«گردشگری خوراک» گامی به سوی تنوع‌بخشی محصولات و توزیع سفر در کشور

■ **معاون گردشگری وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی گفت: با شکل‌گیری ساختار گردشگری خوراک به عنوان محصول و جاذبه‌ای جدید در صنعت گردشگری کشور، گامی مهم به سوی دستیابی هدف تنوع‌بخشی به محصولات گردشگری و توزیع سفر در کشور برداشته می‌شود.**

گروه گردشگری – ولی تیموری در نشست هم‌اندیشی گردشگری خوراک که با حضور جمعی از فعالان علمی و حرفه‌ای این حوزه در محل سالن خلیج‌فارس معاونت گردشگری برگزار شد، گفت: موضوع گردشگری خوراک از چندین جنبه برای توسعه صنعت گردشگری کشور دارای اهمیت است که یکی از مهم‌ترین آنها برداشتن گامی دیگر به سوی تحقق هدف و سیاست کلی این حوزه یعنی تنوع‌بخشی محصولات و توزیع سفر به شمار می‌آید تا طبق این موضوع، گردشگری خوراک خود به عنوان جاذبه‌ای جدید سبب هدایت گردشگران به سوی مقاصد متنوع و کمتر شناخته شده شود. طرح شار به معنای شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی جاذبه‌ها، محصولات و مقاصد گردشگری طی دو سال اخیر یکی از مهم‌ترین بسترهای حرکت و سیاست‌گذاری در حوزه گردشگری بوده که از سوی معاونت گردشگری دنبال شده‌است. طبق پیشبرد این طرح که با همکاری مرکز تجارت جهانی (IPC) با هدف توسعه صادرات گردشگری انجام گرفته است؛ اولویت‌های کاری طبق عرضه و تقاضای این صنعت مشخص شده است. از این رو بر مبنای برنامه‌ریزی صورت گرفته موضوع گردشگری کشاورزی و خوراک در صدر برنامه‌های مربوط به محصولات جدید قرار دارد. وی خاطرنشان کرد: طبق برنامه‌ریزی صورت گرفته حاصل از پیشبرد طرح شار، زمان پرداختن به موضوع گردشگری خوراک در نیمه دوم سال ۱۴۰۰ تعیین شده بود. پیش از این موضوع، گردشگری کشاورزی نیز با طی فرآیند اداری و عملیاتی به عنوان محصول جدید معرفی و بسیار مورد توجه قرار گرفت. از این رو انتظار می‌رود موضوع گردشگری خوراک نیز همانند کشاورزی بتواند با توجه به محبوبیت موضوع و در نظر گرفتن بحث عرضه و تقاضا در این زمینه به سرعت به پروتکل‌های اجرایی مورد نیاز دست یابد. تیموری تصریح کرد: طبق روال کار، فرآیند و مسیر حرکت جهت ورود رسمی گردشگری خوراک به یکی از جاذبه‌ها و محصولات جدید قابل عرضه در این صنعت، ابتدا تشکیل کارگروهی متشکل از صاحبنظران، فعالان و تشکل‌های حرفه‌ای است. سپس همزمان با شکل‌گیری دبیرخانه مربوطه، تهیه سند بخشی مربوط به توسعه محصول و بازار در حوزه گردشگری خوراک انجام خواهد گرفت و بعد از آن تدوین دستورالعمل اجرایی صدور مجوزهای فعالیت در این حوزه صورت می‌پذیرد تا پس از آن با ورود بخش‌های مربتط معاونت گردشگری از جمله اداره کل آموزش یا دفتر بازاریابی و تبلیغات، همزمان اقداماتی ازجمله تعریف کارگاه‌های آموزشی و نیز تهیه بسته‌های تبلیغاتی انجام گیرد. معاون گردشگری در ادامه سایر ابعاد اهمیت موضوع گردشگری خوراک در صنعت گردشگری را برشمرد و گفت: تنوع و غنایی که در خوراک و غذاهای محلی و خانگی وجود دارد؛ در رستوران‌ها و مراکز پذیرایی رسمی مورد توجه واقع نشده است؛ از این رو پرداختن به موضوع گردشگری خوراک می‌تواند این نقیصه را به صورت جدی رفع نماید و از ظرفیت‌های متعدد آن در راستای توسعه گردشگری کشور بهره گرفته شود. تیموری افزود: در حال حاضر گرایش قابل‌توجهی هم در بعد داخلی و هم بین‌المللی به موضوع غذا و جذابیت‌های آن در حوزه گردشگری وجود دارد که این دیدگاه می‌تواند در رشد و تکامل این شاخه مهم گردشگری در کشور موثر واقع شود.

تیموری با اشاره به اینکه یکی از اقدامات پیشین که سبب حفظ اهمیت موضوع غذا در تاسیسات گردشگری شده است، لحاظ کردن این موضوع در فرآیند ارزیابی خدمات گردشگری است؛ گفت: به موازات تدوین ضوابط تخصصی برای هر مرکز پذیرایی و گردشگری که غذاهای بومی و محلی را در منوی خود وارد کنند؛ امکان اخذ رتبه بالاتر در فرایند ارزیابی لحاظ شده است.

معاون گردشگری موضوع گردشگری خوراک و نیز تشدید فعالیت‌ها در این حوزه را نشانه‌ای از اهمیت و جذابیت این موضوع خواند که می‌تواند به عنوان ظرفیت ملی کشور بدان پرداخته شود و دستاوردهای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی گسترده‌ای به همراه داشته باشد.

رحال حاضر گرایش قابل‌توجهی هم در بعد داخلی و هم بین‌المللی به موضوع غذا و جذابیت‌های آن در حوزه گردشگری وجود دارد که این دیدگاه می‌تواند در رشد و تکامل این شاخه مهم گردشگری در کشور موثر واقع شود.

تفاوت هتل و متل را بدانید...

گروه گردشگری – از زمانی که سفرها جان گرفتند و افزایش پیدا کردند، اقامتگاه‌های متنوعی در کشورها برای نیاز مسافران ایجاد شدند. در این متن متوجه می‌شویم که متل چیست و تفاوت هتل و متل در چه ابعادی است؟

متل چیست؟

در معنا کردن خود واژه متل، تفاسیر مختلفی ارائه شده؛ مثلا بعضی می‌گویند متل ترکیبی از موتور و هتل است که اشاره به هتل‌هایی برای موتورسواران یا موتورتوریست‌ها دارد. دانشنامه بریتانیکا هم معتقد است که این اقامتگاه‌ها به نوعی مسافرخانه موتور هم نامیده می‌شود و واژه‌های دیگری مثل Motor lodge، Tourist court، Motor Inn، Motor Court با آن مترادفند. حالا که تا حدودی با معنی و ارتباطات معنایی واژه متل آشنا شدیم، وارد سایر ویژگی‌های متل می‌شویم. شاید امروزه در ایران چندان نمونه‌های دقیقی از متل نبینیم، امّا اگر فیلم‌های آمریکایی را دیده باشید، حتما با این سبک از اقامتگاه آشنا هستید. ساختمان‌های یک یا دو طبقه‌ای که کنار جاده و بزرگراه ساخته شده‌اند، معمولا کنار یک پمپ بنزین هستند و مکان مناسب برای پارک خودرو، موتور یا دوچرخه مسافران روبه‌روی در اتاقشان دارند.

متل چیست و تفاوت هتل و متل در چیست؟

شاید اول فکر کنید که این متل‌ها بسیار کم امکانات هستند، امّا در واقع متل‌ها هم امکاناتی شبیه به هتل دارند، البته در قسمت تفاوت هتل و متل این موارد را بیشتر بررسی می‌کنیم، ولی لازم است بدانید که متل‌ها لزوما بی‌امکانات نیستند، امّا به دلیل محل قرارگیری‌شان و ساده‌تر بودن امکانات، ارزان‌تر هستند.

با توجه به ویژگی‌های متل، گفته می‌شود که این سبک اقامتگاه مناسب افرادی است که با وسیله نقلیه یا دوچرخه سفر می‌کنند و می‌خواهند استراحتی در میانه سفرشان داشته باشند.

تفاوت هتل و متل چیست؟

همانطور که پیشتر هم اشاره کردیم، متل سبک متفاوتی از هتل است و در این بخش می‌خواهیم درباره فرق هتل و متل صحبت کنیم و ببینیم به صورت کلی، هتل و متل چه فرقی دارند؟ البته اگر بحث تخصصی باشد شاید نیاز به ارائه تفاوت‌های بیشتری باشد، امّا در اینجا فقط تعدادی از فرق‌های اساسی و مهم گفته شده‌اند.

مکان

شاید بتوان گفت مهمترین فرق هتل و متل در مکان قرارگیری این دو است؛ همانطور که گفته شد، متل‌ها در کنار جاده و مسیرها و خارج از شهر ساخته می‌شوند و افراد به عنوان مکانی گذری آن‌ها را انتخاب می‌کنند، امّا هتل‌ها در مرکز شهر یا نقاطی که توریست رفت‌وآمد می‌کند مثل نزدیکی فرودگاه یا جاذبه‌های گردشگری ساخته می‌شوند.

معماری

معماری مشخصه دیگر تفاوت هتل و متل است که در نگاه اول کاملا به چشم می‌خورد؛ متل‌ها معمولا معماری ساده‌ای دارند و در یک یا دو طبقه ساخته می‌شوند، در اتاق به پارکینگ راه دارد که این مسئله حمل بار را راحت‌تر می‌کند و طراحی کلی متل‌ها به شکل U، I یا L مانند است، امّا هتل‌ها معمولا از طراحی‌های ویژه برای زیبا و شیک شدن ساختمانشان استفاده می‌کنند، چندین طبقه با چند صد اتاق هستند و آسانسور و پلکان‌های طولانی دارند.

کارکنان

در هتل برای هر قسمت، هر فرد شرح وظایف مشخصی دارد و به صورت تخصصی یک کار را انجام می‌دهد، امّا در متل‌ها تعداد کارکنان زیاد نیست و ممکن است همان فرد پذیرش مهمان، چندین وظیفه دیگر هم داشته باشد.

خدمات

متل‌ها خدمات بسیار مختصرتری نسبت به هتل‌ها دارند. خدمات اصلی متل علاوه بر اتاق، پارکینگ، تعمیرات و پمپ بنزین است و در بعضی موارد تعدادی از متل‌ها خدمات لوکس‌تری مانند استخر و رستوران هم دارند، امّا در هر صورت خدمات هتل و متل با هم قابل مقایسه نیستند. هتل‌ها طیف وسیعی از خدمات را بر حسب ستاره‌ای که دارند در اختیار مسافر می‌گذارند حتّی گاهی در کنار خدماتشان، تفریحاتی هم برای مسافران فراهم می‌کنند.

هزینه اقامت

متل‌ها به دلیل سبک مسافرانی که دارند، ساعتی اقامت را محاسبه می‌کنند، بنابراین برای افرادی که قصد استراحت چند ساعته دارند، بسیار به صرفه است، امّا هتل‌ها به دلیل امکانات و سرویسی که ارائه می‌دهند، محاسبه هزینه‌شان بر مبنای شب‌مانی افراد است. پس علاوه بر اینکه به صورت کلی به دلیل قرار گیری و سرویس‌های مختصرتر متل، اقامتگاه ارزان‌تری از هتل به حساب می‌آید، به دلیل مبنای محاسبه ساعتی برای مسافران موقت، بسیار ارزان و اقتصادی است.

مدت اقامت

همانطور که پیشتر هم به آن اشاره شد، مدت اقامت مسافران در هتل و متل از فرق‌های این دو است؛ در واقع این مدت اقامت به نوعی در طراحی و مکان‌یابی هتل و متل هم نقش دارد. به این صورت که هتل‌ها به دلیل قرار گرفتن در مکان‌هایی که تفریح یا جاذبه در اطرافش وجود دارد، مسافران را به ماندن بیشتر ترغیب می‌کند، امّا متل‌ها در کنار جاده‌ها طراحی شده‌اند و امکاناتی در اطرافشان نیست و این را نشان می‌دهند که به عنوان یک اقامتگاه موقتی برای استراحت مسافران فراهم شده‌اند، به همین دلیل هم هست که بیشتر مهمان‌های آن‌ها را موتورسواران و سایکل توریست‌ها تشکیل می‌دهند.

رتبه‌بندی بر اساس ستاره

همانطور که می‌دانید هتل‌ها بر اساس میزان خدمات و سرویسی که ارائه می‌کنند، بین ۱ تا ۵ ستاره را دریافت می‌کنند؛ این ستاره‌ها به عنوان استانداردهای بین‌المللی در همه جای دنیا به ما نشان می‌دهد که چه انتظاراتی می‌توانیم از آن هتل داشته باشیم؛ امّا در مقابل، معیار بین‌المللی برای متل‌ها چندان وجود ندارد و سطح خدماتشان به اندازه هتل‌ها متفاوت نیست. امّا در بعضی نقاط برای آن دو درجه در نظر می‌گیرند: ۱.۵ و ۲.۵.

تاریخچه متل

حالا که بهتر متوجه شدیم متل چیست، به سراغ بررسی تاریخچه مختصر شکل‌گیری آن می‌رویم. گفته شده که اولین بار متل در سال ۱۹۲۵ به عنوان اقامتگاه استفاده شد و اولین متل در ایالت کالیفرنیا با نام Motel Inn افتتاح شد. در ابتدای شکل‌گیری این اقامتگاه‌ها، به آن‌ها Tourist court می‌گفتند که کمتر از ۲۰ اتاق داشتند و فقط نیازهای ابتدایی مسافران را برطرف می‌کردند. امّا در واقع صنعت متل از بعد جنگ جهانی دوم رونق گرفت، زیرا در خلال جنگ جهانی دوم، شرکت‌های خودروسازی به ساخت تانک و ماشین‌های جنگی رو آورده بودند و بعد از جنگ هم ماشین‌ها مجهّزتر شدند، هم مسیرها توسعه پیدا کردند و در نتیجه مسافرت‌ها بیشتر شد و مسافران سریع‌تر و به مسیرهای دورتر می‌توانستند سفر کنند، در نتیجه متل‌ها هم محبوب شدند.

انواع متل

همانطور که بارها در متن هم اشاره شد، متل‌ها انواع مختلفی دارند و همه آن‌ها بی‌کیفیت و بی‌امکانات نیستند، بلکه بعضی متل‌ها سعی کردند تا جای ممکن سرویس‌های هتل را به صورت مختصرتری ایجاد کنند؛ بنابراین شاید بتوان متل‌ها را به دو دسته کلی تقسیم کرد:

متل‌هایی که صرفا نیازهای ضروری مسافران را برطرف می‌کنند و خدمات ابتدایی دارند. متل‌هایی که با مبلمان مناسب و خدمات رضایت‌بخشی از مسافران استقبال می‌کنند، در این سبک از متل‌ها حتّی استخر و رستوران هم موجود است و در اتاق‌ها امکانات بیشتری وجود دارد. بنابراین، به هر صورت متل ویژگی‌های مخصوص خودش را دارد و مسافران آن معمولا انتظاراتشان به اندازه همان خدماتی است که متل ارائه می‌کند. بدون شک آن‌ها قصد استراحت طولانی مدت و تفریحات در متل ندارند و فقط جایی را برای استراحت از خستگی مسیر می‌خواهند.

سخن آخر

حالا که دانستیم متل چیست و متل و هتل چه فرقی دارند، باید بدانیم شناخت ویژگی‌ها و اصلا فلسفه وجودی انواع اقامتگاه‌ها به ما کمک می‌کند که انتظاراتمان را متناسب با آن تنظیم کنیم و در موقعیت‌های مختلف، بهترین اقامتگاه را انتخاب کنیم. مثلا هتل با آن همه امکانات و تجهیزات برای مسافران گذری و آن‌هایی که می‌خواهند هیجان مسیر را تجربه کنند، شاید انتخاب مناسبی نباشد در صورتی که متل با امکانات کمترش، می‌تواند با چند ساعت استراحت، آن‌ها را از خستگی مسیر نجات دهد. بنابراین، دانستن تفاوت هتل و متل ما را در انتخاب درست‌تر کمک می‌کند.

موارد تاثیرگذار بر سفرهای شرکتی آینده

گروه گردشگری – به نظر می‌رسد که سرانجام در انتهای تونل همه‌گیری حداقل در برخی از نقاط جهان نور امیدی دیده خواهد شد و ترسیم یک نقشه راه ایمن و موثر برای سفرهای آتی شرکتی مستلزم همکاری همه افراد است. بازیگران اصلی در اکوسیستم شامل عرضه‌کنندگان، شرکت‌های هواپیمایی، هتل‌ها، شرکت‌های کرایه اتومبیل و سواری، برنامه‌ریزان شرکت‌های مسافرتی، واسطه‌های گردشگری مانند آژانس‌های گردشگری آنلاین (OTAs)، ارائه‌دهندگان سیستم توزیع جهانی (GDS) و مسافران به تسلط بر چهار مهارت حیاتی استفاده از داده‌ها در زمان واقعی، برنامه‌ریزی سریع، تلاش برای راحتی و ایمنی و برقراری ارتباط موثر نیاز دارند.

استفاده از داده‌ها در زمان واقعی

از داده‌ها در زمان واقعی استفاده کنید. برنامه‌ریزی برای آینده می‌تواند همانند پرواز در هوای مه‌آلود و با عدم قطعیت باشد و این موضوع اهمیت آن را مشخص می‌کند تا افراد برای اطلاع از تصمیم‌گیری خود از داده‌ها در زمان واقعی استفاده کنند. سازمان‌ها می‌توانند روی قابلیت‌های داده سرمایه‌گذاری کرده تا اولین علائم تسریع در سفرهای تجاری را شناسایی و بر آن‌ها نظارت کنند. ارائه‌دهندگان OTA و GDS ممکن است به عنوان منابع جدید داده ارزش بررسی را داشته باشد. واسطه‌های گردشگری مانند موارد ذکر شده برای ارائه داده‌های کلی برای هر صنعت به طور منحصر به فرد قرار دارند. بسیاری از برنامه‌ریزان سفرهای شرکتی نیز با توجه به بی‌ثباتی برنامه پروازها در این مدت درباره نوسانات هزینه و دسترسی به بلیط‌ها نگران هستند. واسطه‌ها می‌توانند داده‌هایی را ارائه دهند که نشان می‌دهد کدام پروازها بیشتر در برنامه هواپیمایی باقی می‌مانند و به مشتریان کمک می‌کنند تا در تصمیم‌گیری خود زیرکی بیشتری داشته باشند و واسطه‌ها ممکن است بتوانند از این داده‌ها جریان درآمد جدیدی ایجاد کنند. همچنین داده‌ها در زمان واقعی به تامین‌کنندگان سفرهای شرکتی مانند حمل‌ونقل هوایی و هتل‌ها کمک می‌کنند تا ماهر باشند و این عرضه‌کنندگان با بازگشت سفرهای شرکتی باید منابع مناسب را در زمان واقعی برای مطابقت با تقاضا به کار گیرند که ممکن است ناگهان تغییر کند.

برنامه‌ریزی سریع

سرعت را در برنامه‌ریزی وارد کنید، داشتن برنامه و راهبرد دقیق برای سناریوهای مختلف بهبودی بسیار مفید است. بسیاری از شرکت‌ها با افزایش تقاضا ممکن است دریابند که زمان توقف و تفکر در مورد راهبردهای خود را ندارند. برنامه‌ریزان سفرهای شرکتی هنگام ساماندهی سفرهای کاری برای کارکنان باید به چهار نکته توجه کنند؛ اول، عواملی مانند سطح آلودگی بیماری همه‌گیر محلی و منطقه‌ای، تقاضای مشتری و اقدامات رقابتی و موثر در افزایش سفرهای شرکتی، دوم، منابع داده مربوطه که برای ارزیابی عواملی مانند شاخص‌های سلامت‌عمومی، نظرسنجی از مشتریان، داده‌های شرکای مسافرتی در مورد روندهای صنعت و رفتار رقبا و قیمت‌گذاری در زمان واقعی از GDSها مطابق با توافق‌نامه‌های معمولی شرکت‌ها و حتی در شرایطی که کرایه هواپیمایی در حال تغییر مجدد هستند، استفاده می‌شود. سوم، کارکنان باید از چه دستوراتی برای فاصله‌گذاری پیروی کنند؟ آیا باید از اتومبیل‌های کرایه‌ای، سواری، تاکسی یا پرواز استفاده کنند؟ چه زمانی باید از ماسک استفاده کنند یا در جمع‌های گروهی شرکت کنند؟ چگونه (و باید) شرکت‌ها بین کارهایی که کارکنان واکسینه‌شده و واکسینه‌نشده می‌توانند شرکت کنند، تمایز قائل می‌شوند؟ و چهارم، اطلاعات مورد نیاز مسافران را از طریق وب سایت، میز راهنمای سفر و پیام‌رسانی فراهم کنند.

در نظرگرفتن تجربه‌ها بر اساس ایمنی و راحتی

تجربه‌ها را بر اساس ایمنی و راحتی در نظر بگیرید. ایمنی و راحتی عناصر اساسی در تجربه سفر هستند و گاهی اوقات می‌توانند در جهت مخالف حرکت کنند و می‌توان کارهای بیشتری برای رفع این فاصله انجام داد، کارفرمایان و شرکت‌های مسافرتی می‌توانند برای آرامش خاطر مسافران و بهبود راحتی و آسایش آنان راهی پیدا کنند. مسافر باید بتواند بر تصمیماتی که بر احساس راحتی و امنیت او تاثیر می‌گذارد کنترل بیشتری داشته باشد. به‌عنوان‌مثال، خطوط هوایی می‌توانند تجربیات پرواز را با بهبود عملکرد برنامه‌های تلفن‌همراه خود در نظر بگیرند تا مسافران بتوانند از قبل، غذا و میان‌وعده‌های خود را سفارش دهند و یا درخواست‌های خاصی داشته باشند. هتل‌ها نیز ممکن است به مهمانان اجازه دهند در مورد تعداد و زمان نظافت اتاق تصمیم‌گیری کنند.

ارتباط موثر

ارتباط موثر برقرار کنید. باتجربه‌ترین مسافران نیز باید بپذیرند که سفر تغییر کرده است. ماسک‌ها همه جا رایج شده‌اند و به نظر می‌رسد محدودیت‌های مرزی، روش‌های سوارشدن و الزامات بهداشتی در حال تغییر است. بسیار مهم است که سازمان‌ها در هر لحظه از زمان، از قبل تا بعد از سفر سیاست‌های سفرهای شرکتی خود را مشخص کنند زیرا این مورد به سازمان‌ها کمک می‌کند تا برای ایجاد هرگونه تغییر اعم از سیاست‌های راهبردی در کل شرکت یا جزئیات دقیق‌تر مانند اشتراک‌گذاری علایق شرکت یا گزینه‌های کرایه اتومبیل برای سفرهای شرکتی پیش‌قدم باشند. هنگامی که تغییرات در عملیات ایجاد می‌شود، شرکت‌ها می‌توانند مراقبت ویژه‌ای را برای اطمینان از در دسترس بودن امکانات رفاهی انجام دهند، کارکنان نیز با شروع مجدد سفرهای تجاری خود، دوره سازگاری را طی خواهند کرد.

کشف تابوت عصر برنز با یک تبر

گروه گردشگری – باستان‌شناسان در انگلستان موفق به کشف یک تابوت چندهزارساله نادر به همراه تبر یک جنگجو شدند. باستان‌شناسان اعلام کردند یک تابوت چهارهزار ساله نادر عصر برنز را که از کنده درخت بلوط ساخته شده است در کنار یک تبر نادر متعلق به یک جنگجو در انگلستان کشف کرده‌اند. به رغم سایر تابوت‌های متعلق به جنگجویان عصر برنز بریتانیا، این تابوت در اعماق استخر یک باشگاه گلف کشف شده است. این تابوت که یکی از ۶۵ تابوت مشابه کشف‌شده در بریتانیا محسوب می‌شود، فقط از یک کُنده چوب و با تخیله بخش‌های داخلی آن ساخته شده است.

کارشناسان با توجه به تبر تشریفاتی سالمی که در کنار این تابوت کشف شد به این نتیجه رسیدند که این تابوت به یک جنگجوی بلندمرتبه تعلق دارد. نکته قابل توجه درباره این تبر سالم ماندن قبضه چوبی آن در کنار بخش سنگی آن است. تاکنون فقط ۱۲ مورد از چنین تبری در بریتانیا شناسایی شده است و باستان‌شناسان معتقدند این تبر بیش از آن‌که به عنوان یک ابزار مورد استفاده قرار بگیرد، به عنوان نمادی از قدرت کاربرد داشته است.

من برای ادای دین به زمین به نقطه ای پناه برده ام
که شناخت دقیقی از آن دارم خاک
سعی برای لمس آنچه از آب و خاک می آفرینم

برای تهیه ظروف سفالی دست ساز میتوانید
به صفحه اینستاگرام مراجعه کنید
@tarkhancollection