

به بهانه هفته جهانی گردشگری بررسی شد:

عقبماندگی که زیر فرش پنهان گذاشته شد!

ایران در افق سند چشم‌انداز ۲۰ ساله، تا سال ۱۴۵۴، مقرر بود به ۲۰ میلیون گردشگر خارجی و ۲۵ میلیارد دلار درآمد حاصل از آن دست یابد، اما حالا نه تنها نسبت به این سند عقب‌ماندگی قابل توجهی دارد که هدف‌گذاری آن دیگر محل مراجعه و مقایسه نیست و گویی، از دور خارج شده است.

گروه گردشگری – سند چشم‌انداز ۲۰ ساله مصوب ۱۴ دی ماه ۱۳۸۳، هیأت دولت وقت بود که بر اساس آن، ایران باید ۱۵ درصد از سهم گردشگران جهان را تا سال ۱۴۰۴ به خود اختصاص می‌داد و ۷ صدم درصد درآمدی که از ورود گردشگران خارجی در سال ۱۳۸۳ به دست آورده بود را تا پایان برنامه به ۲ درصد می‌رساند، به گونه‌ای که در سال پایان این سند (تا سال ۱۴۰۴)، نزدیک به ۲۵ میلیارد دلار از ورود گردشگران خارجی در آمد کسب می‌کرد.

درحالی که آمارهای وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی نشان می‌دهد در آخرین دورهٔ آمار، یعنی در فاصله سال‌های ۱۳۹۹ تا پایان ۱۴۰۳، آمار ورود گردشگران خارجی تحت تاثیر تحولات و بحران‌های داخلی و خارجی، مدام در نوسان بوده و تا پایان سال ۱۴۰۳، تعداد گردشگران ورودی به ایران طبق آنچه این

وزارتخانه آمار داده، به هفت میلیون و ۳۹۹ هزار نفر رسیده است. این وزارتخانه پیش‌بینی کرده که این تعداد در پایان سال ۱۴۰۴ نهایت به ۹۵ میلیون نفر برسد؛ اعدادی که –هرچند به کمیت و کیفیت آن نیز نقدهایی وارد است –تا ۲۰ میلیون نفر هدف‌گذاری‌شده در سند چشم‌انداز فاصله‌معداری دارد. اظهارات و داده‌پردازی کارشناسان نشان می‌دهد آمارهای ورود گردشگران خارجی و در آمد حاصل از آن نه‌تنهادر آخرین دوره، بلکه در تمام ۲۰ سال گذشته، کم‌تر از آنچه هدف‌گذاری شده، بوده است. این سند که می‌توان گفت به نوعی تنها نقشه راه صنعت گردشگری ایران محسوب می‌شد، در سال‌هایی حتی به فراموشی سپرده شده و نسبت به آن بی‌تفاوتی‌هایی نشان داده‌شده است.
باین حال، گهگاهی مسئولان و متولیان، به خود نهمپه‌هایی زده‌اند، و به عقب‌ماندگی

گردشگری الکترونیک و مجازی؛ دو مسیر متفاوت در گردشگری مدرن

در گردشگری مدرن جواهرزاده تصریح کرد:به طور خلاصه، می‌توان گفت گردشگری الکترونیک بیشترین کاربرد را در تسهیل برنامه‌ریزی و سفر و مدیریت خدمات واقعی دارد، در حالی که گردشگری مجازی امکان تجربه غیر حضوری، آموزش و تعاملی را فراهم می‌کند. گردشگران معمولاً پیش از سفر واقعی خود از ظرفیت‌های گردشگری الکترونیک استفاده می‌کنند، در حالی که کسانی که به دلیل محدودیت‌های مالی، جسمی یا زمانی امکان سفر ندارند، از گردشگری مجازی بهره می‌برند.

جواهرزاده در خصوص دومین گام گفت:دومین محور، آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی است. برای استفاده بهینه از فناوری‌های نوین، راهنمایان و فعالان گردشگری باید مهارت‌های دیجیتال داشته باشند تا بتوانند خدمات نوآورانه ارائه دهند. وی افزود: سومین عامل، ایجاد اعتماد در گردشگران است. به عبارت دیگر، باید اطمینان حاصل شود که سامانه‌های رزرو و پرداخت آنلاین، اطلاعات درست و خدمات معتبر ارائه می‌کنند. نبود اعتماد میان گردشگر و ارائه‌دهنده خدمت، یکی از مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری الکترونیک است.

رئیس انجمن طبیعت گردی ایران بیان کرد: علاوه بر این، ایران باید از ابزارهای بازاریابی دیجیتال برای معرفی جاذبه‌های خود در سطح بین‌المللی بهره بگیرد. فناوری‌هایی مانند واقعیت مجازی و هوش مصنوعی

گردشگر می‌تواند تجربه‌ای متناسب با سلیقه و شرایط خود داشته باشد. علاوه بر این، گردشگری الکترونیک با ایجاد امکان مقایسه خدمات و قیمت‌ها، صرفه‌جویی در زمان و هزینه، دسترسی گسترده و برنامه‌ریزی دقیق، تحولی اساسی در صنعت گردشگری به وجود آورده است.

این مدرس دانشگاه و متخصص حوزه گردشگری افزود: در مقابل، گردشگری مجازی به تجربه سفر بدون حضور فیزیکی و جابه‌جایی واقعی گفته می‌شود. در این شیوه، گردشگر بدون نیاز به حمل و نقل و تنها از طریق فناوری‌های نوین، امکان بازدید و آشنایی با مقاصد مختلف را پیدا می‌کند. ابزارهایی همچون واقعیت مجازی (Virtual Reality) و واقعیت افزوده (Augmented Reality) ایسن امکان را فراهم کرده‌اند که کاربر بتواند بدون حرکت از جای خود، در یک موزه، شهر تاریخی یا جاذبه طبیعی حضور مجازی داشته باشد.

جواهرزاده ضمن اشاره به کاربردهای گردشگری مجازی که بسیار متنوع است، ادامه داد: از جمله می‌توان به پیش‌نمایش مقصد پیش از سفر اشاره کرد: به این معنا که گردشگر می‌تواند با استفاده از تورهای مجازی و محتوای سب‌عده‌ای با موزه‌ها، شهرها، مکان‌های تاریخی و حتی آیین‌ها و رسوم محلی بازدید کند و در نتیجه تصمیم دقیق‌تری برای سفر واقعی خود بگیرد. علاوه بر این، گردشگری مجازی در حوزه آموزش نیز نقشی



می‌توانند تجربه پیشینی از جاذبه‌هایی چون کویر، تخت‌جمشید و پاسارگاد را برای گردشگران خارجی فراهم آورند و انگیزه سفر آنان را تقویت کنند. **گردشگری دیجیتال فرصتی مغتنم برای ایران است** وی تأکید کرد: گردشگری دیجیتال فرصتی مغتنم برای ایران است. این حوزه نه‌تنها می‌تواند در معرفی بهتر جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی کشور نقش ایفا کند، بلکه سهم قابل توجهی از اقتصاد جهانی گردشگری را نیز به ایران اختصاص خواهد داد. گردشگری الکترونیک و مجازی هر دو از ارکان تحول صنعت گردشگری معاصر هستند؛ اولی در گاهی برای برنامه‌ریزی و مدیریت سفر واقعی و دومی تجربه‌ای تعاملی، آموزشی و غیر حضوری که می‌تواند هم انگیزه سفر را افزایش دهد و هم زمینه‌ساز توسعه پایدار در حوزه گردشگری باشد.

جواهرزاده در خصوص دومین گام گفت:دومین محور، آموزش و توانمندسازی نیروی انسانی است. برای استفاده بهینه از فناوری‌های نوین، راهنمایان و فعالان گردشگری باید مهارت‌های دیجیتال داشته باشند تا بتوانند خدمات نوآورانه ارائه دهند.

وی افزود: سومین عامل، ایجاد اعتماد در گردشگران است. به عبارت دیگر، باید اطمینان حاصل شود که سامانه‌های رزرو و پرداخت آنلاین، اطلاعات درست و خدمات معتبر ارائه می‌کنند. نبود اعتماد میان گردشگر و ارائه‌دهنده خدمت، یکی از مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری الکترونیک است.

رئیس انجمن طبیعت گردی ایران بیان کرد: علاوه بر این، ایران باید از ابزارهای بازاریابی دیجیتال برای معرفی جاذبه‌های خود در سطح بین‌المللی بهره بگیرد. فناوری‌هایی مانند واقعیت مجازی و هوش مصنوعی

فروشگاه کامپیوتر

PC-KISH

عرضه کننده انواع کامپیوتر ، لپ تاپ ماشین های اداری و لوازم جانبی تعمیرات سخت افزار و نرم افزار و شبکه

۰۲۱ ۴۲۴۵ ۸۳۸

دیپلمات مال صفین ، طبقه سوم ، پلاک ۴

آغاز فروش پروازهای

هواپیمایی معراج

تهران. قشم. تهران

دوشنبه و جمعه هر هفته

تهران. کیش. تهران

سه شنبه، چهارشنبه و جمعه هر هفته

خرید آنلاین از www.booking.ir

مجبورترین تیم پشتیبانی

پشتیبانی ۲۴ ساعته آنلاین

مناسب ترین قیمت

021-8586

www.booking.ir

[bookingitravel](https://bookingitravel.com)

شعبه ۱ : نوبنیاد ، مرکز خرید آربین

شعبه ۲ : صدف ، مرکز خرید بساک

Hany_Tahrir 0902 299 2099

نهشت افزار هانی

تحويل در محل ویژه ادارات

تهران