

رونمایی از هشت کلان‌روند جهانی گردشگری

شرکت تحقیقات بازار «یورومانی‌تور اینترنشنال» در گزارشی، به بررسی کلان‌روندهایی پرداخته که به باور این بنگاه، صنعت گردشگری جهان را در آینده شکل می‌دهند. بنا به پژوهش‌های انجام شده توسط این نهاد، «تجربیات بیشتر در سفر»، «حفظ بازار مسافران طبقه متوسط»، «در نظر گرفتن شاخص‌های سلامتی و توجه به سبک زندگی سالم»، «خاص و باکیفیت کردن سفر گردشگران»، «تغییر مرزهای بازار»، «توجه به ارزش‌ها و سبک زندگی اخلاقی در طراحی بسته‌های سفر»، «ایجاد اتصال میان جامعه مصرف‌کنندگان و مشتریان سفر» و «بازتعریف خرید کردن» کلان‌روندهایی هستند که به‌صورت ماندگار و در بلندمدت در میان عرضه‌کنندگان و متقاضیان خدمات سفر و بسته‌های گردشگری مورد توجه قرار خواهد گرفت و بر اساس این موارد، آینده صنعت گردشگری و سفر شکل می‌گیرد.

یورومانی‌تور در بررسی‌های خود با دسته‌بندی جهان به چهار منطقه، صنعتگردشگری در هرکدام از این مناطق را تحلیل و اشاره کرده که در هرکدام و در حال حاضر چه روندهایی وجود دارد و روندهای کنونی همراه با کدام کلان‌روندهای صنعت گردشگری جهانی هستند. بنا به یافته‌های این گزارش، در منطقه آفریقا و خاورمیانه که ایران نیز در آن قرار دارد، «ارائه تسهیلات نوآورانه در سفر به‌منظور یکپارچه‌سازی امور» و «ارزان‌سازی و به‌صرفه‌تر کردن سفر»، روندهای کنونی صنعت گردشگری منطقه به شمار می‌روند که به‌گونه‌ای در حال تحقق هستند که در راستای کلان‌روندهای «تغییر مرزهای بازار»، «حفظ بازار مسافران طبقه متوسط»، «خاص و باکیفیت کردن سفر گردشگران»، «ایجاد اتصال میان مصرف‌کنندگان و مشتریان سفر» و «تجربیات بیشتر در سفر» قرار دارند و بازیگران این صنعت باید توجه ویژه‌ای به آن نشان بدهند.

کلان‌روند چیست؟

حوزه سفر، حوزه پررونقی است. سالانه بر تعداد مسافران افزوده می‌شود و این صنعت بی‌وقفه به رشد خود ادامه می‌دهد، اما این به معنای پیروی بازیگران این عرصه از یک الگوی ثابت نیست و این حوزه دائماً و با سرعتی بالا در حال تغییر است. در این میان، کلان‌روندها روندهایی هستند که در کوتاه‌مدت نقش‌آفرینی نمی‌کنند و با وجود دگرذیسی‌ها و تغییراتی که حوزه گردشگری دائماً با آنها درگیر است، به‌عنوان دغدغه‌هایی ثابت باقی می‌مانند و با ایجاد تحولاتی در بازار و شیوه رفتار و نگرش مصرف‌کنندگان، در درازمدت کشورها و صنایع مرتبط با گردشگری را تحت تاثیر قرار می‌دهد و چهره جهانی صنعت سفر را ترسیم می‌کند.

موسسه تحقیقات بازار «یورومانی‌تور اینترنشنال» با انجام پژوهشی گسترده و تجزیه و تحلیل ارزیابی بیش از هزار کارشناس متخصص در حوزه گردشگری و روندهای موجود در صنعت آن، موفق به استخراج ۸ کلان‌روند اصلی صنعت گردشگری در جهان شده و بنا به اظهار این نهاد، روندهایی که سالانه در حوزه گردشگری ظهور می‌کنند همگی به‌نوعی با هشت کلان‌روند معرفی شده ارتباط دارند. گزارش «یورومانی‌تور» تصریح می‌کند که در فضای کنونی صنعت که بسیاری از اجزای آن به‌سرعت در حال تغییر است، شناسایی، تجزیه و تحلیل و اشراف بر کلان‌روندها برای بازیگران و فعالان این صنعت امری ضروری

است تا از این رهگذر بتوانند در فضای پرقاب و سرشار از نوآوری حوزه گردشگری که روزانه ایده‌های جدید پرشماری در آن مطرح می‌شود، دوام بیاورند و رشد و توسعه پیدا کنند.

تشدید اهمیت تجربه و طبقه متوسط

«ارائه تجربیات بیشتر و متنوع‌تر به مسافران طی سفر» یکی از مهم‌ترین کلان‌روندهای صنعت گردشگری محسوب می‌شود و به‌باور «یورومانی‌تور» سوژه‌ای است که همواره در این صنعت و خصوصاً به‌عنوان یکی از ابزارهای رقابت میان بنگاه‌های فعال در آن مطرح باقی خواهد ماند. «حفظ بازار مسافران طبقه متوسط» نیز یکی دیگر از این کلان‌روندها است. این موسسه تحقیقات بازار چنین تحلیل می‌کند که در کشورهای توسعه‌یافته هرچند نیم‌قرن گذشته سال‌های درخشان و خوبی برای طبقه متوسط این کشورها به‌لحاظ درآمدی و فراهم بودن امکانات سفر بوده است، اما اکنون این مساله مخدوش شده؛ از طرف دیگر اما، با افزایش قدرت خرید طبقه متوسط در کشورهای در حال توسعه، جامعه این گردشگران از رشد بی‌سابقه‌ای برخوردار است. «یورومانی‌تور» فراهم بودن امکان سفر و طراحی بسته‌های سفر برای طبقه متوسط، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر مصرف‌کننده در صنعت گردشگری، موضوعی شناسایی کرده که در بلندمدت مطرح خواهد بود و آن را به‌عنوان یک کلان‌روند معرفی کرده است.

تلاش برای حذف پلاستیک

«در نظر گرفتن شاخص‌های سلامتی و توجه به سبک زندگی سالم» و همچنین «توجه به ارزش‌ها و سبک زندگی اخلاقی در طراحی بسته‌های سفر» دو مورد از دیگر کلان‌روندهای معرفی شده از سوی «یورومانی‌تور» است. این مساله به‌خصوص در روندهای کنونی بازار سفر اروپا مشاهده می‌شود که یکی از داغ‌ترین سوژه‌های آن به‌حداقل رساندن زباله‌های پلاستیکی است. به‌باور این نهاد تحقیقات بازار، پلاستیک نقش مهمی در شکل‌گیری جامعه مدرن ایفا کرده و این مساله از خلال کاربرد وسیع محصولات پلاستیکی در تمامی صنایع و رشد روزافزون استفاده از آن مشهود است. هرچند تصور زندگی بدون پلاستیک ممکن است مشکل به نظر برسد، اما با آگاهی‌بخشی درخصوص آسیب‌هایی که آلاینده‌های پلاستیکی به محیط زیست وارد می‌کنند، هم‌اکنون بسیاری از مصرف‌کنندگان خدمات سفر موضعی منفی نسبت به فرآورده‌های پلاستیکی و تولید زباله‌های پلاستیکی دارند. در سال‌های اخیر حساسیت این موضوع در اروپا به‌میزانی بالا رفته که «زباله‌های پلاستیکی» تبدیل به یکی از مهم‌ترین روندهای کنونی صنعت گردشگری کشورهای اروپایی شده است و میان شرکت‌های هواپیمایی، هتل‌ها و سایر بنگاه‌های فعال در گردشگری این منطقه رقابتی شکل گرفته که تولید فرآورده‌ها و زباله‌های پلاستیکی خود را به حداقل برسانند و از مواد قابل بازیافت در محصولات خود استفاده کنند.

بنگاه‌ها منعطف می‌شوند

دیگر کلان‌روند معرفی شده در این گزارش، «تغییر مرزهای بازار» است که اشاره به ضرورت انعطاف داشتن بنگاه‌ها در انتخاب جامعه هدف خود و عادت نکردن به یک جامعه مصرف‌کننده است و از این رهگذر پیش‌بینی می‌شود طیف متنوع‌تری از مردم جهان به عضویت جامعه گردشگران جهانی دربیایند. همچنین «خاص و باکیفیت کردن سفر گردشگران» دیگر کلان‌روندی است که موجب ایجاد انگیزه سفر در افراد می‌شود و با رقابت بنگاه‌ها به‌منظور تحقق این امر، انتظار می‌رود نوآوری‌های هیجان‌انگیزی در انتظار گردشگری جهان باشد. طبق گزارش «یورومانی‌تور»، «ارائه تعریف جدیدی از خرید کردن و مراجعه

به فروشگاه‌ها» و «متصل کردن جامعه مصرف‌کنندگان و مشتریان سفر به یکدیگر» دو کلان‌روند دیگری هستند که این فهرست هشت‌گانه را تکمیل می‌کنند و از موضوعات داغی در صنعت گردشگری خواهند بود که در بلندمدت بر رفتار و نگرش گردشگران نسبت به سفر کردن تاثیر می‌گذارد.

کلان‌روندهای خاورمیانه و آفریقا

مطابق تقسیم‌بندی صورت گرفته توسط «یورومانیتر»، ایران در منطقه خاورمیانه و آفریقا قرار دارد و از این لحاظ تحلیل ارائه شده درخصوص کلان‌روندهای موجود در صنعت گردشگری این منطقه می‌تواند قابل توجه باشد. این موسسه تحقیقات بازار یکی از داغ‌ترین موضوعات و روندهای کنونی در گردشگری این منطقه را «ارزان‌سازی و به‌صرفه‌تر کردن سفر» می‌داند که همراستا با کلان‌روندهای «تغییر مرزهای بازار»، «حفظ بازار مسافران طبقه متوسط» و «خاص و باکیفیت کردن سفر گردشگران» است. بنا به روایت «یورومانیتر»، از دیرباز منطقه آفریقا و خاورمیانه در مقیاس جهانی وابسته به سفر محدود مسافران ثروتمند بوده است، اما امروزه به دلیل شناخته شدن جاذبه‌های پرتعداد این منطقه میان گردشگران جهان، تقاضا برای سفر به آن افزایش پیدا کرده است.

فعالان صنعت گردشگری کشورهای این منطقه باید این نکته را در نظر داشته باشند که با وجود افزایش تقاضا، همچنان تمام گردشگرانی که در صف سفر به این منطقه قرار گرفته‌اند ثروتمندان نیستند و طیف متنوع‌تری از افراد، به لحاظ درآمدی، مایل به بازدید از خاورمیانه هستند؛ بنابراین زیرساخت‌های سفر باید به گونه‌ای توسعه پیدا کنند و بسته‌های تور به گونه‌ای طراحی شوند که بتواند تمامی طیف‌های درآمدی را پوشش دهد. در این زمینه، «یورومانیتر» به‌طور خاص به مراکز اقامتی و شرکت‌های هواپیمایی اشاره می‌کند که با اشاره به تجارب موفق امارات متحده عربی، باید محصولات خود را تنها برای گردشگران کم‌تعداد و ثروتمند طراحی نکنند و به محصولات خود تنوع ببخشند.

همچنین «ارائه تسهیلات نوآورانه در سفر به منظور یکپارچه‌سازی امورات سفر» از دیگر روندهای داغ کنونی گردشگری خاورمیانه و آفریقا معرفی شده که امروزه بر بستر دو کلان‌روند «متصل کردن جامعه مصرف‌کنندگان و مشتریان سفر به یکدیگر» و «ارائه تجربیات بیشتر و متنوع‌تر به مسافران طی سفر» مطرح شده است. بنا به روایت «یورومانیتر»، نقاط پرگردشگر منطقه خاورمیانه و خصوصا شهر دبی در امارات متحده عربی، در مرکز نوآوری‌های جهانی قرار دارد و بازیگران گردشگری آن در تلاش هستند تا اصطکاک‌های موجود برای گردشگران را به حداقل برسانند. از جمله اقدامات صورت گرفته، هوشمندسازی فرودگاه‌ها و هتل‌هایی است که با دیجیتالی کردن زیرساخت‌های خود همچون بهره‌گیری از تکنولوژی تشخیص چهره در گیت‌های پروازی و اتاق هتل‌ها، سفر را بر گردشگران تسهیل کرده‌اند، اما از رهگذر رفاهی که برای گردشگر ایجاد می‌شود، بر جذابیت بسته‌های سفر خود افزوده‌اند.

منبع: نوید شکراللهی - خبرگزاری دنیای اقتصاد