روزنامه صبح
سیاسی، اجتماعی، اقتصادی
توسعه ایرانی

صاحب امتیاز: موسسه اطلاع‌رسانی و خبرگزاری ایلنا
مدیر مسئول: مسعود حیدری
زیر نظر شورای سردبیری
مدیر بازرگانی و روابط عمومی: مرتضی بلوکی

چاپ: کار و کارگر ۶۶۸۱۷۳۱۷
نشانی تحریریه: تهران، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه نرسیده به روانمهر، پلاک ۱۳۲
تلفن تحریریه: ۶۶۹۵۶۶۰۰(۰۲۱)
نشانی سایت: toseeirani.ir
اینستاگرام: @tosee.irani
ایمیل: toseeirani@gmail.com

کرونا؛ فرصتی طلایی برای ورود اقامتگاه‌های بومگردی به دنیای دیجیتال

«دیجیتالی‌شدن» خلاف «بومی بودن» نیست



زهرا فرمانی

همیشه ماه‌های منتهی به عید، پر از چک و وام‌هایی است که وعده می‌شوند برای بعدهای سیزنی که بسیار امیدوار کننده است؛ یعنی فروردین و اردیبهشت.

اما عید سال ۹۸ مدیران اقامتگاه‌های بومگردی قدری بدقول شدند و برخی که سال اول شروع کار شان بود دلسرد.

در شیراز و بیشتر شهرهای کشورمان شاهد سیل بودیم که نه پیش‌بینی شده بود و نه تدبیر و چاره‌ای برای آن شد. نتیجه‌اش هم میلیون‌ها تومان ضرر و زیان مالی بود برای بنگاه‌های کوچک و بزرگ صنعت گردشگری کشورمان.

و اما عید ۹۹ و های سیزنی دیگر... دسامبر ۲۰۱۹ بود که خبر از یک بیماری به‌نام کرونا ویروس، سندرم حاد تنفسی ۲ به گوش رسید و بعد سازمان جهانی بهداشت اپیدمی این بیماری را اعلام کرد و دولت‌ها در سرتاسر جهان قوانین منع عبور و مرور را به اجرا گذاشتند.

شاید کمتر کسی در ایران و حتی جهان فکر می‌کرد که این ویروس حالا حالاها میهمانمان باشد و البته کشش واکسن به درازا بکشد.

براساس اطلاعیه‌های سازمان جهانی گردشگری، صنعت گردشگری در جهان بیشترین آسیب را از این بیماری قرن متحمل شد.

سازمان جهانی گردشگری اعلام کرد به‌دلیل تأثیر چشمگیر کرونا، هر روز یک میلیون شغل در بخش گردشگری از دست می‌رود! تعطیلی گسترده هتل‌ها، تعلیق اکثر پروازهای بین‌المللی و داخلی، قطع خطوط دریایی و ممنوعیت سفرهای جهانی، همگی دارای یک اثر فاجعه‌بار دومینوگونه و سلسله‌وار هستند که شرایط شغلی تعداد زیادی از تأمین کنندگان را در سراسر جهان به خطر می‌اندازد.

این فاجعه جهانی، وضعیت معیشت میلیون‌ها انسان که زندگی خود را از کسب و کارهای گردشگری می‌گذرانند به نابودی کشانده است. از پیشخدمت گرفته تا رانندگان تاکسی، سرآشپزها، خلبانان تا پاکبانان، همگی در شرف از دست دادن شغل خود هستند.

همچنین در ایران ۹۰ درصد بانوان شاغل در دفاتر خدمات مسافرتی و آژانس‌های مسافرتی و ۱۰۰ درصد راهنمایان تور بیکار شدند، ایرلاین‌ها متضرر شدند، بنگاه‌های کوچک و متوسط، اقامتگاه‌های بومگردی و هتل‌ها تا آستانه ورشکستگی پیش رفته و برخی اقامتگاه و هتل خود را برای فروش گذاشتند، چرا که باید وام‌های خود را پرداخت می‌کردند.

اما اقامتگاه‌های بومگردی چطور می‌توانند از این وضعیت جان سالم به در ببرند؟

دیجیتالی شدن!

دغدغه هر کسب و کاری، کسب درآمد است، از طریق فروش و فروش...

در صنعت گردشگری هم بنگاه‌های کوچک و بزرگ، از اقامتگاه‌های بومگردی گرفته تا هتل‌های ۵ ستاره همه دغدغه کسب درآمد دارند.

دغدغه‌ای که راه تحقق آن فروش است، چه به هنر پیدا کردن مشتریان جدید و یا هنر جذب مشتریان قبلی و در آخر بقای بنگاه.

اقامتگاه‌های بومگردی که ظهورشان در ایران به چند دهه قبل باز می‌گردد آمدند تا با حفظ خانه‌های بومی و تاریخی هر منطقه آداب و رسوم و میراث فرهنگی گوشه گوشه این سرزمین را با ضوابطی متفاوت از اداره یک هتل حفظ کنند؛ اما نکته منفی که در بسیاری از اقامتگاه‌های بومگردی در ایران مشاهده می‌شود، عقب ماندن از دنیای دیجیتال است. آیا بازاریابی دیجیتالی یک اقامتگاه بومی و محلی با خصلت اصلی آن که بومی بودن آن است در تضاد است؟

جواب این سوال به طور واضح خیر است.

خدمات ارائه شده در این بنگاه‌های اقتصادی به روش بومی و محلی است، اما روش فروش و بازاریابی آن‌ها باید نسبت به قرن و دهه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند سنجیده شود نه شکل خدماتی که ارائه می‌دهند.

برخی اقامتگاه‌های بومگردی دیجیتالی شدن را خلاف بومی بودن می‌دانند و می‌گویند: "مسافران ما خودشان پیدایمان خواهند کرد".

اما زمان برای بازاریابی دهان به دهان کمی دیر شده است!

امروزه هر کسب و کار، چه کوچک و چه بزرگ بدون توجه به خدمات یا کالایی که تولید می‌کند دارای یک نام و لوگو است که در ذهن مشتری ماندگار می‌ماند.

یک لوگو که با فعالیت‌های دیجیتال مارکتینگ تبدیل به برند می‌شود و این قدرت برند است که تعیین کننده تمایل خریداران جدید از این بنگاه می‌شود.

در دنیای امروزی، تلاش‌ها بر سر قدرت برندهاست و همین امر باعث شده آموزش‌های آنلاین و دیجیتالی و دیجیتال برندینگ و دیجیتال مارکتینگ و یا مسائلی همچون سئو مطرح شوند.

کرونا تعطیلی اجباری را به همه کسب و کارها تحمیل کرده، اما تفاوت چشمگیر آن در صنعت گردشگری با بقیه کسب و کارها خاموشی کامل چراغ گردشگری است.

حال براستی چه باید کرد؟

ویروس کرونا و وضع قوانین منع رفت و آمد توسط دولت‌ها و خدمات‌دهی غیرحضوری کسب و کارها همه دست به هم داده و باعث رشد بیش از پیش دنیای دیجیتالی اطرافمان شده، طعم جدیدی که جهانیان آن را مزه مزه کرده‌اند و آنطور که به نظر می‌رسد در پساکرونا هیچ‌کس رغبت بازگشت به عقب را ندارد و بنگاهی برنده است که گام در دنیای دیجیتالی شدن بگذارد و گوی سبقت را از بقیه رقبا برباید.

هویت بی نام و نشان برای برخی اقامتگاه‌های بومگردی که در محله و منطقه خود سرشناس هستند در ایران یک امر عادیست. اقامتگاهی را تصور کنید که مسافرش طلب وب سایت برای بازدید از اتاق‌ها می‌کند و در جواب این جمله تکراری را می‌شنود: ما اقامتگاه بومگردی هستیم!

عکس‌های ۳۶۰ درجه و یا اکانت‌های کاربری در دنیای مجازی و بین‌المللی در حیطه گردشگری پیشکش!

حال با تمام این اوصاف باید این امر مهم برای اقامتگاه‌های بومگردی روشن شده باشد، اگر نه بازنده کسی نیست جز بومگردی‌هایی که دیجیتالی شدن را مخالف با بومی بودن می‌دانند.

برای ورود به دنیای دیجیتال چه کنیم؟

اقامتگاه‌های بومگردی هر کدام فلسفه وجودی خود را دارند، از نوع اقامتگاه و معماری‌اش گرفته تا تزئین و نوع خدمات‌دهی، نوع غذا، آداب و رسوم، گویش، پوشش و خوراک و....

این همه تفاوت را چطور باید به گوش جهانیان رساند؟

هر اقامتگاه بومگردی نیازمند نامی است که از هویت تاریخی آن وام گرفته شده باشد و آغازی برای برندی که در آینده او را از هزاران هزار اقامتگاه دیگر متمایز می‌کند.

سایت آن هم نه فقط به زبان فارسی بلکه حداقل به زبان انگلیسی با تولید محتوایی هدفمند و تولید محتوایی که ارزش گذاری شده و به بیان حقایق و داشته‌های اقامتگاه در بهترین حالت ممکن دست می‌زند.

عکس‌هایی واقعی از آنچه هستیم و آنچه داریم اما واقعی، چرا که مخاطب به محض ورود به صداقت شما پی خواهد برد و آن را به تمام رفتار و کردار شما تعمیم خواهد داد.

حال زمان حضور این نام با نشان در صفحات جامعه مجازی رسیده چه داخلی و چه بین‌المللی و سایت‌هایی رزواسیون داخلی و بین‌المللی که بتوانند نسبت به رزو شما اقدام کنند.

تعطیلات اجباری کرونا به چشم بعضی آخر دنیاست؛ ولی برخی دیگر گام در مسیر دیجیتالی شدن نهاده و یا خودشان را به دست متخصصان این عرصه سپرده‌اند تا اگر در دنیای کرونایی باختند در دنیای پساکرونا، نای حضور و رقابت داشته باشند.

نکته منفی که در بسیاری از اقامتگاه‌های بومگردی در ایران مشاهده می‌شود، عقب ماندن از دنیای دیجیتال است. آیا بازاریابی دیجیتالی یک اقامتگاه بومی و محلی با خصلت اصلی آن که بومی بودن آن است در تضاد است؟ جواب این سوال به طور واضح خیر است

سفرنامه

بازدید از تنها روستای آبی ایران و امامزاده‌ای در دل البرز



آرزو احمدزاده، راهنمای طبیعت‌گردی

مدتی بود سفرهای چند روزه رفته بودیم و دلمان یک سفر یک روزه می‌خواست در همین حوالی. تابستان از نیمه گذشته بود و کم کم رو به خنکی پاییز می‌رفت و مناسب‌ترین زمان بود برای سفری یکروزه. پس به راه افتادیم. مسیری را برای رسیدن به جاده انتخاب کردیم که تقریبا مسیری میان‌بر برای کرج‌نشین‌ها محسوب می‌شود. جاده‌ای که از روستای آتشگاه در انتهای جاده باغستان به روستای نوجان و کمی قبل از آدران منتهی می‌شود. در کنار آبشار نوجان توقف کردیم و صبحانه را در کنار صدای رودخانه و غرش نرم آبشار خوردیم. بعد از صبحانه دوباره به راه افتادیم و بعد از عبور از سد کرج و یا همان سد امیر کبیر به محل پارکینگ خودروهای واریان رسیدیم. در واقع این پارکینگ حیاط هتل واریان است که سال‌ها پیش پس از آتش‌سوزی تخریب شد. روستای واریان ابتدا در جایی که اکنون بستر دریاچه سد کرج است، قرار داشت اما اهالی و ساکنان آن پس از ساخت سد به مناطق بالاتر کوچ داده شدند و بدین ترتیب بخش بزرگی از روستا زیر آب رفت و برای تردد اهالی باقی مانده روستا که با جاده اصلی فاصله داشتند، قایقی در نظر گرفتند که عبور و مرور تا حدودی میسر شود و تنها راه ارتباطی به ده واریان گذر از دریاچه سد کرج با قایق است که هر روز صبح راس ساعت مقرر به سمت روستا می‌رود و عصر بازمی‌گردد. البته تنها اهالی روستا و یا مهمانانشان اجازه استفاده از قایق را دارند و ما نیز خوش شانس بودیم و به همراه دوست واریانی‌مان عازم تنها روستای آبی ایران شدیم.



رفتن با قایق به روستایی آنطرف دریاچه شما را یاد این شعر سهراب سپهری می‌اندازد که می‌گوید: «آنسوی دریاها شهری‌ست...». ساعتی در روستای کوچک و بسیار زیبای واریان قدم زدیم و دوباره با همان قایق به محل پارکینگ خودروها بازگشتیم. دوباره سوار ماشین شدیم و به سمت مقصد بعدی‌مان حرکت کردیم. به تابلویی رسیدیم که روی آن عبارت «امامزاده ابراهیم سپهسالار (ع)» درج شده بود و پس از طی ۳ کیلومتر به روستای زیبای تکیه سپهسالار رسیدیم. ماشین را در روستا پارک و به سمت امامزاده حرکت کردیم. گنبد امامزاده ابراهیم سپهسالار(ع) بر فراز قله صخره‌ای کوه‌های سرخ این روستا قرار دارد چنانکه این امامزاده از بلندای کوه بر روستا، اشراف دارد، نردبانی آهنی روی کوه نصب شده که مسیر زمان‌های دور به امامزاده به شمار می‌رفته است. پل چوبی زیبایی روی رودخانه روستا در حقیقت ابتدای مسیر صعود به امامزاده به شمار می‌رود و باید مسیری صعب‌العبور و با شیب زیادی را در سینه کش کوه طی می‌کردیم. نکته جالبی که در طول مسیر توجه‌ام را به خود جلب کرد رنگ قرمز خاک و صخره‌های این کوه بود که بعد از آنکه به امامزاده رسیدیم و با خادم آنجا صحبت کردیم او گفت: «به خاطر همین خاک سرخ، این کوه را «کوه سرخ علی‌اکبر» می‌نامند». یکی از ویژگی‌های جالب این امامزاده گنبد آن است که برخلاف سایر اماکن مذهبی روی ضریح قرار ندارد و به دلیل اینکه امامزاده داخل غار و در بافت کوهستانی قرار دارد، گنبد آن چند متر آن طرفتر از خود بنای امامزاده قرار گرفته است. اما از دیدنی‌های جالب این امامزاده این است که در محوطه پشت آستان مقدس آن، صخره‌ای دو تکه به ارتفاع تقریبی ۱۰ متر قرار دارد که هر ۳۰ ثانیه یکبار دو قطره آب به موازات هم از آن به پایین می‌چکد که به «صخره آب چکان» معروف است. ساعتی را در بالکن امامزاده نشستیم و آرام گرفتیم و بعد از خوردن نهار در کنار پیرمرد دوست داشتنی خادم امامزاده؛ به سمت خانه برگشتیم.

خبر

شورای جهانی سفر و گردشگری خواستار شد؛

مسافران حتما ماسک بزنند



شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC) از دولت‌ها در سراسر جهان درخواست کرد پوشیدن ماسک را برای مسافران الزامی کنند.

طبق آخرین گزارش سازمان جهانی جهانگردی (UNWTO) میزان خسارت وارد شده به صنعت گردشگری در طول پنج ماه نخست سال ۲۰۲۰ را حدود ۳۲۰ میلیارد دلار برآورد کرده است. وضعیت گردشگری به قدری بحرانی شده که دبیرکل سازمان ملل اخیرا نسبت به افت آن ابراز نگرانی کرده است. شیوع ویروس کرونا از زمستان گذشته باعث شده زندگی و معاش ۱۲۰ میلیون نفر در بخش گردشگری به خطر بیافتد.

در بسیاری از کشورها برخی شرکت‌های توریستی و هواپیمایی یا اعلام ورشکستگی کرده‌اند یا به ناچار نیروهای متخصص خود را اخراج کرده و یا به مرخصی طولانی فرستاده‌اند. «آنتونیو گوترش»، دبیرکل سازمان ملل این وضعیت را دردناک توصیف کرده و گفته که ضروری است بخش گردشگری احیا و بازسازی شود.

زوراب پولولیکاشویلی، دبیرکل سازمان جهانی جهانگردی هم به تازگی در بیانیه‌ای خسارت وارد شده به صنعت گردشگری را در پنج ماه نخست سال ۲۰۲۰ سه برابر بزرگتر از رکود اقتصادی سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ دانسته است. او خطاب به رهبران جهان گفته است: در چنین دوران سختی مردم در سراسر جهان به پشت گرمی و پیام‌های شفاف، قدرتمند و مداوم نیاز دارند.

آن‌ها به جنبش‌های سیاسی که وحدت انسان‌ها را نادیده می‌گیرد نیازی ندارند، بلکه نیازمند این حقیقت هستند که ما انسان‌ها در کنار هم قدرتمندتر هستیم و قادر خواهیم بود بر کرونا غلبه کنیم. در نتیجه کسانی که در جایگاه‌های مدیریتی هستند در گام اول بر اهمیت گردشگری در مشاغل و اعتمادسازی واقف شوند. آن‌ها باید هر کاری انجام بدهند تا بتوانند مردم را ترغیب به سفر با رعایت همه پروتکل‌هایی کنند که اکنون بخشی جدید از واقعیت‌های زندگی بشر هستند. دولت‌ها وظیفه دارند سلامت شهروندان‌شان را در اولویت قرار دهند ضمن آن که باید از مشاغل و معیشت مردم حفاظت کنند. برنامه‌های یک‌جانبه و کوته‌بینانه در بلندمدت عواقب وخیمی دارد.

دبیرکل سازمان جهانی جهانگردی گفته است: آزمایش سریع و سخت‌گیرانه در بنادر و فرودگاه‌ها و نرم‌افزارهای ردیابی می‌توانند چرخ گردشگری را دوباره به حرکت درآورند.

شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC) که تشکلی خصوصی است نیز در شرایطی که بسیاری از کشورها به سمت بازگشایی مرزها رفته‌اند، از همه مسافران خواسته از ماسک برای محافظت از خود استفاده کنند. این شورا معتقد است: استفاده از ماسک و رعایت دیگر پروتکل‌های سازمان جهانی بهداشت به بازگشت سفرهای ایمن کمک می‌کند. در عین حال از مسافران و اطرافیان آن‌ها محافظت خواهد کرد. WTTC این تاکید خود را بر گرفته از تجربه کشورهایی می‌داند که با انجام یک سری از اقدامات سریع‌تر بهبود یافته و از موج دوم کووید ۱۹ جلوگیری کرده‌اند. این کشورها استفاده از ماسک را به صورت گسترده اجرا کردند. شورای جهانی سفر و گردشگری همچنین از دولت‌ها خواسته پوشیدن ماسک را برای مسافران الزامی کنند و از حمایت‌های بخش خصوصی بهره بگیرند تا مسافران را نسبت به اجرای تعهداتی در زمینه محافظت از سلامتی خود و سایر مسافران تشویق کنند.

استفاده از ماسک، پیش از آن که چنین درخواستی مطرح شود در بسیاری از کشورهای توریست‌پذیر اجرا می‌شد، در ایتالیا و فرانسه حتی جریمه‌های نقدی برای گردشگرانی که از این قانون سرپیچی کنند، در نظر گرفته شده است. هر چند گزارش‌هایی از فرانسه منتشر شده که نشان می‌دهد توریست‌ها نسبت به اجرای این قانون در مراکز گردشگری این کشور دچار سردرگمی شده‌اند و محدوده‌های اجرای این دستور و جریمه‌های مالی تعیین شده برای آن‌ها دقیق معلوم نیست و این موضوع گردشگران را به دردسر انداخته است.

در ایران نیز طرح اجباری استفاده از ماسک به اجرا گذاشته شده است. سازمان هواپیمایی در بیانیه‌ای اعلام کرده که حضور مسافران بدون ماسک در پروازها ممنوع است. با این وجود هنوز در بسیاری از اماکن عمومی از جمله وسایل حمل و نقل و موزه‌ها، رستوران‌ها و سایر مراکز تفریحی اهرم جدی برای جلوگیری از حضور افراد بدون ماسک وجود ندارد.