

تحریک تقاضا و رونق بازار گردشگری لرستان در دوران همزیستی با بیماری کرونا

زینب حاجری^۱

۱- نائب رئیس شرکت پژوهشی-آموزشی گردشگری کاسیت نشینان زاگرس

چکیده

جهانگردی بخش قابل توجهی از بسیاری از اقتصادهای ملی است و شوک فوری و عظیم بخش گردشگری ناشی از بیماری همه گیر ویروس کرونا، اقتصاد گسترده تر را تحت تأثیر قرار داده است. در این پژوهش از مدل کروج و ریچی برای رقابت‌پذیری اقتصاد گردشگری از طریق پرسشنامه مجازی و بازدید گردشگران طی سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۷ مورد مطالعه قرار گرفته است. این پژوهش با توجه به مکان های مورد نظر استان لرستان ۷ مکان طبیعی، ۵ شاخص رقابت‌پذیری و ۱۶ متغیر با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه مطالعه شده‌اند. نتایج حاصل از پژوهش بیان می‌کند، بیشترین تاثیر، مربوط به شاخص جغرافیایی و کمترین شاخص اقتصادی است. مهم‌ترین موضوع، جغرافیای منطقه، از جمله آب و هوا، پوشش گیاهی و چشم‌انداز که از عوامل خدادادی در منطقه هستند، موجب جلب رضایت گردشگران شده است. از ملزومات مناسب هر جاذبه، وجود بازارهای کوچک و جذاب، بدون هیچ‌گونه آسیب‌پذیری به مکان جاذبه، از جمله برپا کردن سیاه چادر که قابل حمل کردن باشد.

واژگان کلیدی: تحریک تقاضا، رونق بازار گردشگری، کرونا، لرستان

۱- مقدمه

ویروس کرونا (COVID-19) با توجه به شوک فوری و بی حد و حصر این بخش، بحران بی سابقه ای را در اقتصاد گردشگری ایجاد کرده است. تخمین‌های OECD تجدید نظر شده در مورد تأثیر COVID-19 به ۶۰٪ کاهش در گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۲۰ اشاره دارد.

تأثیر بحران در کل اکوسیستم گردشگری احساس می‌شود و بازگشایی و بازسازی مقاصد نیاز به یک رویکرد مشترک دارد. مشاغل و کارگران جهانگردی از بسته‌های محرک اقتصادی در سطح اقتصاد بهره‌مند می‌شوند، بطوری که بسیاری از دولت‌ها اقدامات ویژه گردشگری را نیز ارائه می‌دهند.

از آنجایی که دولت‌های سراسر جهان اقدامات بی سابقه‌ای را برای مهار این ویروس در نظر گرفته‌اند، محدودیت در سفر، فعالیت‌های تجاری و تعاملات بین مردم اقتصاد گردشگری را به بن بست می‌رساند. اکنون بسیاری از کشورها وارد مرحله جدیدی در مبارزه با ویروس می‌شوند و همزمان مدیریت بازگرداندن اقتصاد گردشگری را نیز بر عهده دارند. این یک کار پیچیده و چالش برانگیز است و کمی کردن تأثیر آن بر اقتصاد گردشگری دشوار است.

محدودیت‌های سفر و اقدامات مهار احتمالاً برای مدت طولانی‌تری برقرار خواهد شد و انتظار می‌رود تنها در صورت بروز امواج جدید، به تدریج برداشته شود. حتی وقتی زنجیره‌های تأمین گردشگری دوباره شروع به کار می‌کنند، پروتکل‌های جدید بهداشتی به معنای فعالیت مشاغل با ظرفیت محدود است. بهبود تقاضای از طرفی نیز با توجه به پیامدهای بهم پیوسته بحران‌های اقتصادی و بهداشتی و رفع تدریجی محدودیت‌های سفر، مدتی طول خواهد کشید، در حالی که اعتماد مصرف‌کننده و رفتار مسافرت با طولانی‌تر شدن همه‌گیر تأثیر بیشتری خواهد داشت. این برای بسیاری از اقتصادهای ملی پیامدهای ناگوار خواهد داشت.

سناریوهای تجدید نظر شده نشان می‌دهد که این شوک ضمنی می‌تواند به کاهش ۶۰-۸۰٪ در اقتصاد گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۲۰ بستگی داشته باشد، این موضوع بستگی به مدت زمان بحران و سرعت بازگشت سفر و گردشگری دارد^۱. همه‌گیری ویروس کرونا در شاخه‌های مختلف بخش گردشگری، شرکت‌ها و مقاصد مختل‌کننده بوده است، در حال حاضر و در بلندمدت برخی از بخش‌ها بیشتر از بخش‌های دیگر تحت تأثیر قرار گرفته‌اند. این ارتباطات آشکاری با SME دارد زیرا اکثر شرکت‌های بخش گردشگری در مقیاس کوچک هستند. با توجه به منابع محدود و موانع موجود در دستیابی به سرمایه دوره‌ای که SME می‌تواند از یک شوک کوتاه‌تر از شرکت‌های بزرگتر خواهد شد. همان‌طور که از چشم‌انداز موقت OECD خبر می‌دهد، این خطر وجود دارد که در غیر این صورت شرکت‌ها، به ویژه شرکت‌های متوسط، ورشکسته شوند در حالی که اقدامات مهار محدود

¹ International tourism refers to tourism that crosses national borders for tourism purposes (leisure, business etc.). OECD estimates are based on international tourism arrivals in the OECD area.

هستند.^۲ آژانس گردشگری ژاپن ۳٫۶ میلیارد JPY هزینه خواهد کرد تا اطلاعات دقیق به موقع را به مسافران بین‌المللی ارائه دهد و مقاصد گردشگری را جذابتر کند تا به زودی پس از پایان همه‌گیری، گردشگران را به خود جلب کند.

ایرلند، در حال نهایی کردن دستورالعمل‌های دقیق این بخش، با مشورت با صنعت گردشگری و مقامات مربوطه است، تا به مشاغل گردشگری کمک کند تا مطابق با پروتکل ملی "بازگشت به کار با خیال راحت" مطابق با نیازهای مسافت و تمیزکاری اجتماعی باشند.

در ایتالیا، پس از اقدامات موقت در ۱۹ مارس برای حمایت از بخش گردشگری، اقدامات جدیدی برنامه‌ریزی شده است، از جمله برای اخراج کارگران فصلی تا پایان ماه جولای و استراحتگاه‌های دریایی و فضای باز برای کارهای تعمیر و نگهداری معمولی.

در کره، جهانگردی به عنوان یک بخش حمایت از اشتغال ویژه تعیین شده است و برای حمایت از اشتغال واجد شرایط است که حداکثر ۹۰٪ از کمک هزینه مرخصی سالانه را به مدت ۶ ماه برای حمایت از حفظ شغل در این بخش فراهم کند.

در نروژ، نرخ مالیات بر ارزش افزوده، که برای حمل و نقل مسافر، محل اقامت و اکثر رویدادها و جاذبه‌های فرهنگی اعمال می‌شود، از ۳۱٪ به ۸٪ تا ۳۱ اکتبر ۲۰۲۰ کاهش یافته است.

در لهستان، وزارت گردشگری یک راهنمای پرسش و پاسخ برای مسافران و مجریان تور را اجرا می‌کند این راهنما به آیین‌نامه‌هایی اشاره دارد که حقوق نهادهای بازار گردشگری را مشخص می‌کند، با تأکید ویژه بر مقرراتی که ممکن است در شرایط فعلی اعمال شود.

اسپانیا، دستورالعمل‌هایی را تهیه کرده است که توسط وزارت کار و اقتصاد اجتماعی در مورد چگونگی فعالیت در جنبه‌های مربوط به کار در زمینه ویروس کرونا، و وزارت صنعت، تجارت و گردشگری در مورد شیوه‌های خوب برای مشاغل و کارگران در بخش جهانگردی انجام داده است.

در انگلستان یک طرح حفظ شغل معرفی کرده است که در آن کارفرمایان کوچک و بزرگ واجد شرایط تقاضای کمک هزینه دولت برای ۸۰٪ حقوق کارگران حداکثر تا ۲۵۰۰ GBP در ماه خواهند شد. این طرح به تاریخ ۱ مارس تغییر خواهد یافت. در ۱۲ ماه مه، وزیر امور خارجه این طرح را تا پایان اکتبر سال ۲۰۲۰ تمدید کرد و جزئیات بیشتر تا پایان ماه مه به اشتراک گذاشته خواهد شد.

در استرالیا، یک طرح ضمانت SME از حداکثر ۴۰ میلیارد استرالیا وام به SME با گردش مالی کمتر از ۵۰ میلیون استرالیا، از جمله بازرگانان منفرد و سازمان‌های غیر انتفاعی پشتیبانی خواهد کرد، دولت تا ۵۰ درصد وام‌های جدید

² International Civil Aviation Organisation, Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation: Economic Impact Analysis, 8 May 2020.

را تضمین می‌کند. علاوه بر این، تسهیلات سرمایه‌گذاری صادراتی COVID-19 یک تسهیلات ۵۰۰ میلیون AUD برای کمک به صادرکنندگان استرالیایی با سودآوری قبلی است که تجارت آنها تحت تأثیر COVID-19 قرار گرفته است. صادرکنندگان می‌توانند از طریق تسهیلات به وام‌های ۲۵۰,۰۰۰ تا ۵۰ میلیون استرالیایی دسترسی داشته باشند.

در کرواسی مجموعه‌ای از اقدامات را برای حمایت از مشاغل گردشگری اجرا کردند، از جمله به تعویق انداختن پرداخت هزینه‌ها، مالیات گردشگری و افزایش نقدینگی. علاوه بر اقدامات خاص گردشگری، مداخلات اقتصادی عمومی با درج گردشگری در حوزه صندوق ضمانت صادرات با هدف ایجاد صدور ضمانت‌نامه برای وام‌های بانکی برای نقدینگی اضافی، از این بخش حمایت می‌کند.

در فرانسه، دولت شرایط لغو رزرو سفر (و مشابه آن) را تغییر داد تا اجازه دهد بازپرداخت با اعتبار یا کوپن معادل مبلغی برای خدمات آینده جایگزین شود. هدف این است که از خروج فوری وجه نقد جلوگیری کرده و به مشاغل کمک کند تا مرحله بسیار دشواری را پشت سر بگذارند، در صورتی که مشتریان از اعتبار یا کوپن استفاده نکنند، واجد شرایط درخواست بازپرداخت پس از ۱۸ ماه هستند.

در یونان، یک خط ارتباطی باز ایجاد شده است تا اپراتورهای گردشگری، مشاغل و نمایندگان بازار بتوانند با وزارت گردشگری تماس بگیرند تا مسائل جدید را برطرف کنند، در حالی که اطلاعات اصلی نیز از طریق وب سایت وزارت منتشر می‌شود.

در ايسلند، پرداخت و اخذ مالیات اقامت شبانه (مالیات شب و تخت) از ۱ آوریل ۲۰۲۰ تا ۳۱ دسامبر ۲۰۲۱ به حالت تعلیق در می‌آید، در حالی که ساکنان بالای ۱۸ سال به طور مشترک ۱,۵ میلیارد ISK بن کارت سفر از دولت برای هزینه‌های داخلی دریافت می‌کنند.

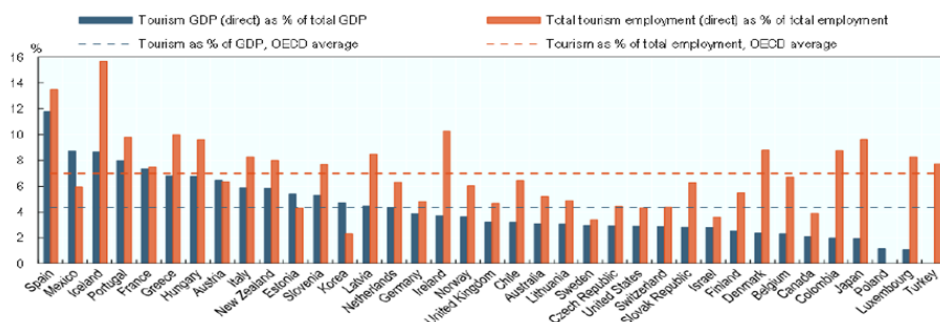
کره مقررات آرامش بخشی برای حمایت از بخش گردشگری در دوره COVID انجام خواهد داد. این اقدامات شامل ساده سازی سیستم طبقه بندی هتل ها، مشروعیت بخشیدن (نهاده سازی) به اشتراک گذاری سیستم عامل های اقامت در اقتصاد، ترویج تفریحات و گردشگری در جنگل ها و اجرای مقررات خاص آرام برای صنعت کمپینگ است.

در نیوزیلند، برنامه گذار گردشگری به مشاغل محوری به سمت بازارهای داخلی و استرالیا، خواباندن یک کسب و کار یا سایر گزینه‌ها مشاوره و پشتیبانی ارائه می‌دهد. گردشگری نیوزیلند (TNZ) بینش و دیدگاه مشتری در مورد شرایط بازار خارج از کشور را فراهم می‌کند. خدمات پشتیبانی آنلاین تخصصی را ارائه داند که توسط تیمی متشکل از ۶۰ مربی از مدارس هتل و جهانگردی ارائه شده است، که ارائه خدمات مشاوره‌ای به مشاغل و پرداختن به مسائل خاص عملیاتی، کمک می‌کند تا برنامه‌های پیش بینی شده برای COVID-19 را طراحی کنند.

در اسپانیا اقدامات اقتصادی ارائه شده برای پاسخگویی به بحران COVID-19 شامل تعلیق سود و پرداخت اصلی وام‌هایی است که قبلاً توسط دبیرخانه امور خارجه جهانگردی اعطا شده و به تعویق انداختن سود پرداختی یا اصل وام توسط مناطق به شرکت‌ها و خود اشتغالی تحت تأثیر این بحران است.

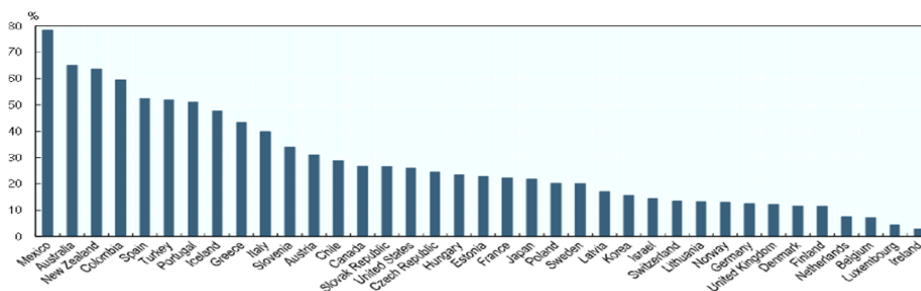
در سوئد، به عنوان بخشی از بسته بحران ۳۰۰ میلیارد کرون برای کمک به مشاغل درگیر، دولت تضمین‌های اعتباری را برای شرکت‌های هواپیمایی در سال ۲۰۲۰ حداکثر ۵ میلیارد کرون، که ۱,۵ میلیارد کرون برای SAS در نظر گرفته شده است. انجمن اعتبار هتل سوئیس تعویق تاخیر وام‌های حداکثر یک ساله را به مشتریان موجود اعطا می‌کند. قوانین کمک‌های دولتی اتحادیه اروپا کشورهای عضو را قادر می‌سازد تا به شرکت‌ها کمک کنند تا با کمبود نقدینگی و نیاز به کمک فوری برای نجات مقابله کنند. کشورهای عضو می‌توانند خسارات شرکت‌ها را به طور مستقیم ناشی از وقایع استثنایی از جمله اقدامات در بخش‌هایی مانند هواپیمایی و جهانگردی جبران کنند.

در حالی که نروژ و انگلستان، هر دو نقش مهم سازمان‌های مدیریت مقصد (DMO) را در ارائه حمایت حیاتی و راهنمایی‌های تخصصی از SME های گردشگری در دوره پس از COVID شناسایی کرده‌اند. به عنوان مثال، یک صندوق ۱,۳ میلیون GBP را اداره کرده است تا از عملکرد مستمر DMO در طی همه‌گیری اطمینان حاصل کند. ضمن شناخت ماهیت استثنایی اقدامات پاسخگویی کشور و چالش‌هایی که دولت‌ها برای تنظیم برنامه‌های جدید در یک بازه زمانی کوتاه مدت با آن روبرو بوده‌اند، پیام پیوسته‌ای که از نمایندگان صنعت بر می‌آید، نیاز فوری به تزریق نقدینگی فوری برای مشاغل در سراسر زنجیره تامین گردشگری است و بسته‌های محرک اقتصادی و اقتصادی به موقع به بخش گردشگری نمی‌رسند.



شکل ۱. سهم مستقیم گردشگری در اقتصادهای OECD

تولید ناخالص داخلی به GVA برای کانادا، شیلی، کلمبیا، دانمارک، فنلاند، آلمان، یونان، مجارستان، ایتالیا، لتونی، لیتوانی، مکزیک، هلند، نیوزیلند، پرتغال، سوئد، سوئیس، انگلستان و انگلیس اشاره دارد.



شکل ۲. سهم گردشگری در صادرات خدمات

کشور ایران نیز از نظر تاثیر ویروس کرونا بر گردشگری مستثنی نبوده و تقریباً همه بخش‌های گردشگری در کشور را تحت تاثیر قرار داده است. در ایران نیز قرار دادن محدودیت‌های کسب و کارهای گردشگری و تمامی اشتغال‌ها، موجب ضربه‌های سنگین اقتصاد به پیکره اقتصاد ملت و اقتصاد گردشگری شده است.

سازمان جهانی گردشگری، شاخص رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری در هر سال را اندازه‌گیری می‌کند. رتبه ایران در سال ۲۰۱۷، ۹۳ بوده و در سال‌های گذشته با وجود انجام فعالیت‌های گسترده در سال ۲۰۱۴، به رتبه ۱۱۴ رسیده است، که این نشان از ضعف شاخص بین‌المللی از منظر جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی است.

در متون گردشگری، تعاریف مختلفی برای رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری بیان شده است و از متغیرهای مختلفی برای سنجش شاخص‌ها استفاده شده است. کروچ و ریچی (۱۹۹۹)، این تعریف را براساس موفقیت اقتصادی ساکنان مد نظر ارائه کرده‌اند. استفان و ندلی (۲۰۰۸)، از مدل گیلبرت برای رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری یونان استفاده کرده‌اند. پایک و میسون (۲۰۱۱)، مدل پاک را برای بررسی رقابت‌پذیری مقاصد ساحلی کشور استرالیا به کار برده‌اند. گوفی (۲۰۱۳)، در پژوهشی با عنوان «مدلی برای رقابت‌پذیری مقصد گردشگری، مطالعه موردی مقاصد برتر کشور ایتالیا» با استفاده از مدل کروچ و ریچی، ۶۱۰ مقصد گردشگری کشور ایتالیا را بررسی کرده است. دوبریوویچ (۲۰۱۳)، از مدل پورتر برای مقاصد گردشگری صربستان استفاده کرده است. کشورهای سوئیس و اتریش که در رتبه‌های بالاتری در گزارش رقابت‌پذیری گردشگری جهانی برخوردارند، از شاخص‌های مدل پون برای بهبود رقابت‌پذیری گردشگری مقاصد خود استفاده می‌کنند (مازورک، ۲۰۱۴). تنها (۱۳۸۸)، در پژوهشی با عنوان اولویت‌بندی عوامل موثر بر رقابت‌پذیری گردشگری شهر اصفهان از دیدگاه گردشگران داخلی با استفاده از مدل داویر و کیم عوامل موثر بر رقابت‌پذیری شهر اصفهان با توجه به سطح دانش و آگاهی گردشگران داخلی را بررسی کرده است. همچنین عباسی (۱۳۸۹)، در پژوهش «الگوی مناسب به منظور مدیریت استراتژیک مقاصد گردشگری بر اساس مدل‌های موجود» با استفاده از پنج‌دسته مدل‌های موجود در زمینه رقابت‌پذیری و برنامه‌ریزی مقصد گردشگری از جمله مدل کروچ و ریچی، رقابت‌پذیری شهرستان خرم‌آباد را بررسی کرده است. منطقه مورد مطالعه استان لرستان است که از بین جاذبه‌های طبیعی گردشگری، به عنوان نمونه‌ای از جامعه جاذبه‌ها آبشارهای بیشه، نوزیان، آب

سفید، چکان، وارک، دریاچه گهر و سراب کهمان مورد مطالعه قرار گرفته اند. هدف از انجام این پژوهش، تحریک تقاضای گردشگری مناطق طبیعی با توجه به محدودیت کرونا، در استان لرستان است.

۲- مواد و روش تحقیق

محدوده مورد مطالعه در پژوهش واقع در غرب کشور ایران در محدوده میانی کوه های زاگرس، بین ۴۶ درجه و ۵۱ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۳۰ دقیقه شرقی از نصف النهار گرینویچ و ۳۲ درجه و ۳۷ دقیقه تا ۳۴ درجه و ۲۲ دقیقه شمالی قرار گرفته است. این منطقه مساحتی معادل ۲۸۲۹۴ کیلومتر مربع را دارا می باشد.



شکل ۱: موقعیت جغرافیایی لرستان

مدل کروچ و ریچی

کروچ و ریچی مدلی را برای تحلیل رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری ارائه دادند که مدلی مفهومی از رقابت مقاصد است. این مدل بر مبنای مدل «الماس رقابت‌پذیری ملی» پورتر (۱۹۹۰) استوار است. تأکید این مدل نه بر شرکت‌ها و محصولات، بلکه بر صنایع خدماتی و اقتصادهای ملی بوده است. آنها معتقدند که قدرت رقابت یک مقصد باید نه تنها به وسیله قابلیت آن در ارتقای شیوه زندگی و شکوفایی اجتماعی آن، بلکه بر مبنای سنجش کارایی تخصیص منابع، اندازه‌گیری شود. این مدل شامل پنج بعد است (کروچ، ۲۰۰۷): عوامل و منابع پشتیبان، منابع و جاذبه‌های محوری، مدیریت مقصد، خط مشی، برنامه‌ریزی و توسعه مقصد و مشخصه‌های کیفی (مشخصه‌های تعدیل‌کننده و تقویت‌کننده).

عوامل و منابع پشتیبان، عواملی‌اند که برای ایجاد یک صنعت گردشگری موفق ضروری بوده و شامل زیرساخت‌های مقصد و منابع تسهیلاتی‌اند. منابع و جاذبه‌های محوری شامل مؤلفه‌های اولیه جاذبیت مقصد و درواقع دلیل اصلی انتخاب مقصد برای بازدیدکننده هستند. مدیریت مقصد بر فعالیت‌هایی متمرکز است که سایر اجزاء را تحت تأثیر قرار دهد. این عوامل نخست از راه افزایش جاذبیت و جاذبه‌های منبع‌محور و دوم با افزایش کیفیت و اثربخشی عوامل پشتیبان افزایش می‌یابد. عامل چهارم خط‌مشی برنامه‌ریزی و توسعه مقصد است که شامل حسابرسی، کنترل و ارزیابی، مأموریت، تحلیل رقابتی/مشارکتی، جایگاه‌یابی، توسعه و تعریف سیستم است. مشخصه‌های کیفی (مشخصه‌های تعدیل‌کننده و تقویت‌کننده) نیز شامل عواملی است که تأثیر چهار عامل دیگر را تعدیل می‌کند. این عوامل شامل متغیرهای کلیدی مهمی است، مثلاً هزینه‌های کلی و امنیت که خارج از کنترل بخش گردشگری است، اما نقش مهمی در رقابت مقصد ایفا می‌کند (انرایت و نیوتن، ۲۰۰۴). این مدل توضیح می‌دهد که موفقیت مقصدها، به رقابت‌پذیری همه بخش‌های اقتصادی صنعت بستگی دارد. تجزیه و تحلیل بیشتر نشان می‌دهد که رقابت‌پذیری گردشگری وظیفه بخش‌های مختلف سازمان گردشگری مقصد است. همچنین این مدل بر وجود عوامل بی‌شماری تأکید می‌کند که رقابت‌پذیری یک مقصد را تعیین می‌کنند. رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری به توانایی آنها در زمینه افزایش کارایی هریک از این عوامل بستگی دارد. برخلاف سایر مدل‌ها که بیشتر بر محصول گردشگری و تصویر مقصد تأکید می‌کنند، مدل کروچ و ریچی با افزودن عناصری همچون مدیریت مقصد، عوامل پشتیبان و مشخصه‌های تعدیل‌کننده به سایر عوامل (جاذبه‌ها و منابع اصلی)

یکی از جامع‌ترین مدل‌هاست. مدل پیشنهادی آنها در دو لایه ارائه شده است؛ لایه خارجی نشان‌دهنده مزیت‌های نسبی (انباشت منابع) و مزیت‌های رقابتی است و لایه داخلی شامل مؤلفه‌هایی است نظیر (کروچ، ۲۰۰۷):

محیط رقابتی، محیط جهانی (کلان)، عوامل و منابع پشتیبان (مانند زیرساخت‌ها، دسترسی، منابع تسهیلاتی)، منابع و جاذبه‌های محوری (شامل اقلیم، فرهنگ و تاریخ، روابط مقصد با مناطق عمده مبدا گردشگری، آمیخته فعالیت‌ها، رویدادهای ویژه و روساخت‌های گردشگری)، مدیریت مقصد (بازاریابی، خدمات، اطلاعات، سازمان‌ها)، خط مشی، برنامه‌ریزی و توسعه و مشخصه‌های تعدیل‌کننده و تقویت‌کننده با مشخصه‌های کیفی (هزینه، امنیت، موقعیت).

کروچ مزایای خاص مدل خود و ریچی را به صورت زیر برمی‌شمرد:

۱- مدل ارائه‌شده تا زمان خود گسترده‌ترین و جامع‌ترین مدل ارائه‌شده در ادبیات موضوع بوده است.

۲- مدل آنها در طول زمان و با استفاده از ابزارهای متعدد توسعه یافته است. برخی از این ابزارها عبارت‌اند از: پژوهش‌ها و مشاوره‌ها، ارائه‌ها و مباحث مطرح‌شده در کنفرانس‌ها، گروه‌های کانون، مصاحبه با مدیران مقاصد گردشگری، استفاده در دوره‌های مدیریت مقصد و نهایتاً گرفتن بازخوردها و درون‌نگری‌های انجام‌شده در طی زمان.

۳- این مدل در قالب یک مدل جامع‌نگر برای سنجش رقابت‌پذیری هر مقصدی توسعه یافته است و مختص به یک موقعیت خاص نیست. برای تحقق این هدف، مدل ارائه‌شده از پرداختن به پارامترهای جزئی مانند رقابت قیمتی یا جذابیت مقصد را فراتر گذاشته و کلیه متغیرهای مرتبط با رقابت‌پذیری را در نظر گرفته است. در نهایت داشتن مزایای فوق باعث شده است که مدل مفهومی کروچ و ریچی دارای بیشترین کاربرد در صنعت گردشگری باشد (کروچ، ۲۰۰۷).

کروچ و ریچی می‌گویند رقابت‌پذیری هر مقصد در ابتدا به ظرفیت‌های آن مقصد برای دستیابی به تعدادی از اهداف بستگی دارد. بخشی از آنها به تقاضای گردشگران مرتبط است، ولی قابلیت‌ها و استعدادها موجود در هر مقصد گردشگری از اهمیت بیشتری برخوردار است. برای شناسایی این ظرفیت‌ها و قابلیت‌ها ارائه‌دهندگان مدل استفاده از دانش، تجربه و دیدگاه‌های مدیران مقصد، پژوهشگران و سایر افراد مرتبط با هر مقصد را بهترین نقطه شروع استخراج شاخص‌های رقابت‌پذیری هر مقصد می‌دانند. به همین منظور نیز برای گام اول انجام مطالعه بر اساس مصاحبه و تحلیل با خبرگان را توصیه می‌کند (کروچ، ۲۰۰۷).

یافته‌ها

اقتصاد جهانگردی به شدت تحت تأثیر ویروس کرونا (COVID-19) قرار گرفته و اقداماتی برای مهار گسترش آن انجام شده است. بسته به مدت زمان بحران، سناریوهای تجدید نظر شده نشان می‌دهد که شوک بالقوه می‌تواند بین کاهش ۶۰-۸۰٪ در اقتصاد گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۲۰ باشد. فراتر از اقدامات فوری برای حمایت از بخش گردشگری، کشورها نیز به سمت توسعه اقدامات بهبودی حرکت می‌کنند. موقعیت ایران براساس ارزیابی نتایج اقتصاد گردشگری در EMBARGO، در جداول ۱ و ۲ بیان شده است.

جدول ۱: اثرات اشتغال کار بدون مهارت و اثرات دستمزد در ازای مهارت

Country	Skilled Wages			Unskilled Employment		
	دستمزد در ازای مهارت			اشتغال بدون مهارت		
	Moderate	Intermediate	Dramatic	Moderate	Intermediate	Dramatic
Iran (Islamic Republic of)	-1	-2	-3	-1	-2	-3

جدول ۲: نتایج دقیق تولید ناخالص داخلی در هر سه سناریو

Country Name	Percent Change -GDP			Value Change – GDP (\$m)		
	درصد تغییر تولید ناخالص ملی -GDP			تغییر ارزش - تولید ناخالص داخلی (m \$)		
	Moderate	Intermediate	Dramatic	Moderate	Intermediate	Dramatic
Iran (Islamic Republic of)	-1	-1	-2	-3516	-6857	-10198

جدول ۳ به طور کلی نمونه‌هایی از پاسخ سیاست‌های گردشگری کشورها را در این حوزه‌های مختلف ارائه می‌دهد، که با توجه به ماهیت سریع حرکت وضعیت، این فهرست از پاسخ‌های کشورها (استرالیا، اتریش، بلژیک، برزیل، کانادا، کلمبیا، کرواسی، جمهوری چک، دانمارک، استونی، فنلاند، فرانسه، آلمان، یونان، مجارستان، ایرلند، ایتالیا، ژاپن، کره، لتونی، لیتوانی، مکزیک، هلند، نیوزیلند، لهستان، پرتغال، رومانی، عربستان، جمهوری اسلواکی، آفریقای جنوبی، اسپانیا، سوئد، سوئیس، ترکیه، انگلستان و آمریکا) با هدف به اشتراک گذاشتن روش‌های کشور و ارتقا‌یادگیری متقابل است و به طور منظم به روز می‌شود. در حال حاضر، مرحله شیوع از کشوری به کشور دیگر بسیار متفاوت است و واکنش‌های سیاستگذاری کاملاً ویژه در زمینه‌های ملی اقتصادی و بهداشت عمومی است. همچنین در این مرحله هیچ ارزیابی در مورد اثربخشی چنین اقداماتی انجام نشده است، اما این موضوع با تکامل وضعیت مهم خواهد شد. این جدول اطلاعات فوری در مورد ابتکارات خاص گردشگری را که کشورها برای پاسخگویی به بحران COVID-19 معرفی کرده‌اند، ارائه می‌دهد. این جدول بر اقدامات سیاستی با هدف گردشگری متمرکز است. مشاغل گردشگری همچنین از اقدامات محرک اقتصادی کلی به شدت بهره‌مند می‌شوند.

کشور	محافظت از مردم	اطمینان از بقای تجارت	بازگشایی و آماده‌سازی بهبودی
استرالیا	----- -	۱ میلیارد استرالیا برای حمایت از بخشها، مناطق و جوامعی که بطور نامتناسبی تحت تأثیر تأثیرات اقتصادی ویروس کرونا قرار گرفته‌اند، از جمله گردشگری. معافیت از هزینه‌ها و هزینه‌های ۷۱۵ میلیون AUD برای خطوط هوایی داخلی یک طرح تضمین SME از حداکثر ۴۰ میلیارد AUD وام	تدوین استراتژی ملی گردشگری بلندمدت بعدی استرالیا - گردشگری ۲۰۳۰، با تمرکز بر موضوع انعطاف پذیری صنعت

	به SME ها با گردش مالی کمتر از ۵۰ میلیون AUD پشتیبانی می‌کند، از جمله بازرگانان منفرد و سازمان‌های غیر انتفاعی، با تضمین دولت تا ۵۰ درصد از وام‌های جدید توسط دولت واجد شرایط وام دهندگان تا ۳۰ سپتامبر ۲۰۲۰ مرکز سرمایه گذاری صادراتی COVID-19 یک تسهیلات ۵۰۰ میلیون استرالیایی استرالیا برای کمک به صادرکنندگان استرالیایی با سودآوری قبلی است که تجارت آن‌ها تحت تأثیر COVID-19 قرار گرفته است. صادرکنندگان می‌توانند از طریق تسهیلات به وام‌های ۲۵۰,۰۰۰ تا ۵۰ میلیون استرادیان دسترسی داشته باشند. کمیته برنامه ارتباطات ملی رویداد گردشگری (NTICP) شامل نمایندگانی از دولت‌های استرالیا، ایالت و سرزمین و ارگان‌های اصلی صنعت گردشگری بود و مجرای اصلی برای توزیع اطلاعات قابل اعتماد و قابل اعتماد در مورد بحران‌های در حال توسعه است. این کمیته جلسات منظمی را برگزار می‌کند و از وزارت بهداشت مستقیماً مشاوره می‌گیرد.		
	بسته اقدامات ویروس کرونا ویروس (تضمین‌های دولتی) برای گردشگری همراه با هتل و بانک گردشگری اتریش	-	اتریش
وزیر گردشگری والون در حال تدوین طرحی پس از کرونا در یک گروه ویژه است	مشاغل مسافرتی می‌توانند هزینه‌های مشتری را از طریق کوپن جبران کنند	-	بلژیک

	سهولت خدمات تحویل برای صنعت مهمان نوازی و مجوز جدید برای رستوران‌ها لازم نیست. در والونیا ۵۰۰۰ یورو به مشاغل تعطیل ارائه می‌شود		
برزیل	بانک توسعه ملی (BNDES) یک خط وام سرمایه در گردش برای شرکت‌های کوچک و متوسط گردشگری و خدمات باز کرد. این شامل قطع ۶ ماهه پرداخت وام، بدون پرداخت سود دپرس است	-	
کانادا	اپراتورهای گردشگری در پارک‌های ملی، اماکن تاریخی و مناطق حفاظت از دریا می‌توانند پرداخت‌های اجاره‌های تجاری و پروانه‌های شغلی را بدون بهره تا ۱ سپتامبر ۲۰۲۰ به تأخیر اندازند.	-	
کلمبیا	خط اعتباری "پاسخ کلمبیا"، از طریق Bancoldex (بنکولدکس)، شامل ۶۲ میلیون دلار برای بخش گردشگری، از جمله خطوط هوایی	منابعی برای حمایت از راهنمایان تور که ثبت نام فعال و معتبری در ثبت ملی ناسیونال دی توریسمو دارند، اختصاص داده شده است.	
کرواسی	گردشگری با هدف امکان صدور ضمانت وام به بانک‌ها برای نقدینگی اضافی در محدوده صندوق ضمانت صادرات قرار دارد.	-	
جمهوری چک	این وزارتخانه برای تحریک گردشگری داخلی، کوپن‌های تعطیلات را برای کارمندان و افراد خود اشتغالی برای اقامت در جمهوری چک آماده می‌کند.	-	
دانمارک	جبران خسارت به برگزارکنندگان رویدادهایی که به دلیل ممنوعیت اجتماعات بزرگ مردمی لغو می‌شوند.	-	

	دولت‌های دانمارک و سوئد توافق کرده اند که تضمین‌های اعتباری برای شرکت هواپیمایی SAS به ارزش تقریبی را ارائه دهند. ۲ میلیارد کرون کرون (دانمارک ۵۰ درصد را تشکیل می‌دهد). ضمانت دولت برای صندوق ضمانت سفر به ارزش ۱,۵ میلیارد کرون نیز با هدف پوشش غرامت هزینه‌های شرکت‌های مسافرتی مرتبط با بازپرداخت ناشی از لغو مربوط به COVID-19 تأسیس شد		
استونی	دولت بسته محرک اقتصادی را اعلام کرد که از مشاغل دشوار از جمله گردشگری پشتیبانی خواهد کرد. یک ستون خاص به وقایع اختصاص یافته است. به عنوان یک اقدام خاص گردشگری، وزارت امور اقتصادی و ارتباطات با همکاری بنیاد Kredex (کردکس) (یک موسسه مالی عمومی برای مشاغل استونیایی) و شرکت های استونی همچنین یک بسته کمک ۲۵ میلیون یورویی برای حمایت از بخش گردشگری تهیه کرده اند (وام های تضمینی در شرایط مطلوب، کمک هزینه)		
فنلاند	در پاسخ به محدودیت های فعلی سفر، کلیه فعالیت های بازاریابی را به حالت تعلیق درآورده و تمرکز خود را بر توسعه برنامه ها و حمایت از مشاغل گردشگری با ۶ کارمند یا بیشتر که از بودجه تجاری فنلاند استفاده می کنند، دارد. مراکز ELY از مشاغل گردشگری با کمتر از ۶ کارمند	راهنمای مسافران به فنلاند را منتشر کرده است اداره ایمنی و بهداشت شغلی در فنلاند اطلاعات و پاسخ های مربوط به ایمنی و بهداشت شغلی را منتشر کرده است. این سرویس همچنین خدمات تلفنی را ارائه می دهد. وزارت امور اقتصادی و اشتغال فنلاند راهنمایی و پاسخ هایی را منتشر کرده است به عنوان مثال در مورد تحرک کارگر، زندگی کاری، تعطیلی رستوران ها، کار فصلی، حق کارآفرینان در	
	وزارت امور اقتصادی و اشتغال فنلاند تهیه یک مکمل استراتژی گردشگری فنلاند ۲۰۲۰-۲۰۱۹ برای سال های ۲۰۲۰-۲۰۲۰ را هماهنگ می کند. این شامل اهداف و اقدامات به روز شده ای است که در مرحله بهبودی انجام خواهد شد. گروه کاری بین وزیری (MiniMatka) به تهیه		

زمینه تأمین اجتماعی و پشتیبانی از مشاغل و تنها کارآفرینان (https://tem.fi/en/frequently-asked-questions).	پشتیبانی می‌کنند. شهرداری‌ها از کارآفرینان حمایت می‌کنند. تجارت فنلاند تأثیرات آن را بر مشاغل گردشگری نظارت می‌کند و به طور مثال وبینارهایی را درباره سناریوها و بهبود گردشگری در فنلاند سازمان می‌دهند. مطالب آموزش آنلاین رایگان را در زمینه دیجیتالی کردن مشاغل گردشگری راه اندازی کرده است. وزارت کشاورزی و جنگلداری فنلاند در حال آماده سازی مکانیزم پشتیبانی برای مشاغل گردشگری متصل به مزرعه است	استراتژی مکمل کمک خواهد کرد. گردشگری داخلی توسط یک کمپین "۱۰۰ دلیل سفر به فنلاند" که سازمان‌های مختلف در آن شرکت دارند و در بودجه شرکت می‌کنند تحریک می‌شود. وزارت امور اقتصادی و اشتغال فنلاند، مسئول گردشگری، و تجارت فنلاند دائماً در تبادل نظر نزدیک با صنعت گردشگری و سایر ذینفعان مربوطه مربوط به گردشگری هستند تا درباره وضعیت فعلی و گام‌های بعدی بحث کنند.
فرانسه	به همه متخصصان گردشگری اجازه دهید پیشنهاد کنند که بازپرداخت با اعتبار معادل یک سرویس بعدی جایگزین شود	۱۸ میلیارد یورو به بخش گردشگری برای حمایت از بهبود. این حمایت با ۶,۲ میلیارد یورو وام تضمینی اعطا شده به ۵۰۰۰۰ شرکت در بخش آغاز خواهد شد. یک طرح بهبودی ۱,۳ میلیارد یورویی با کمک مالی صندوق سرمایه گذاری و ارائه طرح‌های مالی.
آلمان	وب سایت اطلاعاتی COVID-19 برای صنعت گردشگری که اطلاعات خصوصی و عمومی مربوطه را برای متخصصان گردشگری جمع آوری، بسته بندی و پخش می‌کند	-----
یونان	یک خط ارتباطی باز برای اپراتورهای گردشگری، مشاغل و نمایندگان بازار با وزارت گردشگری	-----
مجارستان	دولت در اولین بسته اقدامات اقتصادی خود، اولویت را به گردشگری داد	در ۱۲ مه ۲۰۲۰ دولت ایسلند اعلام کرد که انتظار دارد کاهش محدودیت های ورود بین المللی

را حداکثر تا ۱۵ ژوئن ۲۰۲۰ آغاز کند. بسته پاسخ همچنین شامل یک طرح ویژه تسریع سرمایه گذاری ۱۵ میلیارد ISK شامل چندین پروژه با هدف حمایت از گردشگری است ایساولیا ۴ میلیارد ISK برای پروژه‌های زیربنایی از جمله فرودگاه بین المللی کفلاویک دریافت کرده است. اقدامات مربوط به بهبودی شامل اولین کوپن‌های مسافرتی داخلی و کمپین تبلیغاتی داخلی و پس از آن یک کمپین تبلیغاتی بین المللی هنگام رفع محدودیت‌های سفر است.			
اداره حمل و نقل، جهانگردی و ورزش ایرلند یک گروه نظارت بر جهانگردی COVID-19 را تشکیل داد که متشکل از ذینفعان صنعت، آژانس‌های گردشگری ایالتی و مقامات دپارتمان است. دپارتمان اخیراً یک کارگروه بازیابی گردشگری را برای تهیه یک برنامه بازیابی گردشگری منصوب کرده است که شامل مجموعه‌ای از توصیه‌ها در مورد چگونگی بهترین بخش گردشگری ایرلند در تغییر شرایط گردشگری در نتیجه Covid-19 است.	سازمان توسعه گردشگری ایرلند، فایلت ایرلند، مجموعه‌ای از آموزش و پشتیبانی مشاوره‌ای را برای مشاغل گردشگری ارائه می‌دهد تا آنها را قادر به پاسخگویی به چالش‌ها و تهدیدهای موجود در این بخش کند	-----	ایرلند
----- -----	حمایت از مشاغل فرهنگی، تفریحی و گردشگری: تعلیق پرداخت مالیات، حق بیمه تأمین اجتماعی و رفاه و حق بیمه اجباری بازپرداخت با کوپن‌هایی که قبلاً برای سفرها و بسته‌های	کمک هزینه فوق العاده کارگران گردشگری و فرهنگی گسترش شبکه ایمنی اجتماعی به کارگران فصلی گردشگری و سرگرمی به کارگران فصلی گردشگری که در اثر ویروس کرونا شغل خود را از دست داده‌اند، برای ماه مارس ۶۰۰ یورو غرامت اختصاص می‌یابد	ایتالیا

	توریستی ارائه شده در نتیجه Covid-19 لغو شده اند اقداماتی برای پشتیبانی از خطوط هوایی مشکوک، آلیتالیا و ایر ایتالیا.		
ژاپن	آژانس گردشگری ژاپن ۳۶ میلیارد JPY هزینه خواهد کرد تا اطلاعات دقیق به موقع را به مسافران بین المللی ارائه دهد سازمان ملی گردشگری ژاپن (JNTO) در ۳۶۵ روز سا ، ۲۴ ساعت شبانه روز یک خط تلفن ویژه بازدیدکنندگان اداره می کند	دولت ژاپن در حال بررسی سیاست های مالی اضافی برای حمایت از صنعت گردشگری است	یارانه ای بالغ بر ۱۰ میلیارد دلار در قالب تخفیف و کوپن برای حمایت از گردشگری، حمل و نقل، خدمات غذایی و مشاغل رویدادی برای ایجاد بهبود فوری پس از همه گیری
کره	از زمان تعیین صنعت مسافرت و گردشگری به عنوان "بخش ویژه حمایت از اشتغال"، شرکت های گردشگری می توانند به کارگران خود مرخصی استحقاقی دهند.	در مجموع ۳۰۰ میلیارد KRW (243 میلیون دلار آمریکا) از صندوق ملی گردشگری برای حمایت از شرکت های جهانگردی در قالب تأمین مالی ترجیحی غیر وثیقه ، وام عمومی با نرخ بهره ۱.۵٪ و یک دوره تعویق یک ساله جمع آوری شده است. توزیع مواد ضد عفونی کننده دست برای حمایت از پیشگیری از ویروس در صنعت مقررات آرامش بخش برای حمایت از رشد بخش گردشگری	نخست وزیر جلسه ستاد مرکزی مقابله با حوادث و ایمنی مرکزی (CDSC) را متشکل از کلیه وزارتخانه های مربوطه دولت مرکزی و همچنین ۱۷ استان و شهرهای بزرگ تشکیل می دهد. وزارت امور خارجه (MOFA) گروهی را برای همکاری بین المللی کنترل بیماری به ریاست معاون وزیر وزارت امور خارجه اداره می کند تا به طور سیستماتیک به تقاضای فزاینده همکاری، با مشارکت دوازده وزارتخانه مربوطه و شش سازمان دولتی پاسخ دهد. وزارت فرهنگ، ورزش و جهانگردی (MCST) جلسات منظم مجازی را با ذینفعان گردشگری برای نظارت دقیق بر وضعیت موجود و بحث در مورد نیازهای بخش خصوصی برگزار می کند (۸ جلسه از ۲۴ مارس ۲۰۲۰)
لتونی	---	نرخ مالیات بر ارزش افزوده کاهش یافته برای بخش های پذیرایی و اقامت در جهانگردی، ارزیابی و اجرای یک سیستم کوپن متعادل برای رسیدگی به وضعیت اپراتورها و آژانس های	وزارت اقتصاد با همکاری سازمان های غیردولتی بخش های صنعت توریسم و ارگان های تابعه دولتی وابسته مانند مرکز حمایت از حقوق مصرف کننده، خدمات درآمد دولت و همچنین وزارت

دارایی و وزارت ترانسپورت یک برنامه بحرانی برای گردشگری تهیه کرد.	گردشگری در خدمات پیچیده گردشگری، اقدامات پشتیبانی برای توسعه گردشگری محلی به منظور حمایت ویژه از شرکت‌های گردشگری محلی و تحریک تقاضای محلی، از جمله یک کارزار آموزنده برای توسعه گردشگری محلی، جذب گردشگران خارجی جدید پس از بحران Covid-19، ارائه پشتیبانی به طور خاص برای توسعه MICE، پشتیبانی از اپراتورهای گردشگری که با بازگشت خوب گردشگران قبل از بروز شرایط اضطراری، خدمات پس از بازگشت را با حسن نیت انجام داده اند، برنامه ریزی شده است که دستورالعمل‌های اضافی ایمنی بهداشتی برای ارائه دهندگان خدمات گردشگری و مسافران تهیه شود		
۲۰۰ یورو بن کارت تعطیلات برای کارکنان پزشکی که در لیتوانی کار می‌کنند	به مشاغل اجازه دهید تا از طریق کوپن به مشتریان بازپرداخت کنند و به افراد دیگر منتقل شود.		لیتوانی
وزیر جهانگردی یک فیلم تبلیغاتی را منتشر کرد که به عنوان بخشی از کارزاری که قصد دارد قدرت مکزیک را به عنوان یک مقصد گردشگری نشان دهد، منتشر خواهد شد.	----- ----- -----	-----	مکزیک
براساس، NBTC ("بازاریابی هلند"، سازمان ملی بازاریابی مقصد هلند) با سازمان‌های بازاریابی محلی در حال کار بر روی یک استراتژی بهبود ملی است. با این استراتژی آن‌ها بهبود پایدار صنعت گردشگری را تحریک می‌کنند	----- ----- -----	----- -----	هلند
----- -----	معرفی یک طرح تضمین هواپیمایی بالغ بر ۶ میلیارد	----- -----	نیوزلند

	NOK ، با ضمانت دولت ۹۰٪ برای هر وام برای برگزارکنندگان رویدادهای فرهنگی و ورزشی، یک برنامه جبران خسارت ۹۰۰ میلیون NOK (حدود ۸۰-۹۰ میلیون یورو) برای رویدادهای فرهنگی و ورزشی که به دلیل محدودیت‌های دولت لغو شد.		
لهستان	پروازهای چارتر را به منظور بازگرداندن گردشگران به خارج از کشور ترتیب داد	یک کمپین "لهستان به تعویق انداختن لغو نمی شود	
پرتغال	اطلاعات مفید و به روز در مورد مشاوره حفاظت از گردشگران، اقدامات محدود کننده در کشور و تماس‌های مفید برای کسانی که در مقصد هستند	۹۰۰ میلیون یورو برای هتل‌ها و محل‌های اقامت (۷۵ میلیون یورو برای مشاغل خرد و کوچک)، ۲۰۰ میلیون یورو برای آژانس‌های مسافرتی، خدمات تفریحی و سازمان دهندگان رویدادها و ۶۰۰ میلیون یورو برای رستوران‌ها (۲۷۰ میلیون یورو برای خرد و کار و کسب های خرد) خط حمایت از نقدینگی شرکت های کوچک گردشگری مدرسه آنلاین گردشگری پرتغال از شرکتها بصورت آنلاین پشتیبانی می‌کند	ارتباطات مقصد خود را از CantSkipPortugal# به CantSkipHope# تبدیل کرد
رومانی	-	پرداخت بیکاری فنی از وزارت کار ، ۷۵ درصد از متوسط حقوق ناخالص، از جمله گردشگری را پوشش می‌دهد	
عربستان سعودی	کمپین‌های آگاهی برای جلوگیری از سردرگمی و وحشت در بین گردشگران موجود و گردشگرانی که قصد سفر دارند	پارانه‌های اضافی به حقوق بخش خصوصی برای کارمندان ملی که در شرکت‌هایی که بیشتر تحت تأثیر مالی COVID-19 قرار دارند، از جمله گردشگری، کار می‌کنند.	
جمهوری اسلواکی	-	بسته اقتصادی "کمک‌های اولیه" به دلیل ویروس کرونا، که	

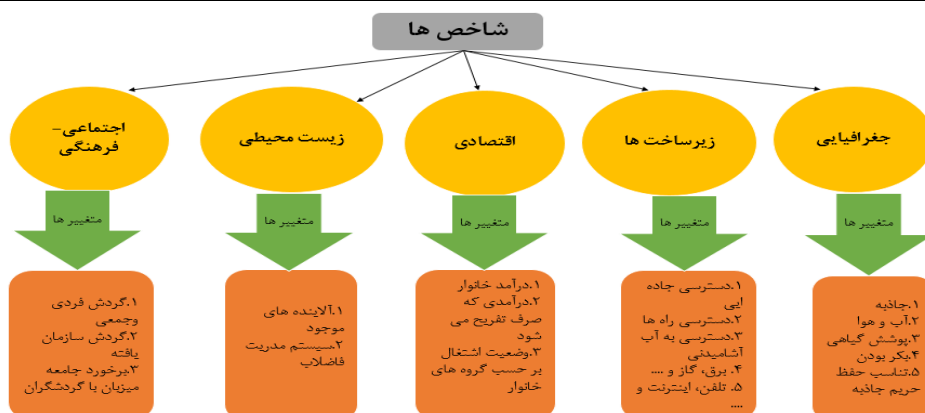
	منجر به تعطیلی مشاغل گردشگری خواهد شد		
آفریقای جنوبی	صندوق کمک به گردشگری، ارائه کمک بلاعوض محدود به شرکت‌های کوچک و متوسط	-	
اسپانیا	تعلیق پرداخت سود و وام برای کارآفرینان صنعت گردشگری به مدت یک سال به تعویق انداختن سود پرداخت ها و / یا اصل وام توسط مناطق به شرکت‌ها و کارگران خوداشتغال تحت تأثیر بحران	انتشار دستورالعمل‌های بخشی: (۱) دستورالعمل‌های وزارت کار و اقتصاد اجتماعی در مورد نحوه کار در جنبه‌های مرتبط با نیروی کار در زمینه ویروس کرونا و (۲) دستورالعمل های وزارت صنعت، تجارت و گردشگری در مورد شیوه‌های خوب برای مشاغل و کارگران در بخش گردشگری.	
سوئد	تضمین اعتبار برای شرکت های هواپیمایی در سال ۲۰۲۰	-	
سوئیس	انجمن سوئیس برای اعتبار هتل SGH تعویق تاخیر حداکثر تا یک سال را اعطا می‌کند	-	
ترکیه	مالیات اسکان در هتل‌ها و امکانات گردشگری تا ماه نوامبر لغو می‌شود.		
انگلستان	در حال حاضر با دولت انگلیس در حال کار است تا یک کمپین بهبودی را برای ارتقا گردشگری انگلیس پس از پایان همه گیری ایجاد کند.	مهمان‌نوازی و تجارت در اوقات فراغت در انگلیس برای ۱۲ ماه آینده ۱۰۰٪ تعطیلات نرخ کسب و کار دریافت می‌کنند یک صندوق ۱٫۳ میلیون GBP برای حمایت از DMO اداره کرده است تا به پشتیبانی صحیح و هدایت تخصصی صدها هزار مشاغل کوچک و متوسط که بخش گردشگری انگلیس را تشکیل می‌دهند، ادامه دهد.	-
ایالات متحده	دولت یک بسته محرک ۲ تریلیون دلاری برای همه مشاغل با سفر در صف مقدمات معرفی کرد، قانون گذاران با ایجاد توده های ویژه برای صنایع که از جمله خطوط هوایی، فرودگاه‌ها و آژانس‌های مسافرتی بیشترین ضربه را می بینند	-	

اقداماتی که در ایران در بخش اقتصاد گردشگری نسبت به ویروس کرونا، همه مشاغل گردشگری انجام داده است.

جدول ۴: پاسخ سیاست‌های گردشگری ایران

کشور	محافظت از مردم	اطمینان از بقای تجارت	بازگشایی و آماده سازی بهبودی
ایران	اعطای تسهیلات به مشاغل آسیب دیده از کرونا انجام محدودیت‌های هفته‌ای و تمدید محدودیت‌ها	اعطای تسهیلات به دفاتر خدمات مسافرتی اعطای تسهیلات به موسسات آموزشی گردشگری اعطای تسهیلات به بخش‌های مختلف گردشگری بخش ۳ ماه مالیات	----- ----

براساس مدل کروچ و ریچی، رقابت‌پذیری هر مقصد در ابتدا به ظرفیت‌های آن مقصد بستگی دارد. ایران دارای طبیعت‌های بکر و هنوز کشف نشده‌ای است که بسیاری از مردم مناطق روستاها، به تازگی پی به وجود برخی از آبشارها، دره‌ها و برخورد می‌کنند. ایران دارای ظرفیت‌های متفاوت گردشگری است، اما مهم‌ترین ظرفیت گردشگری ایران تنوع آب و هوایی است. بگونه‌ای که چهار فصل است. استان‌های جنوبی و جنوب غربی فصل زمستان، بهار را تجربه می‌کنند و استان‌های شمالی، شمال شرقی و شمال غربی، زمستان را زمستان تجربه می‌کنند. هر کدام از استان‌های کشور، خود دارای تنوع آب و هوایی متفاوت است، این نوع آب و هوایی در مناطق غربی ایران بیشتر تجربه شده است. به جهت تمرکز بر انجام پژوهش، منطقه پژوهشی استان لرستان انتخاب شده است، از جمله آبشارهای بیشه، نوژیان، آب سفید، چکان، دریاچه گهر و سراب کهمان می‌باشند. پژوهش حاضر از نوع پژوهش بنیادی و روش انجام مطالعات توصیفی پیمایشی است. پژوهش حاضر از نوع پژوهش بنیادی و روش انجام مطالعات توصیفی پیمایشی است. روش گردآوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز از روش اسنادی (مطالعات کتابخانه‌ای) و میدانی (پرسشنامه) بین پژوهشگران در زمینه گردشگری و به صورت مجازی می‌باشد. در این پژوهش، در مرحله اول شناسایی و توصیف جاذبه‌های طبیعی پرداخته شده و در مرحله بعدی جاذبه‌های طبیعی استان لرستان با استفاده مدل کروچ و ریچی از طریق نرم افزار SPSS انجام شده است.



جاذبه‌ها در جدول شماره ۵ معرفی شده‌اند، سپس یافته‌های تحقیق پرداخته شده است. در جدول جاذبه‌های طبیعی هر کدام از نظر شاخص‌ها مورد سنجش قرار گرفته‌اند.

جدول ۵: متغیرهای مورد سنجش

متغیر های مورد سنجش																منابع و جاذبه‌های طبیعی
آب و هوا	پوشش گیاهی	چشم انداز	نحوه برخورد	دسترسی جاده ایی	دسترسی به آب آشامیدنی	خطوط انتقال نیرو	شبکه ارتباطات	محل جاذبه	سرویس بهداشتی	دسترسی به بازار	نظافت و تمیزی	بکر بودن	تناسب و همخوانی	تناسب و حفظ حریم	زیبایی و هم خوانی	
۵	۵	۵	۳	۴	۴	۴	۱	۵	۲	۱	۳	۵	۲	۱	۲	آبشار بیشه
۵	۵	۵	۴	۴	۴	۲	۱	۵	۱	۱	۴	۵	۱	۲	۳	آبشار نوژیان
۵	۵	۵	۵	۵	۵	۵	۳	۵	۵	۱	۵	۵	۵	۴	۵	آبشار آب سفید
۵	۵	۵	۴	۳	۴	۲	۱	۵	۱	۱	۴	۵	۱	۱	۱	آبشار چکان
۵	۵	۵	۴	۴	۴	۲	۱	۵	۱	۱	۴	۵	۱	۱	۱	آبشار وارک
۵	۵	۵	۴	۲	۳	۳	۱	۴	۱	۱	۴	۵	۱	۱	۱	دریاچه گهر
۵	۵	۵	۳	۵	۴	۳	۱	۵	۱	۱	۴	۵	۱	۲	۱	سراب کهمان

جدول ۶: ارزیابی شاخص‌های رقابت‌پذیری

نوع جاذبه	شاخص‌های رقابت‌پذیری					توصیه‌ها برای برطرف کردن رفع موانع
	طبیعی	جغرافیایی	زیرساخت‌ها	اقتصادی	اجتماعی-فرهنگی	زیست محیطی
آبشار بیشه	۵	۴	۱	۳	۲	بازسازی مجدد سکوها بر اساس طرح‌ها و سبک‌های جدید و مطابق با بافت منطقه
آبشار نوژیان	۵	۴	۱	۴	۱	وجود امکانات و خدمات رفاهی و بهداشتی جهت رفاه گردشگران وجود نیروی انتظامی در این مکان طبق خواسته گردشگران
آبشار آب سفید	۵	۴	۱	۵	۵	عدم دسترسی به بازار مناسب
آبشار چکان	۵	۳	۱	۴	۱	وجود امکانات و خدمات رفاهی و بهداشتی جهت رفاه گردشگران
آبشار وارک	۵	۳	۱	۴	۱	وجود امکانات و خدمات رفاهی و بهداشتی جهت رفاه گردشگران
دریاچه گهر	۵	۳	۱	۴	۱	در دسترس قرار دادن وسایل نقلیه و تذکر به گردشگران
سراب کهمان	۵	۴	۱	۳	۱	وجود امکانات و خدمات رفاهی و بهداشتی جهت رفاه گردشگران

جدول ۵ به طور واضح، متغیرهای مورد سنجش را نشان می‌دهد. آن چه که اهمیت دارد در نتایج جدول، این مطلب را بیان می‌کند، دریاچه گهر و سراب کهمان از نظر بهداشتی رتبه پایین‌تری را نسبت به سایر موارد دیگر نشان می‌دهد، به طور کلی میزان رضایت گردشگرانی که در طی سال‌های ۹۰ تا ۹۷ قابلیت پذیرش برای گردش دوباره در مناطق مورد نظر را دارند. مهم‌ترین موضوع، جغرافیای منطقه، از

جمله آب و هوا، پوشش گیاهی و چشم‌انداز که از عوامل خدادادی در منطقه هستند، موجب جلب رضایت گردشگران شده است. جدول ۶، شاخص‌های رقابت‌پذیری را که از اعداد ۱ تا ۵ بیانگر (جدول ۷) وضعیت شاخص‌ها است را نشان می‌دهد. بر طبق نتایج جدول، آبشار بیشه از نظر شاخص اجتماعی-فرهنگی، به دلیل نحوه برخورد مردم منطقه که عدم آشنایی با آثار گردشگری مثبت و متعدد با حفظ محیط زیست، موجب پایین آمدن این شاخص شده است. آبشارهای نوژیان، آب سفید و وارک از نظر شاخص اقتصادی را دارد، این موضوع نیز به منابع خدادادی آبشارها مرتبط می‌باشد، چرا که به دلیل زیبایی منطقه، جذابیت برای گردشگران ایجاد کرده اند.

جدول ۷: رتبه‌دهی شاخص‌های رقابت‌پذیری

رتبه‌دهی	تعریف رتبه‌دهی
۵	بسیار خوب
۴	خوب
۳	نسبتاً خوب
۲	بد
۱	خیلی بد

۳- نتیجه‌گیری

ویروس کرونا و ویروس کرونا (COVID-19)، قبل از هر چیز، یک بحران انسانی است که زندگی مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهد و یک بحران اقتصادی جهانی را ایجاد کرده است. این تأثیرات ملموسی برای بخش گردشگری دارد، که برای بسیاری از مردم، مکان‌ها و مشاغل حیاتی است، به ویژه در کشورها، شهرها و مناطقی که گردشگری بخش مهمی از اقتصاد است، قابل توجه است.

بیشتر کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه به موضوع سنجش رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری خود اهمیت داده‌اند و مدل‌های متعددی در سطح کشورها و مناطق مختلف با توجه به ویژگی‌ها و خصوصیات هر منطقه، اطلاعات مرتبط با شلخص‌ها و متغیرهای موجود در طبیعت در مدل‌های مختلف ارزیابی می‌شوند. پژوهش حاضر با تحریک تقاضا و رونق بازار گردشگری

در دوران همزیستی با بیماری کرونا برای استان لرستان ارائه شده است. در مدل کروچ و ریچی پنج بعد معرفی شده است که در این پژوهش با توجه به مکان‌های مورد نظر استان لرستان ۷ مکان طبیعی، ۵ شاخص رقابت‌پذیری و ۱۶ متغیر با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه مطالعه شده‌اند. نتایج حاصل از پژوهش بیان می‌کند، بیشترین تأثیر، مربوط به شاخص جغرافیایی و کمترین اقتصادی است. از ملزومات مناسب هر جاذبه، وجود بازارهای

کوچک و جذاب، بدون هیچ‌گونه آسیب‌پذیری به مکان جاذبه، از جمله برپا کردن سیاه چادر که قابل حمل کردن باشد.

با توجه به شرایط بحرانی کرونا، پیشنهادهای به جهت بهتر شدن شرای گردشگری بیان می شود.

- بازیابی اعتماد به نفس مسافران و تحریک تقاضا با برچسب‌های ایمن و تمیز جدید برای این بخش ، برنامه‌های اطلاعاتی برای بازدید کنندگان و کمپین‌های تبلیغاتی گردشگری داخلی
- تهیه برنامه‌های جامع بهبود گردشگری ، برای بازسازی مقاصد، تشویق نوآوری و سرمایه گذاری و بازنگری در بخش گردشگری
- تغییر رفتارهای سفر در بازار سفرهای داخلی و خارجی با محافظت از ذهنیت محتاطانه
- بازسازی مقصد و سیستم گردشگری. اقدامات حمایتی و بازیابی باید در سرتاسر شاخه‌های بخشی که تجربه گردشگری را تشکیل می‌دهند، جامع باشد. دسترسی، اتصال و حمل و نقل باید به عنوان محل اقامت، رستوران، استراحتگاه، رویدادها، انجمن مسافرتی، شرکت‌های فناوری سفر، مجریان تور و انجمن‌های گردشگری در بازسازی مقاصد گردشگری تعریف شوند
- نرخ کاهش مالیات بر ارزش افزوده برای تمامی بخش‌های گردشگری
- اقدامات پشتیبانی برای توسعه گردشگری محلی به منظور حمایت ویژه از شرکت‌های گردشگری محلی و تحریک تقاضای محلی، از جمله راهنمایان گردشگری حرفه‌ای و آموزنده برای توسعه گردشگری محلی

مراجع

- ✓ تنها، ر، (۱۳۸۸)، اولویت بندی عوامل موثر بر رقابت پذیری گردشگران شهر اصفهان از دیدگاه گردشگران داخلی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی
- ✓ عباسی، د، (۱۳۸۹)، الگوی مناسب به منظور مدیریت استراتژیک مقاصد گردشگری براساس مدل‌های موجود، مطالعه موردی: شهرستان خرم‌آباد، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی

- ✓ COVID-19 AND TOURISM, ASSESSING THE ECONOMIC CONSEQUENCES, EMBARGO, July 2020
- ✓ Crouch, G.I., Ritchie, J.R.B. (1999) Tourism, competitiveness, and social prosperity, Journal of Business Research, 44, 132-137
- ✓ Crouch, G. (2007), Modelling Destination Competitiveness, A survey and Analysis of the Impact of competitiveness Attributes, Sustainable Tourism Pty Ltd, Australia.

- ✓ Dobrivojevic, G. (2013), Analysis of the Competitive Environment of Tourist Destinations Aiming at Attracting FDI by Applying Porter's Five Forces Model, British Journal of Economics, Management & Trade, 3(4), 359-371
- ✓ Enright, M.J., Newton, J., (2004), Tourism destination competitiveness: A quantitative approach, Tourism Management, 25, 777-788.
- ✓ Goffi, G. (2013), A model of tourism destination competitiveness: The case of the Italian destinations of excellence, Anuario Turismo y Sociedad, xiv, 121-147.
- ✓ International tourism refers to tourism that crosses national borders for tourism purposes (leisure, business etc.), 2020. OECD estimates are based on international tourism arrivals in the OECD area.
- ✓ International Civil Aviation Organisation, Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation: Economic Impact Analysis, 8 May 2020.
- ✓ Mazurek, M. (2014), Competitiveness in Tourism- Models of tourism competitiveness and their applicability: Case study Austria and Switzerland, European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, Special Issue, 73-94
- ✓ Pike, S., Mason, R. (2011), Destination competitiveness through the lens of brand positioning, Current Issues in Tourism, 2, 169-182.
- ✓ Porter, M.E. (1990), The Competitive Advantage of Nations, New York, NY: Free Press.