

## چهار الزام برای دیجیتالی‌کردن گردشگری

**دنیای** : با وجود آنکه شعار امسال سازمان جهانی گردشگری؛ «گردشگری و تحول دیجیتال» است اما در ایران هنوز چالش‌هایی در این زمینه وجود دارد. همچنان کسب و کارهای سنتی روند فعالیت‌شان را بدون تغییر به سمت دیجیتالی‌شدن پیش می‌برند و اغلب به توسعه استارت‌های گردشگری نیز روی خوش نشان نمی‌دهند. جدا از این موضوع زیرساخت‌های اینترنتی و دیجیتالی نیز در زمینه گردشگری دیجیتالی قوی نیست تا بتوان براساس امکانات موجود برای توسعه این حوزه برنامه‌ریزی کرد.



در این بین، کارشناسان و فعالان گردشگری معتقدند برای آنکه بتوان این بخش را توسعه داد، به الزاماتی نیاز است؛ ایجاد قوانین مناسب، فرهنگسازی در زمینه اس **فناوری اطلاعات و ارتباطات** بخش گردشگری، ایجاد زیرساخت‌های مناسب و همچنین تربیت نیروی انسانی که بتواند در بخش گردشگری دیجیتالی فعالیت کند از جمله این الزامات هستند. این شرایط است که می‌توان امیدوار بود وجه دیجیتال توریسم توسعه پیدا کند و بازار رقابتی در این زمینه شکل گیرد. بر این اساس روز گذشته نشستی با حضور اساتید، مسؤولان و فعالان گردشگری در دانشگاه علم و فرهنگ برگزار شد.

## دیجیتال در خدمت گردشگری

محمدحسین ایمانی‌خوشخو، رئیس انجمن علمی گردشگری ایران با اشاره به شعار روز جهانی گردشگری امسال گفت: «گردشگری الکترونیک، فناوری اطلاعات و ظرفیت‌های دیجیتال باید در خدمت گردشگری باشد.» او بر این موضوع تاکید کرد که گردشگری الکترونیک نوعی از گردشگری نیست و نباید چنین برداشت اشتباهی درباره آن رخ دهد؛ چون یکی از اصلی‌ترین وجوه تمایز صنعت گردشگری با سایر صناعت‌ها این است که وجود انسان در این صنعت، یک محور است و به هیچ‌وجه فناوری ارتباطات نمی‌تواند جای انسان را بگیرد. از این‌رو، به گفته این استاد دانشگاه، هوشمندسازی باید در

خدمت گردشگری باشد؛ ظرفیت‌های فناوری‌های اطلاعات به تسهیل ارتباط میان انسان‌ها کمک خواهد کرد و باید از چنین پتانسیلی برای خلق و کشف در گردشگری بهره برد.

## دلیل باقی ماندن کسب‌وکارهای سنتی

در همین حال، مدیرکل دفتر مناطق نمونه و زیرساخت‌های گردشگری نیز با بیان اینکه فناوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) به دلیل تحولاتی که در آن رخ داده موجب شده انسان و گردشگری نیز دچار تغییرات سریع شود، تصریح کرد: «آنجا که گردشگری برخاسته از جامعه انسانی است، روند گردشگری با اتکا به فناوری روز به روز در حال در نتیجه، گردشگر از جامعه محلی انتظار استفاده از تکنولوژی در ارائه خدمات دارد».

ولی تیموری خاطرنشان کرد: «قطعا با توجه به این شرایط لازم است صنعت متحول شود و جامعه محلی نیز باید این تحولات را بپذیرد. ایران نیز از این قاعده مستثنا نیست.» وی یادآوری کرد که براساس اعلام سازمان جهانی گردشگری اگر کشورها تا سال خودشان را با ظرفیت‌های ICT تطبیق ندهند، از گردونه گردشگری خارج خواهند: «این ایران نباید جزو کشورهایی باشد که به این دلیل حذف می‌شود». از جمله مواردی که مدیرکل دفتر مناطق نمونه و زیرساخت‌های گردشگری به آنها اشاره کرد که از طریق آنها می‌توان همچنان در گردشگری باقی ماند سه ساختار بود: «ساختار صنعت، ساختار نیروی انسانی و ساختار حقوقی؛ از جمله سه ساختاری هستند که جهت توسعه گردشگری به‌خصوص گردشگری الکترونیک باید مورد توجه قرار گیرد.» تیموری در زمینه ساختار سوم که بحث حقوقی است، بیان کرد: «همانطور که در فضای حقیقی نیاز به مقررات و انضباط احساس می‌شود فضای مجازی نیز نیاز به قوانین و مقررات است. از یک طرف باید قوانینی وجود داشته باشد تا از چنین فعالیت‌هایی حمایت کند و از طرف دیگر قوانینی لازم است تا در صورت تخلف مانع ادامه آنها شوند. همچنین لازم است در بخش نیروی انسانی نیز های لازم صورت گیرد تا به مرور بخش سنتی نیز وارد بخش تکنولوژی و فناوری ارتباطات شود و دست به رقابت».

به گفته این مقام مسوول، سازمان میراث‌فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری یک سال زمان صرف تهیه دستورالعمل برای ارائه خدمات مجازی کرده است؛ چارچوب اولیه‌ای که مورد توافق قرار گرفت و سپس تنظیم شد. او همچنین بر این نکته تاکید کرد که باید هرچه سریع‌تر از حالت سنتی به سمت مدرن و استفاده از تکنولوژی پیش رفت: «اگر تاکنون می‌بینید که بخش سنتی همچنان به کار خود ادامه می‌دهد به دلیل وجود تحریم‌ها و موانع بین‌المللی در استفاده از تکنولوژی و فناوری اطلاعات و ارتباطات است؛ چون در این شرایطی که جهان به سمت تکنولوژی دیجیتال می‌رود امکان رقابت برای بخش سنتی وجود نداشت.» با این‌همه مدیرکل دفتر مناطق نمونه و زیرساخت‌های گردشگری با انتقاد از اینکه همچنان متولی برای کسب‌وکارهای اینترنتی در مقوله گردشگری وجود ندارد، گفت: «حاضر مرکز توسعه تجارت الکترونیک سازمان با یکدیگر در این زمینه به توافق نرسیده‌اند و همچنان در تلاش برای رفع این موانع هستیم».

## مشکل اصلی دیجیتالی نشدن سنتی‌ها

رئیس جامعه تورگردانان ایران نیز درباره تلاش بخش خصوصی در زمینه توسعه گردشگری دیجیتال در سال‌های اخیر رشد گردشگری در جهان بسیار بالا رفت؛ به گونه‌ای که ایران نتوانست خود را به آن برساند: «مانند ما در نمایشگاه‌هایی که حضور داشتیم این موضوع را دقیقاً حس می‌کردیم. به همین دلیل سال جامعه تورگردانان همایشی برگزار کرد و جامعه گردشگری الکترونیک را به ثبت رساند. چنین کاری با این هدف صورت گرفت تا همه به سمت به روز شدن و استفاده از تکنولوژی اینترنت و ساخت سایت حرکت کنند.» ابراهیم پورفرج به آژانسی اشاره کرد که تلاش می‌کنند با تکنولوژی به‌روز گردشگر خارجی را وارد ایران کنند؛ اما مشکل را در بخش دیگری دانست و ادامه داد: «با وجود آنکه آژانس‌ها در تلاش هستند تا با تکنولوژی همراه شوند اما مشکلات های دیگر است. از یک طرف ایران سرعت اینترنت بالایی ندارد و از سوی دیگر کشورمان برای ارتباط با جهان تنها سه روز کاری زمان دارد و عملاً از پنجشنبه تا یکشنبه فعالیت بین‌المللی صورت نمی‌گیرد».

این به آن معناست که در این سه روز باید تمام کارها با سرعت پایین اینترنت پیش برود.» وی معضل دیگر را نبود های بین‌المللی دانست و بیان کرد: «به دلیل نبود حساب‌های بین‌المللی، برای پرداخت‌ها با مشکلات فراوان مواجه هستیم. این موانع دست به دست هم می‌دهد تا نگذارد تکنولوژی به درستی در خدمت گردشگری باشد.» نوسانات ارزی با وجود آنکه می‌تواند در زمینه گردشگر ورودی موثر باشد اما آنچه به عقیده پورفرج اجازه نمی‌دهد از آن پتانسیل بهره برده شود، تبلیغات منفی در زمینه نبود امنیت در کشور : «باید تبلیغات مثبت درباره ایران گسترش پیدا کند. جامعه تورگردانان با حضور در نمایشگاه‌های گوناگون در کشورهای ایتالیا، ژاپن، اسپانیا، اتریش، چین در این زمینه به سهم خود تلاش می‌کند. در حال حاضر نمایشگاهی که برای ما میلیون تومان تمام می‌شد، با توجه به نوسانات به میلیون تومان رسیده؛ اما با این وجود برای تبلیغ ایران این کار را خواهیم کرد.» ای نهایت به این موضوع تاکید کرد که علم به صنعت به ویژه صنعت گردشگری کمک خواهد کرد؛ اما به شرط آنکه زیرساخت‌های لازم در این زمینه وجود داشته باشد.

## پیشنهاد ایجاد مرکز مشاوره

در ادامه این نشست حمید ضرغام، عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی، گردشگری را یکی از اصلی‌ترین راه‌هایی دانست که به موجب آن کشور می به سمت توسعه حرکت کند: «به گفته تافلر در کتاب » تکنولوژی به دستخوش سه موج بوده. انقلاب کشاورزی، انقلاب صنعتی و انقلاب تکنولوژی. ما در حال حاضر در سومی‌بریم که از جمله مظاهر این دوره سرعت، شتاب و تغییر شیوه زندگی است؛ تغییراتی که باعث شده انسان‌ها زمان آزاد بیشتری داشته باشند. آهنگ سریع فناوری نوین، پیام‌آور جدیدی است و گردشگری را متفاوت کرده.» این استاد رسانه به‌عنوان قدرت یاد کرد که می‌تواند در بخش گردشگری نیز راهگشا باشد و ادامه داد: «طی گذشته گردشگری برابر افزایش پیدا کرده و تمام توجه‌ها به سمت توسعه پایدار است. در نتیجه اولین گام در این زمانه درک نیاز به تغییر است. این تغییر الزامی خواهد بود؛ اما اگر درک شود پذیرش آن راحت‌تر است. به هر حال تحول دیجیتالی در روزگار ما قوی‌تر از هر نیرویی در تاریخ عمل می‌کند. تحقیقات نشان می‌دهد آینده در خطر نابودی هستند و کسانی که وارد تکنولوژی شده‌اند از موقعیت برتری برخوردارند.»

ضرغام خاطرنشان کرد: «برای کسب و کار دیجیتالی باید دید چه قابلیت‌هایی لازم است تا مشتریان جذب شوند و افزایش رقابت پیش آید. بنابراین آنچه نیاز است ایجاد مرکز مشاوره تبدیل کسب و کار دیجیتال خواهد بود که در این شرایط می کمک.» پیام حنفی‌زاده، عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی تهران نیز درباره تکنولوژی وب و تاثیر آن ری و همچنین اقتصاد اشتراکی در این عرصه گفت: «تقریباً از سال افراد توانستند دو به دو یا چند نفری با هم در ارتباط باشند و دانش، اطلاعات و احساسات‌شان را با یکدیگر تبادل کنند. با توجه به این شرایط بود که اجتماعات مجازی مانند فیس‌بوک، تلگرام، واتس ... شکل گرفت. این تکنولوژی توانست در همه بخش‌ها به ویژه بخش گردشگری اشتراکی که البته موضوع تازه‌ای نیست را نگاه تازه‌ای ببخشد.» وی ادامه : «به این ترتیب، گردشگران نیازهای جدید دارند و باید به این نیازها پاسخ داد. این تکنولوژی‌ها بدون شبکه‌های اجتماعی امکان تحقق نداشت و در حال حاضر درخواست در این زمینه بالاست. ایران از این قاعده مستثنا نیست و باید خود را با چنین پیشرفت‌هایی همراه کند.»

بع: دنیای اقتصاد