

راهکارهایی برای تقویت موقعیت کشور در بازار جهانی گردشگری

■ بسیاری از کشورهای جهان در مسیر توسعه مقاصد هوشمند و اکوسیستم‌های داده‌محور گردشگری گام‌های بلند برداشته‌اند و توجه به این موضوع می تواند موقعیت کشور در بازار جهانی گردشگری را تقویت کند.

گروه گردشگری – احسان آقاجانی ریزی، دانشجوی دکتری

تخصصی گردشگری، دانشگاه تهران در یادداشتی نوشت: در عصر تحولات فناورانه و شتاب گرفتن جهانی شدن، صنعت گردشگری نیز وارد مرحله‌ای جدید از تکامل شده است. ظهور فناوری‌های نوین و دیجیتال‌سازی گسترده زندگی روزمره، سبب تغییر رفتار گردشگران و نحوه ارائه خدمات گردشگری شده است. در این میان، گردشگری هوشمند (Smart Tourism)، به‌عنوان یکی از رهافت‌های تحول‌آفرین در صنعت گردشگری، در حال بازتعریف تمام اجزای زنجیره ارزش این صنعت است.

در حالی‌که بسیاری از کشورهای جهان به‌ویژه در اروپا و شرق آسیا در مسیر توسعه مقاصد هوشمند و اکوسیستم‌های داده‌محور گردشگری گام‌های بلند برداشته‌اند، ایران هنوز در مراحل ابتدایی آشنایی با این مفهوم قرار دارد. این در حالی‌ست که بی‌توجهی به این تحول، می‌تواند موقعیت کشور در بازار جهانی گردشگری را بیش از پیش تضعیف کند. این یادداشت بانگاهی تحلیلی و سیاست‌پژوهانه، به تشریح ابعاد گردشگری هوشمند، جایگاه ایران در این عرصه، فرصت‌ها، چالش‌ها و مسیرهای پیشنهادی برای تصمیم‌گیران ملی می‌پردازد.

مفهوم گردشگری هوشمند: پیوند تجربه، فناوری و پایداری
گردشگری هوشمند مفهومی پیچیده‌تر از «گردشگری دیجیتال» است. اگر گردشگری دیجیتال تنها به دیجیتالی‌سازی خدمات اشاره دارد (مانند فروش آنلاین بلیت یا رزرو اقامتگاه)، گردشگری هوشمند در واقع یک رویکرد سیستمی و میان‌رشته‌ای است که هدف آن استفاده از فناوری برای بهینه‌سازی تجربه گردشگر، افزایش بهره‌وری مقصد، ارتقا تاب‌آوری و پایداری زیست‌محیطی و تصمیم‌گیری داده‌محور است.

مفهوم گردشگری هوشمند بر سه مؤلفه اصلی استوار است:

۱. **زیرساخت هوشمند:** نظریات اینترنت اشیا، سنسورها، دسترسی پایدار به اینترنت، سامانه‌های جمع‌آوری داده.

۲. **فناوری هوشمند:** از جمله هوش مصنوعی، کلان‌داده، AR/VR، بلاک‌چین، یادگیری ماشین، پلتفرم‌های داده‌محور و اپلیکیشن‌های

گروه گردشگری – در دل مناطق جنوبی «یوتالاند» واقع در دانمارک،

گنجینه‌ای اسرارآمیز از دوران وایکینگ کشف شد که هنوز رازهای زیادی در دل خود پنهان کرده است؛ دو سنجاق‌سینه طلا با طراحی‌های حیرت‌انگیز که به‌طور اتفاقی کشف شدند.

سنجاق‌سینه‌های «Hornelundi» زیورآلات طلایی دوران وایکینگ‌ها هستند که به‌طرز مرموزی هزار سال پیش در دانمارک دفن شده‌اند. این دو سنجاق‌سینه کشف‌شده در دانمارک نمونه‌هایی منحصر به‌فرد از طلاکاری دوران وایکینگ با طراحی‌های مسیحی و اسکاندیناوی (اساطیر شمالی) هستند.

این دو سنجاق‌سینه بخشی از یک گنجینه کوچک بودند که همراه با یک بازوبند طلایی در جنوب غربی «یولاند» واقع در دانمارک کشف

گنجینه‌ای که هزار سال در دل خاک پنهان بود

مسیر پروازی کیش – دبی – کیش



روابط عمومی و امور بین الملل

شرکت هواپیمایی کیش



شدند. این سنجاق‌سینه‌ها به دوران وایکینگ (۷۹۳ تا ۱۰۶۶ میلادی) تعلق دارند و با سیم‌های تزئینی طلا که به شکل‌های ظریفی خم شده‌اند، تزئین شده‌اند.

بر اساس مطالعاتی که در سال ۱۹۹۴ توسط «لنه فرانسن»، متصدی موزه Varde منتشر شد، هر سنجاق‌سینه طلا حدود ۸۰٫۵ سانتی‌متر قطر دارد و وزن آن بین ۶۵ تا ۷۵ گرم است. طراحی‌های موجود روی این سنجاق‌سینه‌ها شامل نمونه‌هایی از هنر اسکاندیناوی و مسیحی هستند، بر اساس اطلاعات موزه ملی دانمارک که این زیورآلات را در خود جای داده است.

یکی از سنجاق‌سینه‌ها شامل چهار سر حیوان است که به سمت جلو نگاه می‌کنند و به سبک اسکاندیناوی هستند، که نشان می‌دهد احتمالاً



گردشگری پذیر.

۵. **تدوین چارچوب‌های حقوقی برای داده**

برای حفاظت از حریم خصوصی گردشگران، استاندارد‌سازی داده‌ها، و تنظیم روابط میان نهادهای مالک و مصرف‌کننده داده.

۶. **توانمندسازی منابع انسانی**

از طریق طراحی رشته‌ها و دوره‌های مشترک میان گردشگری، فناوری و مدیریت داده. همچنین تربیت کارشناسان میان‌رشته‌ای با توان پیاده‌سازی پروژه‌های هوشمندسازی.

۷. **اجرای پروژه‌های پایلوت در شهرهای گردشگری پذیر**

مانند یزد، اصفهان، شیراز، مشهد و قشم با هدف الگوسازی و توسعه تدریجی.

فرصت هنوز باقی است

گردشگری هوشمند، نه صرفاً یک روند فناورانه، بلکه تغییری بنیادین در شیوه نگارش به صنعت گردشگری است. کشوری با تنوع بی‌نظیر فرهنگی و تاریخی چون ایران، اگر فاقد سیستم‌های هوشمند مدیریتی، داده‌محور و مشارکتی باشد، به‌زودی جایگاه خود را در رقابت منطقه‌ای از دست خواهد داد.

سیاست‌گذاران ایرانی باید فراتر از نگاه تبلیغاتی یا مناسکی به گردشگری با این صنعت رابطه‌ان‌مو‌ن‌ور توسعه اقتصادی-اجتماعی و دیپلماسی فرهنگی ببینند. اکنون، فناوری ابزاری قدرتمند برای تحقق این اهداف است، به‌شرطی که با برنامه‌ریزی، حکمرانی داده و نگاه بلندمدت همراه شود.

ایران می‌تواند مقصدی هوشمند، پایدار و رقابت‌پذیر باشد. اما این تحقق، نیازمند اراده سیاسی، مشارکت علمی، و جسارت در تغییر پارادیم‌های قدیمی است. انتخاب با ماست: تماشاگر تحولات جهانی باشیم یا معمار آینده خود؟

۴. **تصمیم‌سازی علمی برای سیاست‌گذاران**

به‌جای تصمیم‌گیری‌های شهودی، تحلیل داده‌های بزرگ (Big Data) از شبک‌های اجتماعی، GPS، جست‌جوی کاربران و

بازخوردها، ابزار قدرتمندی برای سیاست‌گذاری دقیق فراهم می‌کند.

۵. **ارتقا تاب‌آوری در بحران‌ها**

در شرایطی مانند بحران کرونا، تنها کشورهای که زیرساخت گردشگری هوشمند داشتند توانستند با بازپدهای مجازی، گردشگری بدون تماس و تحلیل لحظه‌ای داده، بقای سیستم را تضمین کنند. راهکارهای سیستمی برای توسعه گردشگری هوشمند در ایران برای تحقق عملی گردشگری هوشمند، ضروری است. سیاست‌گذاران به‌صورت نظام‌مند، اقدام‌های زیر را پیاده‌سازی کنند:

۱. **تدوین «سند ملی توسعه گردشگری هوشمند»**

با همکاری وزارت میراث فرهنگی، وزارت ارتباطات، دانشگاه‌ها، اتاق بازرگانی، شهرداری‌ها و شرکت‌های خصوصی. این سند باید اهداف، شاخص‌ها، نهادهای مسئول، و بازه‌های زمانی مشخص داشته‌باشد.

۲. **ایجاد «مرکز ملی کلان‌داده گردشگری»**

و وظیفه گردآوری، تحلیل و ارائه داده‌های بلادرنگ برای گردشگران، سیاست‌گذاران و فعالان بازار را به‌عهده گیرد.

۳. **حمایت از استارت‌آپ‌ها و نوآوری گردشگری**

از طریق تأسیس صندوق‌های ویژه سرمایه‌گذاری خطرپذیر، تسهیل مجوزدهی، دسترسی به APIها و داده‌های پایه، و ارائه مشق‌های مالیاتی.

۴. **توسعه زیرساخت ارتباطی در مناطق هدف**

با اولویت روستاها، شهرهای تاریخی، سواحل و مناطق مرزی

توسط یک‌زرگردانمارکی یا وایکینگ ساخته‌شده است. سنجاق‌سینه دیگر، برگ‌ها و تاک‌هایی دارد که ممکن است با مسجیت مرتبط باشد، زیرا اتاق‌انگور در هنر اولیه مسیحی برای نمادسازی از عیسی به عنوان «تاک حقیقی زندگی» و مفهوم رستخیز استفاده می‌شده است.

در دوران وایکینگ، «یوتالاند» مرکز پیشرفت‌های برای زرگری بود. با این حال، طبق مقاله‌ای که باستان‌شناسی به نام وادیسواف دوچکو در سال ۱۹۸۷ نوشت: «سنجاق‌سینه‌های «Hornelundi» کاملاً منحصربه‌فرد در مجموعه جواهرات دانمارکی هستند. برخی از آن‌ها ممکن است برای صادرات ساخته شده باشند؛ چرا که چند نمونه مشابه در سوئد کشف شده‌اند. ممکن است زرگران یوتالاند ایده‌های طراحی‌شان را از جواهرسازان کشورهای اسلاوی مانند استونی گرفته



آگهی دعوت سهامداران به مجمع عمومی عادی
به طور فوق العاده موسسه بازار پانیز کیش
به شماره ثبت ۱۰۸ و شناسه ملی ۱۴۰۰۳۱۷۴۳۵۶

نوبت دوم

بدینوسیله از کلیه اعضای موسسه دعوت می شود تا در جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده (نوبت دوم) که در ساعت ۱۵:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۶/۰۵ روز چهارشنبه در آدرس بازار پانیز طبقه دوم راهروی اداری تشکیل می گردد، شرکت نمایند.

همچنین جهت ثبت نام در خصوص کاندیدای هیات مدیره و انجام امور اداری مربوطه تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۵/۲۵ به دفتر بازار مراجعه نموده و ضمناً تمامی وکالت‌ها بایستی تا ۴۸ ساعت قبل از برگزاری مجمع به تایید مدیریت بازار برسد.

دستور جلسه:

۱- گزارش عملکرد هیئت مدیره برای منتهی به ۱۴۰۳

۲- گزارش بازرس در خصوص عملکرد هیئت مدیره و صورتهای مالی منتهی

به ۱۴۰۳

۳- تصویب صورتهای مالی منتهی به ۱۴۰۳

۴- انتخاب اعضای هیئت مدیره

۵- انتخاب بازرسین

۶- انتخاب روزنامه‌کثیرالانتشار

هیات مدیره

شعبه ۱ : نوبنیاد ، مرکز خرید آرین

شعبه ۲ : صدف ، مرکز خرید بساک

Hany_Tahrir 0902 299 2099

نهشت افزار هانی

تحويل در محل ویژه ادارات

تحریر های