مشاغل خانگی بستر انعطاف‌پذیر برای کارآفرینی

سپهرغرب، گروه اقتصادی – طاهره ترابی‌مهوش: در گفت‌گو با دانش‌آموخته مدیریت دولتی و مدرس کارآفرینی مشخص شد؛ مشاغل خانگی بستر انعطاف‌پذیر برای کارآفرینی در جامعه امروز ایران هستند.

با نگاهی به جوامع توسعه‌یافته متوجه می‌شویم که در تمام آن‌ها سیاست‌های حمایتی از مشاغل خانگی و خُرد، سال‌هاست که در حال اجرا و پیگیری بوده و باور به نقش مشاغل خانگی در رونق اقتصادی جامعه در آن‌ها نهادینه شده. از اجرای طرح‌های مشاغل خانگی در دنیا بیشتر از ۳۰ سال می‌گذرد و اکنون درصد زیادی از مشاغل در کشورهای توسعه‌یافته به مشاغل کوچک و خانگی وابسته هستند.

اهمیت کارآفرینی و ضرورت توجه به آن در توسعه کشورها و نقش مشاغل خانگی در توسعه اقتصادی به‌عنوان یک فعالیت کارآفرینانه امری اثبات‌شده و غیرقابل انکار است. بنا به اهمیت این موضوع در کشورمان ایران نیز بعد از دهه ۸۰ به نقش مشاغل خانگی در توسعه اقتصادی توجه بیشتری شد و بعدها با ورود اینترنت و رسانه‌های اجتماعی مشاغل خانگی شکل جدی‌تر و رسمی‌تری به خود گرفت. در چند سال اخیر و پس از آنکه جهان با بحران کرونا مواجه شد، مشاغل خانگی در کشور ما رشد فزاینده‌ای یافت و بستر اینترنت باعث رونق این نوع از کسب و کارها حتی در بین جوانان شد.

بر این اساس با توجه به اهمیت موضوع برآن شدیم تا درخصوص جایگاه مشاغل خانگی با سمانه زرین خلیلی؛ دانش‌آموخته دکتری مدیریت دولتی با گرایش رفتار سازمانی گفت‌وگویی ترتیب دهیم که در ادامه می‌خوانید:

■ **به‌نظر شما رشد کسب‌وکارهای خانگی در اقتصاد ایران چگونه بوده؟ چه عواملی باعث توسعه این مدل از کسب‌وکارها در سال‌های اخیر شده است؟**

بر اساس آمارهای موجود و بررسی‌های انجام‌شده، تعداد مجوزهای صادرشده برای کسب‌وکارهای خانگی و میزان اشتغال ایجادشده در این حوزه، نشان می‌دهد که طی سال‌های اخیر، این نوع کسب‌وکارها رشد قابل‌توجهی داشته‌اند. جالب‌تر اینکه برخی از آن‌ها ازجمله تولیدکنندگان مواد غذایی و فعالان حوزه صنایع‌دستی توانسته‌اند وارد بازارهای بزرگ‌تر شوند، علاوه بر این، کسب‌وکارهایی که رویکردهای نوآورانه و خلاقانه دارند نیز جایگاه خوبی در بازارهای بزرگ‌تر پیدا و مزیت رقابتی خود را حفظ کرده‌اند.

در مورد عوامل مؤثر بر رشد این نوع کسب‌وکارها، می‌توان به مواردی همچون افزایش نرخ بیکاری و نیاز به ایجاد درآمد مکمل، گسترش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی که بستر مناسبی برای معرفی و فروش محصولات فراهم کرده، تمایل افراد به استقلال مالی و داشتن کسب‌وکار شخصی، هزینه‌های پایین راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکارهای خانگی، انعطاف‌پذیری بالا که برخلاف مشاغل اداری نیازی به رعایت ساعت کاری مشخص ندارند، اشاره کرد.

برای مثال، زنان خانه‌دار می‌توانند در کنار انجام سایر امور روزمره، محصولات خوراکی تولید کنند و بدون نیاز به حضور در محیط کاری رسمی، درآمد داشته باشند؛ بنابراین این انعطاف‌پذیری یکی از مهم‌ترین عواملی است که باعث افزایش استقبال از مشاغل خانگی شده است.

■ **کسب‌وکارهای خانگی چه تأثیری بر کاهش بیکاری و افزایش درآمد خانوار دارند؟ آیا این مشاغل می‌توانند در درازمدت جایگزین مشاغل سنتی شوند؟**

کسب‌وکارهای خانگی تأثیر بسزایی در کاهش بیکاری و افزایش درآمد افراد و خانوارها دارند، یکی از دلایل اصلی این تأثیرگذاری، تغییر سبک زندگی مردم، به‌ویژه پس از همه‌گیری کرونا است به طوری که پس از این بحران، تمایل مردم به خریدهای برخط و استفاده از خدمات غیرحضوری افزایش یافت، این روند نه‌تنها در ایران بلکه در سطح جهانی باعث رشد مشاغل خانگی شد.

علاوه بر این، کسب‌وکارهای خانگی فرصت‌های شغلی مناسبی را برای گروه‌های مختلفی ازجمله زنان خانه‌دار، دانشجویان، افراد دارای محدودیت‌های حرکتی و حتی بازنشستگان فراهم کرده، برای مثال، در دوره‌های کارآفرینی که برای بازنشستگان برگزار کردم، متوجه شدم که بسیاری از آن‌ها علاقه‌مند به راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی هستند، تجربه کاری آن‌ها می‌تواند سرمایه‌ای ارزشمند برای راه‌اندازی این نوع مشاغل باشد و به آن‌ها کمک کند تا مهارت‌های خود را به درآمد تبدیل کنند.

این نوع کسب‌وکارها همچنین وابستگی افراد به کارفرما را کاهش داده و به رشد کارآفرینی کمک می‌کند، از سوی دیگر از طریق فضای مجازی، صاحبان مشاغل خانگی می‌توانند به بازارهای گسترده‌تری دسترسی پیدا کرده و دامنه فعالیت خود را گسترش دهند.

■ **گسترش کسب‌وکارهای خانگی چه تأثیری بر اقتصاد کلان کشور دارد؟ مهم‌ترین موانع قانونی و اقتصادی در مسیر رشد این مشاغل چیست؟**

قطعاً تأثیر قابل‌توجهی دارد. یکی از مزایای اصلی این روند، کاهش نرخ بیکاری و کاهش شکاف درآمدی است؛ بنابراین توسعه این مشاغل می‌تواند یکی از راهکارهای مؤثر برای رشد اقتصادی کشور باشد.

■ **در ارتباط با ایجاد این مشاغل، چه موانع قانونی و اقتصادی پیش روی کارآفرینان قرار دارد؟**

یکی از چالش‌های اصلی، نبود چارچوب قانونی مشخص برای ثبت، نظارت و حمایت از آن‌ها است. در حال حاضر، قوانین و مقررات خاصی برای ساماندهی این کسب‌وکارها وجود ندارد، همین امر موجب سردرگمی کارآفرینان و کاهش اعتماد آن‌ها به ایجاد کسب‌وکار می‌شود. به طوری که بسیاری از افراد تصور می‌کنند که برای ورود به این حوزه باید اطلاعات کاملی از قوانین داشته باشند، اما وقتی وارد این مسیر می‌شوند، متوجه می‌شوند که نیازی به دانستن همه این جزئیات نبوده است.

مشکل دیگر، نبود پوشش بیمه‌ای مناسب برای مشاغل خانگی است. بسیاری از این کسب‌وکارها از حمایت‌های بیمه‌ای برخوردار نیستند، این موضوع می‌تواند ریسک فعالیت را برای کارآفرینان افزایش دهد. علاوه بر موانع قانونی و بیمه‌ای، چالش‌های فرهنگی نیز وجود دارد، زیرا در برخی مناطق، نگاه مثبتی به مشاغل خانگی وجود ندارد و این نوع فعالیت‌ها هنوز به‌طور کامل پذیرفته نشده‌اند، محدودیت‌های فرهنگی در برخی مناطق باعث شده که افراد تمایلی به ورود به این حوزه نداشته باشند، اما اگر فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی مناسب انجام شود، این طرز فکر می‌تواند تغییر کرده و در نهایت منجر به توسعه اقتصادی آن مناطق شود.

■ **نقش آموزش و فناوری‌های نوین را در گسترش مشاغل خانگی به‌منظور رسیدن به رشد اقتصاد پایدار، چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

آموزش مهارت‌های کارآفرینی و مدیریت مالی می‌تواند به رشد پایدار این کسب‌وکارها کمک کند. همچنین، استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی و بلاک‌چین می‌تواند موجب توسعه این نوع مشاغل شود.

کارآفرینی به‌طور کلی به معنای شناسایی فرصت‌ها و تبدیل ایده‌ها به کسب‌وکار است، بسیاری از این کسب‌وکارها بر پایه ایده‌های نوآورانه و خلاقانه شکل می‌گیرند، بنابراین لازم است افراد آموزش ببینند که چگونه ایده‌پردازی کنند.

این در حالی است که برخلاف تصور عمومی، خلاقیت یک مهارت است که می‌توان آن را با آموزش تقویت کرد، بسیاری از تحقیقات نشان داده‌اند که افراد می‌توانند با تمرین و یادگیری، خلاقیت خود را توسعه دهند. بنابراین، آموزش‌های کارآفرینی باید شامل راهکارهایی برای ایجاد ایده‌های خلاقانه، شناخت مزیت‌های رقابتی و توسعه پایدار کسب‌وکار باشد.

یکی از مهم‌ترین مباحث در آموزش کارآفرینی، نحوه تبدیل ایده به کسب‌وکار، ایجاد تمایز نسبت به رقبا و تدوین راهبردهای بازاریابی و برندینگ است چراکه در مبحث مشاغل خانگی افراد باید بدانند که چگونه مشتریان خود را جذب کرده، فروش خود را افزایش دهند و از ابزارهای دیجیتال برای بهینه‌سازی کسب‌وکارشان استفاده کنند.

در مبحث فناوری‌های نوین نیز باید بگویم در سال‌های اخیر، با ورود فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی، تحول بزرگی در کسب‌وکارها رخ داده برای مثال، کسب‌وکارهای برخط می‌توانند از چت‌بات‌ها برای پاسخگویی به مشتریان، جمع‌آوری بازخوردها و نظرسنجی از تجربه خرید آن‌ها بهره ببرند، این فناوری‌ها می‌توانند به بهینه‌سازی فرایندهای کسب‌وکار و افزایش بهره‌وری کمک کنند.

همچنین، در زمینه خودکارسازی فرآیندها، می‌توانیم از هوش مصنوعی بهره ببریم. فناوری بلاکچین نیز در پرداخت‌های آنلاین، به‌ویژه در قالب قراردادهای هوشمند، کاربرد دارد چراکه این امکان موجب افزایش امنیت خریدهای برخط می‌شود و نگرانی‌های مربوط به این نوع خرید را کاهش می‌دهد که تأثیر بسزایی در جلب اعتماد کاربران خواهد داشت.

مع‌الوصف با توجه به آنچه گفته شد؛ حمایت‌های قانونی، فرهنگ‌سازی، آموزش مهارت‌های کارآفرینی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، چهار عامل کلیدی در توسعه پایدار کسب‌وکارهای خانگی و به بیان دیگر مشاغل خانگی محسوب می‌شوند.

ازطرفی کسب‌وکارهای خانگی از نظر ایجاد شغل و نوآوری در تولید و عرضه کالا و خدمات، موجب تنوع و دگرگونی بسیاری در بازارهای مختلف شده که برای بیشتر افراد به‌ویژه زنان، بستر مناسبی برای راه‌اندازی آسان و ساده فعالیت‌های اقتصادی فراهم می‌آورد و نقطه شروع مناسبی برای ورود به بازار کار محسوب می‌شود. علاوه بر این با توجه به افزایش روزافزون جویندگان کار و محدود بودن فرصت‌های شغلی، آماده نبودن زیرساخت‌های توسعه و از همه مهم‌تر کمبود منابع سرمایه، یکی از گزینه‌های مؤثر و راهبردی در توسعه‌ی اشتغال کشور «اشتغال کاربر» است؛ البته در این بین ذکر این نکته ضروری است که گرچه طبق بررسی‌های کارشناسی با «اشتغال سرمایه‌بر» از ضریب پایداری بیشتری نسبت به «اشتغال کاربر» برخوردار است ولی چون «اشتغال سرمایه‌بر» مستلزم سرمایه‌گذاری‌های کلان در بلندمدت است، در کوتاه‌مدت غلبه بر مشکل بیکاری از این روش مفید و میسر نیست چراکه در کشور ما ساختار جمعیتی نیروی بیکاران نشان می‌دهد به طور عمده سه گروه اصلی فارغ‌التحصیلان، زنان و جوانان که بیشتر از قشار آسیب‌پذیر هستند، در این هرم جمعیتی قرار دارند.

رئیس کارگروه ملی گردشگری و صنایع دستی پایدار بنیاد جهانی انرژی ایران:

همدان؛ گنجینه جاذبه‌های کمتر معرفی‌شده ایران

ارائه بسته پیشنهادی سفر برای معرفی ظرفیت‌های همدان و به اشتراک گذاشتن آن با دیگر دفاتر گردشگری سطح کشور ضروری است

سپهرغرب، گروه گردشگری – شهره کرمی: رئیس کارگروه ملی گردشگری و صنایع دستی پایدار بنیاد جهانی انرژی ایران، همدان را گنجینه جاذبه‌های کمتر معرفی‌شده کشور عنوان کرد و گفت: برای جذب بیشتر گردشگر به این شهر باید بیش از پیش به معرفی این دیار پرداخت و از بستر فضای مجازی برای این امر کمک گرفت.

استان همدان، با پیشینه‌ای غنی و تمدنی چند هزارساله، به‌عنوان یکی از کهن‌ترین شهرهای جهان و پایتخت تاریخ و تمدن ایران، از ظرفیت‌های بی‌نظیر گردشگری برخوردار است.

این استان، با ترکیبی از جاذبه‌های تاریخی، طبیعی، فرهنگی و مذهبی، می‌تواند به یکی از قطب‌های مهم گردشگری در ایران و حتی خاورمیانه تبدیل شود. همدان به‌عنوان پایتخت نخستین امپراتوری پارسیان (هخامنشیان) و محل زندگی بزرگان علم و ادب همچون بوعلی سینا و باباطاهر، گنجینه‌ای از آثار تاریخی را در خود جای داده است. ازجمله این جاذبه‌ها می‌توان به گنجنامه و کتیبه‌های سنگی دوره هخامنشی و ساسانی، آرامگاه بوعلی سینا که نماد معماری ایرانی- اسلامی است، آرامگاه باباطاهر، شهر زیرزمینی سامن اثری منحصربه‌فرد از معماری دست‌کند، محوطه تاریخی هگمتانه که هم‌اکنون نامش در جهان می‌درخشد، اشاره کرد.

از طرفی این شهر جاذبه‌های طبیعی بسیاری را در خود جای داده و همدان با طبیعتی بکر و چهارفصل، مقصدی ایده‌آل برای طبیعت‌گردان است؛ غار علیصدر به‌عنوان طولانی‌ترین و شگفت‌انگیزترین غار آبی جهان، دره‌های سرسبز الوند که مناسب کوهنوردی و اکوتوریسم هستند، پیست اسکی تاریکدره که از معدود پیست‌های اسکی غرب کشور است، سراب‌های گنجنامه و ملوسان که چشم‌اندازهای دلنشین به نمایش می‌گذارند ازجمله جاذبه‌های این کهن شهر هستند.

همدان با تنوع قومیتی (فارس، ترک، لر و کرد)، دارای آیین‌ها و جشن‌های محلی منحصربه‌فردی در روستاهای خود و صنایع دستی ارزشمندی مانند سفال لالجین است.

امروزه برخی ظرفیت‌های گردشگری جدید همچون جهان کوچک (مینی‌ورلد) نیز به جاذبه‌های گردشگری این شهر که پایتخت تاریخ و تمدن ایران زمین است، افزوده شده تا بتواند گردشگران بسیاری را به خود جذب کند؛ جهانی شدن هگمتانه نیز دیگر موضوعی است که با قرار گرفتن سایر عواملی که پیش‌تر بیان شد، این انتظار را در ذهن همگان ایجاد می‌کند که در ایامی همچون نوروز همدان نیز جزو استان‌های پر مسافر باشد اما سال ۱۴۰۴ شاهد چنین موضوعی نبودیم و جای همدان و جاذبه‌هایش، در فهرست پربازدیدترین جاذبه‌های کشور خالی است.

پر بازدیدترین آثار تاریخی در نوروز ۱۴۰۴ معرفی شدند. طبق آمار ارائه‌شده ۴۷۱ هزار نفر از تخت جمشید، ۴۶۵ هزار نفر از حافظیه، ۳۰۶ هزار نفر از سعدیه، ۲۰۶ هزار نفر از پاسارگاد، ۱۷۲ هزار نفر از ارگ کریمخان و ۱۵۸ هزار نفر از باغ فین بازدید داشتند و در کل چهار میلیون و ۷۰۰ هزار نفر، از این آثار تاریخی بازدید کردند، بازدیدها نسبت به سال گذشته ۲۸ درصد افزایش داشته است. این در حالی است که بر اساس آمار ارائه‌شده توسط میراث فرهنگی استان همدان، بیش از ۱۳۴ هزار نفر در نوروز ۱۴۰۴ در استان همدان اقامت داشته‌اند و از ۲۷ اسفند ۱۴۰۳ تا پایان روز شنبه ۱۵ فروردین‌ماه جمعاً یک میلیون و ۱۴۰ هزار و ۷۲۹ نفر از جاذبه‌های گردشگری طبیعی، تاریخی، فرهنگی و مذهبی همدان بازدید کرده‌اند که به تفکیک بیش از ۱۰۰ هزار نفر از غارعلیصدر، نزدیک به ۳۵ هزار نفر از سایت جهانی هگمتانه، بیش از ۶۰ هزار نفر از آرامگاه بوعلی سینا و بیش از ۵۰ هزار نفر از آرامگاه باباطاهر بازدید کرده‌اند.

> **بهره‌مندی مناسب از جدیدترین فنون فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی برای معرفی جذابیت‌های شهر همدان و جذب گردشگر ضروری است.**

همچنین با توجه به آمارهای ارائه‌شده در این مدت یک میلیون و ۷۹۴ هزار خودرو وارد استان شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۰ و نیم درصد رشد داشته است، البته بخشی از این آمار به افرادی اختصاص دارد که به منزل پدر، مادر، خواهر یا برادر خود اقامت دارند و یا از شهر همدان عبور کرده و به شهرهای غربی سفر کرده‌اند.

با این حال مقایسه این آمار نشان می‌دهد که همدان هنوز نتوانسته آنگونه که باید جذب گردشگر کند و در فهرست پربازدیدها قرار بگیرد؛ با آنکه ظرفیت‌هایی همچون هگمتانه جهانی و شگفت‌انگیزترین غار جهان را در خود جای داده است.

با توجه به آنچه بیان شد و اهمیت موضوع گردشگری، در خصوص عوامل مؤثر در افزایش حضور گردشگران در استان همدان با استاد دانشگاه و رئیس کارگروه ملی گردشگری و صنایع دستی پایدار بنیاد جهانی انرژی ایران گفت‌وگو کرده‌ایم که در ادامه می‌خوانید:

سیدرضا بهادری با بیان اینکه نزدیکی همدان به پایتخت و شهرهایی مثل کرمانشاه و کردستان، باعث شده تا بسیاری از افرادی که مقصدشان دیگر شهرهاست، برای سفر خود، مدت زمان کوتاهی در این شهر حضور داشته باشند، گفت: بیشتر این افراد بعد از صرف ناهار و داشتن چند بازدید کوتاه از برخی جاذبه‌های گردشگری همدان مانند آرامگاه بوعلی سینا یا باباطاهر به سفر خود ادامه می‌دهند.

وی مشکل اساسی شهر همدان را تبلیغات ضعیف و کمتر معرفی شدن آن دانست و ابراز کرد: شهر یزد نیز حدود ۲۰ سال پیش با این شرایط مواجه بود و شهر عبوری حساب می‌شد، مسافران چندین ساعت در یزد حضور داشتند و بعد از بازدید از مسجد جامع و آتشکده آن به دیگر شهرها همچون کرمان و شیراز سفر می‌کردند.

این استاد حوزه گردشگری افزود: بعد از اینکه به‌مرور زمان به بافت تاریخی، جاذبه‌های شهر و اطراف آن رسیدگی و به مردم معرفی شد، شاهد افزایش حضور گردشگران بودیم.

بهادری تصریح کرد: بعد از این اقدامات این شهر در فضاهایی مثل لونلی پلنت (یکی از حرفه‌ای‌ترین انتشارات در زمینه تولید کتاب‌های مسافرتی) و سایت آن که مورد توجه گردشگران خارجی است، معرفی شد؛ این امر کمک شایانی به معرفی یزد و افزایش حضور گردشگران در آن کرد.

وی ادامه داد: همدان نیز برای افزایش مدت اقامت مسافران در شهر، باید جاذبه‌های موجود مانند محوطه تاریخی هگمتانه که به‌عنوان بیست و هشتمین اثر ایران به فهرست میراث جهانی یونسکو اضافه شده را بیشتر معرفی کند تا گردشگران داخلی و خارجی از این طریق همدان را بیشتر بشناسند.

این استاد حوزه گردشگری تأکید کرد: البته باید توجه داشت که جذابیت این ظرفیت‌های گردشگری مانند هگمتانه به‌ویژه دیگر جاذبه‌های اطراف آن باید افزایش یابد.

بهادری خاطرنشان کرد: به‌طور مثال با معرفی جهان کوچک ملایر همگان متوجه خواهند شد که در سفر به همدان، با پیمودن مسیر یک‌ساعته می‌توانند از این فضا بازدید کنند و برای استراحت به همدان بازگردند.

وی یادآور شد: در شهر ما «میبد» که در فاصله ۵۰ کیلومتری از یزد قرار دارد و سایر جاذبه‌ها مانند اردکان، چک چک و خرانق از ظرفیت‌های مکمل این شهر هستند نیز به گردشگران معرفی شده و پیشنهاد می‌شود بعد از یک روز اقامت در شهر یزد، گردشگران از این ظرفیت‌ها نیز بازدید کنند.

وی عنوان کرد: معرفی جاذبه‌های گردشگری مکمل به گردشگران داخلی و خارجی، باعث ماندگاری و اقامت بیشتر آن‌ها در شهر یزد شد، در حالی که در گذشته این آثار به‌خوبی معرفی نشده بودند.

> **تهیه بسته پیشنهادی سفر که در آن به همه ظرفیت‌های گردشگری همدان اشاره داشته باشد و به اشتراک گذاشتن آن با دیگر دفاتر گردشگری سطح کشور و همکاری با آن‌ها، به معرفی گردشگری همدان کمک شایانی خواهد کرد.**

این فعال گردشگری ادامه داد: به‌نظر من برای همدان نیز باید چنین کاری کرد به گونه‌ای که با انتخاب آن به‌عنوان پایگاه و مورد توجه قرار دادن جاذبه‌هایی مانند گنجنامه و ظرفیت‌هایی مثل تله‌کابین و تله‌سیژ، مجموعه‌ای از ظرفیت‌های این شهر به مسافران معرفی شود.

■ **جای خالی تورهای سفر به همدان در برخی شهرهای کشور**

بهادری با بیان اینکه من در تورهای ارائه‌شده گردشگری شهر همدان کمتر معرفی جاذبه‌های آن را به‌صورت مجموعه مشاهده کرده‌ام یا به عبارتی تاکنون شاهد این موضوع نبوده‌ام که دفاتر گردشگری یزد تور همدان را به گردشگران معرفی کنند، افزود: این در حالی است که تور خرم‌آباد، کرمانشاه، کردستان و شمال را بسیار تبلیغ می‌کنند.

وی خاطرنشان کرد: به‌نظر می‌رسد این موضوع به‌دلیل این است که در این خصوص خیلی کار نشده تا یک بسته جامع تهیه شود، موضوع دیگر اینکه جاذبه‌های اطراف شهر مانند غارعلیصدر و سایر ظرفیت‌های موجود در شهرستان‌های اطراف بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

■ **تهیه مجموعه‌ای از ظرفیت‌های شهر همدان و معرفی آن به دفاتر گردشگری سطح کشور**

رئیس کارگروه ملی گردشگری و صنایع‌دستی پایدار بنیاد جهانی انرژی ایران عنوان کرد: تهیه بسته پیشنهادی که در آن به همه ظرفیت‌های گردشگری همدان اشاره داشته باشد و به اشتراک گذاشتن آن با دیگر دفاتر گردشگری سطح کشور و همکاری با آن‌ها، به معرفی گردشگری همدان کمک شایانی خواهد کرد.

بهادری اظهار کرد: دفاتر گردشگری همدان با گنجاندن همه جاذبه‌ها نه‌فقط تعداد خاصی از آن‌ها در مجموعه سفرهای پیشنهادی و همچنین توجه به ظرفیت گردشگری سایر شهرستان‌ها می‌توانند آثاری که مورد بی‌مهری قرار گرفته‌اند را نیز از این طریق به دیگران معرفی کنند.

وی اذعان کرد: همچنین با هماهنگی با رستوران‌ها و هتل‌های خوب شهر، می‌توانند بسته پیشنهادی سفر را کامل کرده و آن را به سایر همکاران خود در شهرهای دیگر مثل یزد و اصفهان معرفی و از آن‌ها برای سفر به این شهر دعوت کنند.

وی با اشاره به اینکه عید سال جاری در یزد نیز آمار حضور گردشگران کاهش یافته که با توجه به همزمانی نوروز با ماه مبارک رمضان و شب قدر به دور از انتظار نبود، گفت: از طرفی چند سالی است که مردم مقصد سفر خود را شهرهای جنوبی و مانند بوشهر، خوزستان، بندرعباس و استان فارس که در مسیر قرار دارند، انتخاب می‌کنند.

وی یادآور شد: ۱۰ سال پیش شهر یزد در ایام نوروز بیشتر از شهرهای جنوبی جذب گردشگر داشت، اما اکنون تبلیغات گسترده شهرهای جنوبی در فضاهایی مانند اینستاگرام، باعث شده تا مردم ترغیب شوند در این روزها به جنوب سفر کنند.

این استاد حوزه گردشگری در بخش دیگر سخنان خود با اشاره به تغییر ذائقه مردم که دلیل اصلی کاهش مسافران در برخی شهرهاست، تصریح کرد: البته همدان باید در طول سال اقداماتی انجام دهد تا بتواند در فصل‌های بهار، تابستان و پاییز جذب گردشگر کند، چراکه بهترین زمان برای سفر به این دیار است.

بهادری در ادامه افزود: معرفی جاذبه‌ها در بستر فضای مجازی به‌ویژه اینستاگرام، دعوت از گروه‌های اینفلوئنسر مارکتینگ، افراد تأثیرگذار و افرادی که پایگاه اجتماعی قوی در اختیار دارند، کمک خوبی برای معرفی شهر همدان است.

وی یادآور شد: بیش از ۴۰ میلیون نفر ایرانی در اینستاگرام حضور دارند و معرفی جاذبه‌ها در این فضا بسیار تأثیرگذار خواهد بود و موجب افزایش سفر به این مقصد خواهد شد.

■ **استفاده از بستر فضای مجازی تأثیر بسزایی در جذب گردشگر خواهد داشت**

رئیس کارگروه ملی گردشگری و صنایع‌دستی پایدار بنیاد جهانی انرژی ایران بهره بردن از جدیدترین فنون فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی برای معرفی جذابیت‌های شهر همدان و جذب گردشگر را ضروری دانست.

بهادری در بخش پایانی سخنان خود به تأثیر زیرساخت‌های مناسب در جذب گردشگر پرداخت و گفت: ازجمله این زیرساخت‌ها می‌توان به مراکز اقامتی و رستوران با قیمت‌های مناسب اشاره کرد؛ چراکه افراد برای سفر به همه جوانب توجه می‌کنند، هرچه این موارد بهتر باشند، عملکرد بهتری را شاهد خواهیم بود.

استان همدان با دارا بودن مزیت‌های کم‌نظیر تاریخی، طبیعی و فرهنگی، می‌تواند به یکی از قطب‌های گردشگری ایران تبدیل شود. تحقق این امر مستلزم برنامه‌ریزی جامع، سرمایه‌گذاری هدفمند و همکاری میان دستگاه‌های دولتی، بخش خصوصی و جامعه محلی است. با اجرای راهکارهای فوق، همدان می‌تواند جایگاه واقعی خود را در صنعت گردشگری ایران و جهان به‌دست آورد.

برای بهره‌برداری از این ظرفیت‌ها و تبدیل همدان به مقصدی جهانی، عواملی همچون بهبود زیرساخت‌ها با توسعه شبکه حمل‌ونقل هوایی (افزایش پروازهای فرودگاه همدان، ارتقای جاده‌های دسترسی به جاذبه‌ها (مانند مسیر همدان به غار علیصدر)، احداث اقامتگاه‌های بوم‌گردی و هتل‌های استاندارد مورد توجه است.

در کنار این موضوع بازاریابی و تبلیغات هدفمند برای گردشگری همدان ضروری است و باید در رسانه‌های ملی و بین‌المللی با تمرکز بر جاذبه‌های منحصربه‌فرد معرفی شود و در کنار آن، بر برگزاری جشنواره‌های فرهنگی و طبیعت‌گردی تمرکز کرد. البته نباید از استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی و تأثیرگذاران گردشگری غافل شد.

راه‌اندازی نرم‌افزار جامع گردشگری همدان با قابلیت راهنمای صوتی و تصویری، نصب تابلوهای راهنمای چندزبانه در جاذبه‌های تاریخی و طبیعی، مرمت و ساماندهی آثار تاریخی (مانند تپه هگمتانه)، ایجاد امکانات رفاهی در اطراف جاذبه‌های طبیعی (پارکینگ، سرویس بهداشتی، نمازخانه)، ارائه تسهیلات به سرمایه‌گذاران حوزه گردشگری، حمایت از راه‌اندازی تورهای تخصصی (تاریخی، طبیعت‌گردی، ماجراجویانه)، برگزاری دوره‌های آموزشی برای راهنمایان گردشگری و فعالان این حوزه و جذب و تربیت نیروهای متخصص در مدیریت گردشگری از دیگر لازمه‌های گردشگری همدان است.

کلام آخر اینکه مقصدِ سفر شدن همدان، نیازمند برنامه جامع، مستمر و تبلیغات درست و گسترده است که به همت همگانی و نوآوری در معرفی نیاز دارد.