس یا سیبر می توانند رزروهای بسیاری را برای مکان های مختلف در جهان ثبت کنند. با این حال، با ورود سیستم های مسافرتی بدون بلیت در دهه ۹۰ میلادی ، نقش آژانس های مسافرتی در صدور بلیت ها (به ویژه بلیت های هوایی) به تدریج در حال کم رنگ شدن می باشد .

ارائه اطلاعات و مشاوره مسافرتی :

آژانس های هواپیمایی گنجینه ای از اطلاعات را در اختیار خود دارند. آن ها دانش گسترده ای از مقاصد گردشگری دارند و آماده ارائه مشاوره به مسافران بی تجربه هستند. آژانس های مسافرتی می توانند کمک بسیار بزرگی به مشتری بکنند؛ فرقی ندارد که مشتری به دنبال پروازی سریع در سراسر کشور باشد یا این که قصد داشته باشد به سفری بزرگ به سراسر جهان برود .

رزرواسیون ، بلیط فروشی ، برگزاری تور های گردشگری

طرح برنامه های مسافرتی فردی :

ماهیت فردی کار آژانس های مسافرتی باعث می شود آژانس های مسافرتی برداشتی دقیق از نیازهای مسافرتی مشتری داشته باشند. با شناخت نیازهای خاص یک مشتری، آژانس ها می توانند یک برنامه سفر شخصی را ارائه دهند. آژانس های مسافرتی می توانند ترانسفر، محل اقامت، بیمه، فعالیت ها و تورها را با نیت برآورده کردن نیازها و توقعات خاص مشتریان ترتیب دهند.

با وجود مزایایی که آژانس های مسافرتی به سیستم توزیع عرضه می کنند، ورود ابزارهای توزیع جدید و ارزان تر مانند اینترنت، نقش آتی آژانس های مسافرتی را در هاله ای از ابهام قرار داده است. به همین دلیل، تعداد زیادی از آژانس های مسافرتی جهت حفظ جایگاه خود در بازار گردشگری به دنبال راهبردهای جایگاه سازی جدید هستند. در دهه گذشته، بیشتر خطوط هوای پیمایی کارمزد های پایه آژانس های مسافرتی را حذف کردند، بنابراین، بسیاری از آژانس ها هزینه خدمات را از مشتریان دریافت می کنند. در گذشته، آژانس های مسافرتی ۱۰٪ از میزان فروش بلیت های خطوط هوایی را دریافت می کردند و به طور تقریبی یک سوم از هزینه آژانس از فروش بلیت های زمان بندی شده تعرفه ای تأمین می شد. آژانس های مسافرتی علاوه بر دریافت هزینه از مشتریان به دنبال روش های دیگری برای جبران کارمزدهای پرداخت نشده توسط خطوط هوایی هستند. این روش ها شامل فروش پکیج تورها، سفر با کشتی های بزرگ یا کروزها و تمرکز بر ارائه تخصص خود می شوند.

یکی از اصلی ترین و مهمترین مهارت های فروش در دنیای امروز ، درک خریدار و هدف او از خرید است .

این موضوع در صنعت گردشگری یعنی درک مشتری و منظور او از سفر یا گردش. هنگامی که مسافر یا گردشگر به دفتر مسافرتی شما مراجعه می کند شما باید بدانید که مسافر به دنبال چه نوع مسافرت یا گردش است ؛ بدانید چه می خواهد و دوست دارد چه چیزهایی را تجربه کند؛ به دنبال هیجان است یا آرامش؛ بسیاری از کسب و کارها با همین ترفند ساده رونق می گیرند .

رزرواسیون ، بلیط فروشی ، برگزاری
تور های گردشگری

شما باید بدانید :

گردشگر به چه وسیله‌ی ترابری بیشتر علاقه دارد ؟

خدمات مورد انتظارش از وسیله نقلیه چیست؟ (آسایش و اسکان در طول حضور در وسیله، سرو غذا، تماشا کردن تلویزیون یا فیلم ویدیویی و ...)

هدفش از مسافرت چیست؟ (کسی که سفر کاری می‌کند معمولاً به دنبال سریع‌ترین راه رسیدن به هدف می‌باشد درحالی‌که یک گردشگر یا مسافر تفریحی می‌خواهد از لحظه آغاز سفرش و همچنین در طول مسیر لذت ببرد و عجله‌ای برای رسیدن به هدف ندارد .)

گردشگر مجموعه انتظاراتی دارد و وظیفه‌ی دفاتر مسافرتی و متصدیان فروش و برگزارکنندگان تورها این است که نیازهای او را فراتر از انتظاراتش برطرف کنند . این درواقع تعریف رضایت مشتری است .

حوزه تفریحات و جاذبه های گردشگری

در دنیای امروز ، صنعت گردشگری به اندازی اهمیت پیدا کرده است که بسیاری از کشور ها حتی اگر دارای جاذبه های طبیعی، تاریخی و فرهنگی نباشند ، می توانند با خلق برخی جاذبه ها در قالب جاذبه های دست ساز و مصنوعی به منظور افزایش مدت زمان حضور گردشگر در کشور مقصد به بسیاری از معیار های رشد اقتصادی از جمله اشتغال ، توسعه ، ارتقای سطح زندگی و ... کمک کنند، چرا که این صنعت به عنوان سومین صنعت درآمد زا در دنیا و یکی از روش های کسب درآمد ارزی به شمار می رود و روز به روز بیشتر مورد توجه قرار می گیرد ، که در این میان حضور گردشگران خارجی به دلیل ارزآوری و نقش آن در توسعه اقتصادی اهمیت بسیار بیشتری دارد .

مجمع جهانی اقتصاد برای سومین سال متوالی ، ایران را به عنوان مقرون به صرفه ترین مقصد گردشگری در جهان برای گردشگران خارجی معرفی کرد. این مجمع در گزارش شش ماهه خود اعلام کرد ایران در زمینه هزینه های گردشگری، ارزان ترین مقصد گردشگری جهان است و سفر به کشورهایی مانند مصر، مالزی، روسیه، ترکیه، یونان، اسپانیا، ایالات متحده، فرانسه و ایتالیا پرهزینه تر از ایران است. در انتهای این فهرست نام ۱۰ کشور پرو، استرالیا، دانمارک، سنگال، نروژ، ایسلند، باربادوس، انگلیس و سوئیس آمده است که گران ترین مقاصد گردشگری محسوب می شوند. در تهیه این فهرست، هزینه های گردشگری از جمله قیمت بلیت، مالیات، نرخ سوخت، قیمت هتل، نرخ خدمات و بهای مواد غذایی در نظر گرفته شده اند .

ایران به دلیل پیشینه تاریخی، تنوع جغرافیایی، قومی و فرهنگی، دیدنی های متنوعی دارد که بازدید از آن ها می تواند حس کنجکاوی گردشگران و جهانگردان را ارضا کند و ستایش آنان را برانگیزد. هر مسافر با هر انگیزه به ایران سفر کند، می تواند مطابق اهداف، ذوق و برنامه خود، دیدنی های مورد نظرش را در ایران بیابد. آثار تاریخی بازمانده از دوره های مختلف استقرار انسان در فلات ایران به موازات چشم اندازهای طبیعی متنوع کرانه ای ، کوهستانی ، بیابانی و کویری ، در آمیزش و ترکیبی هماهنگ با بناهای تاریخی و میراث مذهبی و فرهنگی ، انگیزه های قدرتمندی برای دیدار از ایران است . فرهنگ باستانی ایران که نمودهای آن

تفریحات و جاذبه های گردشگری

در قالب میراث های تاریخی معماری جاودانه شده ، دیدنی های بسیاری را فراهم آورده است. آثار تاریخی تخت جمشید، پاسارگاد ، شوش ، همدان، کرمانشاه، سیراف و بسیاری دیگر از کانون های باستانی تمدن ایرانی ، انگیزه کافی برای دیدار از سرزمین باستانی ایران به وجود می آورند .

محیط طبیعی با بیش از ۲۸۰۰ کیلومتر کرانه و مرز آبی و همین طور کوهستان های بلند البرز و زاگرس ، امکان بالقوه استراحت و فراغت و کشف ناشناخته ها را برای دوستداران طبیعت فراهم می کند. سواحل دریای مازندران در شمال و سواحل و جزیره های خلیج فارس و دریای عمان در جنوب ایران ، قابلیت های بسیاری برای استفاده گردشگران در فصول مختلف سال دارند . جزیره های زیبایی مانند کیش، قشم و هرمز با کرانه ها و بریدگی های مناسب و آفتاب مطبوع، حتی در فصل زمستان، استراحتگاه مناسبی برای گردشگران ایرانی و خارجی محسوب می شود .

کوهستان ها و دامنه های ایران، به موازات ارزش اقتصادی برای کوچ نشینان دامدار، اقامتگاه بیلاقی شهرنشینان و روستاهای جلگه ای گرمسیر در فصل تابستان هستند و در فصل زمستان نیز تفرجگاه خوبی برای علاقمندان به ورزش های زمستانی به شمار می روند و کوه ها و قله های آن ها مورد توجه کوهنوردان است.

ناحیه های کویری ایران نیز دارای جاذبه های جالب توجهی است. در این نواحی هنوز بقایای کاروان سراها و آب انبارهای قدیمی پابرجاست. چشم انداز طبیعی کویر با ماسه های روان، دشت های سنگی، کویرهای نمکی، رودهای شور و واحه های بزرگ و کوچک در فاصله های دور و نزدیک از یکدیگر، طبیعتی خشک اما جذاب ارائه می دهد که در آن، خشکی و لطافت در کنار هم نمایان می شوند .

ضمیمه

مشکلات و معضلات صنعت گردشگری ایران

اکنون که با بسیاری از فرصت های ارزشمند در حوزه صنعت گردشگری ایران آشنا شدیم ، توجه به برخی کمبود ها و کاستی ها نیز خالی از لطف نمی باشد .

اصلاح تصور ذهنی گردشگران برای سفر به ایران / فقدان شعارمحوری برای گردشگری کشور / فقدان نماد گردشگری کشور / نبود برنامه ریزی مشخص برای حضور در نمایشگاه های بین المللی گردشگری / فقدان طرح جامع گردشگری کشور / نداشتن تقسیم بندی و بازارهای هدف گردشگری و تمرکز روی این بازارها در اقدامات ترویجی / حل نشدن موضوع لغو روایید برای گردشگران بازارهای هدف / تسهیل نکردن شرایط صدور روایید برای گردشگران خارجی و کاهش قیمت روایید، بخصوص برای شیعیان / حضور فعال نداشتن در رسانه های تصویری بین المللی / نداشتن سایت چند زبانه ی گردشگری برای معرفی ایران / نبود اقلام تبلیغاتی مناسب / حضور غیرفعال در کنفرانس های بین المللی گردشگری و اجلاس های بین المللی منطقه ایی سازمان جهانی جهانگردی / بی توجهی به گردشگری دریایی در کشور با توجه به سواحل شمال و جنوب کشور و جزایر زیبای ایران / بی توجهی به گردشگری طبیعت (اکوتوریسم) با توجه به اقلیم های متفاوت و گونه های گیاهی و جانوری در کشور / بی توجهی به گردشگری ورزشی در کشور اعم از برگزاری مسابقات و تورهای مشوقان ورزشی / بی توجهی به گردشگری عشایری و روستایی با توجه به وجود اقوام و طوایف مختلف در کشور و عدم توسعه ی روستاهای هدف گردشگری / نبود منابع انسانی متخصص در بخش گردشگری کشور اعم از دستگاه های دولتی و بخش خصوصی / عدم استانداردسازی تأسیسات گردشگری اعم از هتل ها ، دفاتر خدمات مسافرتی و تأسیسات بین راهی ، رستوران ها و سایر بخش های وابسته / نداشتن نظارت بر تأسیسات گردشگری و پایین بودن کیفیت خدمات ارائه شده / بوروکراسی شدید حاکم در رابطه با واگذاری مجوزهای تأسیسات گردشگری توسط سازمان میراث فرهنگی و سایر دستگاه های کشور / معضل کمبود سرویس های بهداشتی در مسیرهای بین راهی، شهرها و سایت های گردشگری

منابع :

- کتاب راهنمای گردشگری ایران از نرگس علی مردانی
- کتاب گنجینه اقوام ایران از محسن رستمی
- کتاب گردشگری ورزشی از عباس جوان
- کتاب توسعه صنعت گردشگری از مجتبی نیک رهی
- کتاب سفر با دوچرخه از آیدین غفار نژاد
- کتاب توصیه های سفر از مسعود فیروز کوهی
- کتاب اقتصاد گردشگری ازمانی صالحی
- کتاب گردشگری پایدار از مجتبی قدیری
- کتاب درآمدی بر صنعت گردشگری از مرتضی بذرافشان
- آمار و ارقام وزارت میراث فرهنگی ، صنایع دستی و گردشگری
- آمار و ارقام سازمان جهانی گردشگری