

مطالعات فرصت سنجی (O.S.) سکوی ساماندهی خدمات زیارت



اداره کل امور اقتصادی و دارایی استان خراسان رضوی

ویرایش شهریور ۱۴۰۲ - سپتامبر ۲۰۲۳

۱. معرفی پروژه ۳
۲. وضعیت کلی تقاضای بازار ۳
۳. وضعیت کلی عرضه بازار ۷
۴. شکاف عرضه- تقاضا (فرصت تولید و کسب سود) و پیش بینی رشد بازار ۱۱
۵. اهمیت و جایگاه پروژه در کشور ۱۲
۶. وضعیت حمایت (سیاست) های دولتی ۱۳
۷. سرویس های ویژه ساماندهی خدمات زیارت ۱۳
۸. اهم اقدامات اجرایی در راستای تحقق پروژه ۱۹
۹. بررسی کلی ابعاد مالی پروژه ۱۹

۱. معرفی پروژه

شهر مشهد مقدس سالانه پذیرای خیل عظیمی از زائران و گردشگران داخلی و خارجی می باشد. حوزه گردشگری شهر مشهد با تأکید بر حوزه گردشگری مذهبی - زیارتی شهر مشهد نیازمند پیاده سازی مهندسی و مدیریت یکپارچه زنجیره تأمین گردشگری می باشد تا منجر به افزایش درجه مطلوبیت و رضایتمندی گردشگران و زائران به هنگام بازدید از مشهد گردد. طبیعتاً ورود به مدیریت فرایندهای آن حوزه، تنها از طریق استفاده از ابزار فناورانه قوی و برنامه ریزی ساختار پشتیبان منسجم میسر می باشد.

با وجود اینکه تمامی خدمات مورد تقاضای گردشگران در مشهد مقدس وجود دارد اما هیچ گونه مدیریت و مهندسی در فرایندهای آن شکل نگرفته است. لذا ضروری است که در محورهای زیر برنامه ریزی لازم صورت گیرد:

- ساماندهی و ارتقاء خدمات به زائران در حوزه حمل و نقل داخلی و خارجی مشهد مقدس
- ساماندهی، مدیریت و ارتقاء نحوه خدمات در حوزه اقامتگاههای شهر مشهد
- ساماندهی و مدیریت در حوزه جاذبه ها و فعالیتهای در مشهد مقدس (با تأکید بر زیارت)
- ساماندهی و مدیریت در حوزه زیرساخت ها و خدمات سفر به مشهد مقدس
- ساماندهی و مدیریت در حوزه فن آوری اطلاعات و دسترسی های آنلاین
- ساماندهی و مدیریت بازاریابی و اطلاع رسانی

۲. وضعیت کلی تقاضای بازار

مدیریت گردشگری و زیارت، به دلیل گستردگی موضوع از نظر مدیریت منابع و زمان، کاری مشکل و هزینه بر است. این زائران هستند که به عنوان مصرف کننده محصولات سر از مقاصد گوناگون در می آورند. محصولاتی که اساساً نمایان و قابل لمس نیستند. فصلی بودن تقاضای گردشگری در کلان شهر مشهد موجب تنوع شرایط بازار از نظر قیمت و حجم مبادلات گردشگری می شود که در مقاطع مختلف سال خرید و فروش می شوند.

آمار و ویژگیهای جمعیت شناختی گردشگران مشهد:

الف) تعداد گردشگران

نمای کلی از متوسط تعداد گردشگران داخلی را در جدول ذیل ملاحظه می کنید؛

سال	تعداد زائران	ماخذ
۱۳۹۲	۲۳/۲ میلیون نفر	طرح مطالعه توسعه کمی و کیفی زیارت
۱۳۹۳	۲۴/۷ میلیون نفر	
۱۳۹۴	۲۷ میلیون نفر	
بهار ۱۳۹۵	۱۳/۰۶ میلیون نفر	براساس گزارش مرکز آمار بهار ۹۵

آمار تعداد جهانگرد (گردشگر) وارد شده به مشهد را در سال ۱۳۹۶ به تفکیک ماه در جدول زیر مشاهده می

کنید؛

ردیف	ماه	تعداد
-	جمع	۸۴۵۵۲۵
۱	فروردین	۴۵۶۷۶
۲	اردیبهشت	۶۴۸۹۷
۳	خرداد	۵۷۷۵۶
۴	تیر	۶۶۸۰۵
۵	مرداد	۱۰۷۳۶۸
۶	شهریور	۱۰۹۲۵۶
۷	مهر	۸۰۴۷۹
۸	آبان	۷۰۰۲۳
۹	آذر	۵۷۷۵۲
۱۰	دی	۵۷۵۸۱
۱۱	بهمن	۶۵۲۱۸
۱۲	اسفند	۶۲۷۱۴

مأخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی

توضیح: اطلاعات درج شده براساس تعداد مسافرین وارد شده از مرزهای سرخس، باجگیران، لطف آباد، دو قارون و فرودگاه بین المللی شهر مشهد می باشد که توسط اداره گمرک منتشر می گردد.

میزان ماندگاری زائر و گردشگر خارجی در مشهد بر اساس منابع مختلف را در جدول زیر ملاحظه می

کنید:

ردیف	نام	متوسط ماندگاری زائر ایرانی	متوسط ماندگاری گردشگر خارجی
۱	نرگس خواجه روشنائی (۱۳۹۶)، بررسی و شناسایی فعالیت های اقتصادی در راستای رونق منطقه ثامن با تأکید بر تأمین نیازهای زائران. ص ۱۴۶	۵	
۲	آمارنامه مشهد ۱۳۹۵	۱۸/۱۲	
۳	نتایج آمارگیری از گردشگران ملی بهار ۱۳۹۵، مرکز آمار ایران	۴/۰۲	
۴	اکبری (۱۳۹۵)، (۱۴۰۰ پرسشنامه)	۶۰ درصد زائرین بین ۵ تا ۳ روز	
۵	عباس شاکری (۱۳۹۳)، شناخت متغیرهای اصلی برنامه ریزی اقتصادی شهر مشهد، ص ۶۹۱ (داخلی) و ص ۷۵۶ (خارجی)	۴/۰۲	۱۸/۱۲
۶	فروغ زاده (۱۳۹۱)، تحلیل جامعه شناختی مدت اقامت زائران ایرانی در مشهد، مجله مطالعات اجتماعی ایران (۱۶۰۰ پرسشنامه)	۵/۵	
۷	مظهری (۱۳۹۰)، طرح مطالعات سند راهبردی و تدوین برنامه ۵ ساله در عرصه اقتصاد زائر و زیارت، گزارش بخش اول، ص ۱۲۳، ۱۲۲	۵	۷
۸	فروغ زاده (۱۳۸۹)، بررسی کیفیت اقامت و ترجیحات زائران ایرانی در مدت حضور در مشهد، (۱۶۰۰ پرسشنامه)	۵۶ درصد بین ۴ تا ۶ روز	
۹	اکبری (۱۳۸۹)، سنجش نیازهای زائران و گردشگران در کمپ های مشهد در نوروز ۸۹، (۵۳۵ پرسشنامه)	۶ روز	
۱۰	شرقی (۱۳۸۸)، بررسی و طبقه بندی نیازهای زائران خارجی در شهر مشهد، (۶۱۶ زائر خارجی)	۲۱/۵ شبانه روز	
۱۱	شرقی (۱۳۸۷)، بررسی الگوهای سفر مسافران نوروز ۱۳۸۷ و سنجش ارزیابی آن ها از خدمات شهری در مشهد، ۲۵۰۰ پرسشنامه	۴۶/۱ درصد بین ۵ تا ۷ روز	

ب) ویژگیهای سفر گردشگران

براساس نتایج گزارش مطالعه نرگس روشنائی (۱۳۹۶)، داده های زیر بدست آمده است:

- بیش از نیمی از مسافران شهر مشهد را جنسیت مرد تشکیل داده است.
- حدود ۴۰ درصد مسافران با وسیله شخصی و بیش از ۴۰ درصد با اتوبوس و قطار سفر میکنند.
- بیش از ۸۰ درصد مسافران، ساکن شهر هستند.
- حدود ۴۰ درصد از خانواده ها هرچندسال یکبار و حدود ۳۰ درصد از خانواده ها، یک یا دو بار در سال به مشهد سفر کرده اند.
- بیش از ۵۰ درصد افراد بین ۴ تا ۶ روز در مشهد اقامت داشته اند.
- کمتر از ۲۰ درصد از مسافران، افراد سالخورده یا بیمار به همراه خود داشته اند.
- ۵۵ درصد از مسافران شاغل و در رده های شغلی کارگری، کشاورزی، فنی و تکنیسین، فرهنگی، رانندگی، پرسنل نظامی و آموزشی، کسبه و بازاری و سایر مشاغل تولیدی و خدماتی مشغول هستند و

- حدود ۴۵ درصد از مسافران غیرشاغل که شامل افراد بیکار، خانه دار، بازنشسته، محصل، زنان سرپرست خانوار، طلبه و سرباز هستند.
- در بین مسافران ایرانی، به جز افرادی که در منزل اقوام سکونت یافته اند، زائرسرا و هتل آپارتمان از اولویت های اول انتخاب اقامتگاه میباشد.
 - فارغ از انگیزه اصلی زیارت مسافران، بیش از ۶۰ درصد مسافران، به جهت گردش و سیاحت به مشهد می آیند.
 - بیشترین میزان درآمدی مسافران بین ۱ تا ۲ میلیون تومان میباشد (توجه: به میزان حداقل دستمزد در سال تهیه گزارش توجه شود).
 - بیش از ۳۰ درصد از مسافران، کمتر از یک میلیون تومان در سفر هزینه میکنند که بیشترین آن مربوط به هزینه اقامت میباشد (توجه: به میزان حداقل دستمزد در سال تهیه گزارش توجه شود).
 - بیش از ۸۰ درصد مسافران برای خرید به بازارهای اطراف حرم مطهر رضوی من جمله بازار رضا، بازار مرکزی و بازار ۱۷ شهریور مراجعه میکنند.

وضعیت مسافران به تفکیک میزان سفر درسال

میزان	بیشتر از ۵ بار در سال	۳ تا ۵ بار در سال	۱ یا ۲ بار در سال	هر دو سال یکبار	هر چند سال یکبار	اولین بار
درصد	۸,۷۵	۳,۲۵	۲۹,۷۵	۱۲,۷۵	۳۹,۷۵	۵,۷۵

مأخذ: روشنایی، ۱۳۹۶

وضعیت مسافران به تفکیک محل اقامت در شهر مشهد

مکان	هتل	هتل آپارتمان	مهمانپذیر	مسافرخانه	زائرسرا	منزل شخصی	منزل اقوام	غیره
درصد	۱۱	۱۶	۹	۸,۲۵	۱۹,۵	۱۰,۵	۱۲,۷۵	۱۳

مأخذ: روشنایی، ۱۳۹۶

ج) درآمد حاصل از گردشگران

وضعیت هزینه کرد مسافران برای ۳ جزء کلیدی از سبد هزینه گردشگر در شهر مشهد (نمایی از مقیاس بازار)

نوع هزینه	تعداد
هزینه کرد اقامت (ریال)	۴۲,۸۰۹,۳۱۱,۹۱۸,۷۸۰
هزینه کرد رستوران (ریال)	۱۹,۷۸۱,۸۹۴,۷۰۲,۸۵۰
هزینه کرد تفریحات (ریال)	۳,۴۷۶,۴۳۷,۰۰۰,۰۰۰
جمع کل (ریال)	۶۶,۰۶۷,۶۴۳,۶۲۱,۶۳۰

مأخذ: صادقی مقدم، ۱۳۹۷

۳. وضعیت کلی عرضه بازار

عناصر اولیه گردشگری در شهر مشهد:

شهر مشهد به دلیل وجود بارگاه ملکوتی حضرت امام رضا (ع) هر ساله پذیرای زائران بسیاری از اقصی نقاط کشور و همچنین اقصی نقاط جهان می باشد، هر چند افراد دلایل و انگیزه های متفاوتی را برای انتخاب مقصد سفر خود ارائه می دهند اما در شهرهای زیارتی همچون شهر مشهد، عمده ترین انگیزه سفر، شرفیاب شدن به مرقد مطهر امام هشتم و زیارت می باشد. بطوریکه بارگاه مطهر حضرت رضا (ع) به عنوان بنیادی ترین جاذبه شهر، سایر جاذبه های گردشگری شهر و منطقه اعم از مذهبی، فرهنگی، تفریحی، تجاری، تاریخی و ... را تحت تأثیر خود قرار داده و موتور محرکه سیستم گردشگری شهر مشهد محسوب می گردد. طبق یافته های آماری در سال های مختلف، عمده ترین هدف زائرین و گردشگران، زیارت حرم مطهر است و با ۹۵ درصد با سایر اهداف اختلاف چشمگیری دارد. دومین هدف، گردش و دیدار بستگان و سومین هدف، خرید غیرشغلی و چهارمین هدف، تجارت و خرید شغلی است. با این تفاسیر، شهر مشهد در طول سال، مهمانان بسیاری را از شهرها و کشورهای مختلف، با ویژگیهای متفاوتی (سن، جنسیت، مذهب، شغل و ...) پذیرایی می نماید. به طور کلی جاذبه های گردشگری مشهد را می توان در دو دسته جاذبه های گردشگری درون شهری و جاذبه های گردشگری برون شهری تقسیم نمود. جاذبه های برون شهری به طور کلی شامل بیلاقات اطراف شهر و آثار و ابنیه بر جای مانده از گذشته می باشند و جاذبه های درون شهری نیز در چند دسته جای میگیرند که در زیر به آنها اشاره می شود.

جاذبه های گردشگری شهر مشهد

اینیه و مراکز مذهبی - زیارتی	بقعه پیرپالاندوز، گنبد خشتی، بقعه شیخ طبرسی، حرم مطهر امام رضا(ع) گنبد سبز، بقعه میرزا ابراهیم رضوی، بقعه ابوزید ربیع بن خثیم اسدی (خواجه ربیع).
جاذبه ها و مراکز فرهنگی - تفریحی	مجتمع فرهنگی آیه ها، خانه هنرمندان، پارک علمی - تفریحی و فیزیک سرا، سینما آفریقا، سینما هویزه، سالن تئاتر مجموعه میدان شهدا، سرزمین عجایب الماس شرق، دنیای شادی مجتمع پروما، شهر بازی پارک ملت، سینما سیمرغ، مسیر پلکانی باباکوهی، باغ وحش وکیل آباد، پیست اسب سواری ارشاد.
جاذبه های تاریخی - موزه ها و نگارخانه ها	مصلای پایین خیابان، میل رستگار مقدم، موزه مرکزی، آستان قدس رضوی، مقبره امیر غیاث الدین ملک شاه، حمام حاج مهدی قلی بیک (موزه مردم شناسی)، آرامگاه و موزه نادری، فرهنگسرای بهشت، خانه حاج حسین آقای ملک، موزه اداره کل اوقاف و امور خیریه خراسان رضوی، گنجینه آب، موزه تاریخ طبیعی اداره کل حفاظت محیط زیست خراسان رضوی، موزه علوم و تاریخ طبیعی خراسان.
بوستان ها و تفرجگاه های شهری	بوستان و کمپ باباقدردت، پارک جنگلی و کمپ طرق، بوستان وحدت، باغ ملی، باغ آستان قدس رضوی، مجموعه فرهنگی - تفریحی کوهسنگی، باغ ملک آباد، بوستان ملت، باغ آستان قدس رضوی، بوستان پردیس قائم، پارک جنگلی وکیل آباد.
مجموعه های ورزشی	استادیوم ورزشی تختی، مجموعه ورزشی آستان قدس رضوی، پارک های آبی ایرانیان، مجتمع تفریحی سرزمین موجهای آبی، پارک ساحلی آفتاب و پارک آبی موج های خروشان
جاذبه های طبیعی و تاریخی برون شهری	روستای تاریخی - تفریحی کلات، آبگرم زاوین (تفرجگاهی)، روستای تفریحی - تاریخی کارده، مجموعه فرهنگی - تاریخی توس، اخلمد، رباط و موزه مردم شناسی ویرانی، منطقه ییلاقی شاندیز، منطقه ییلاقی زشک، روستای کوه پایه ای و تاریخی کنک، منطقه ییلاقی تغندر، روستای ییلاقی، جافرق، سد چالیدره، منطقه ییلاقی طریقه، بند گلستان، آستان متبرکه امام زادگان سیدناصر و سیدياسر (علیهم السلام)، غار زری، مجموعه تاریخی - تفریحی ازغد، روستای تاریخی مغان، سد طرق، بوستان و مجموعه تفریحی هفت حوض، آرامگاه هرثمه بن اعین (خواجه مراد)، آرامگاه خواجه اباصلت هروی، رباط سنگ بست، رباط شرف، آستان متبرکه امام زاده یحیی (ع)

منبع: ارائه ی مسیرهای بهینه ی گردشگری شهر مشهد از طریق شناسایی و سنجش عناصر دارای پتانسیل گردشگری (پرنیان کردشکاری، نگار بزرگزاده یزدی، احسان فاضلی)

عناصر ثانویه گردشگری:

در شهر مشهد همانطور که مشخص گردید عناصر ثانویه شامل خدمات مربوط به اقامت، غذا و بازار است. اقامتگاههای رایج زائران در شهر مشهد شامل کمپ، زائرسرا، مدرسه، هتل، مهمانسرای غیردولتی، مهمانسرای دولتی، حسینه، مهمان پذیر، هتل آپارتمان، مسافرخانه، سوئیت، خانه اجاره ای، خانه شخصی، منزل اقوام، کمپینک در حاشیه خیابان و استقرار در حرم مطهر میباشد.

تعداد مراکز و تأسیسات اقامتی و مراکز تعطیلات و سرگرمی

تعداد مراکز اقامتی	تعداد تأسیسات اقامتی و بین راهی				تعداد دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری	اقامتگاه بوم گردی
	هتل و هتل آپارتمان ها	مهمانپذیرها	متازل شخصی دارای مجوز	واحد های بین راهی	سفره خانه های سنتی	رستوران ییلاقی
۱۹۶	۳۱۶	۳۸۲	۴۷۷	۹۴	۱۰	۵۳
۲۶۳						

ماخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی

تعداد مهمانپذیرها، هتل آپارتمان ها و هتل ها و تعداد اتاق و تخت، ظرفیت و درصد اشتغال آنها

مکان	تعداد کل	تعداد اتاق	تعداد تخت	ظرفیت در ماه		درصد اشتغال	
				اتاق	تخت	اتاق	تخت
مهمانپذیر	۳۸۲	۷۳۱۶	۲۳۲۷۴	۲۱۹۴۸۰	۶۹۸۲۲۰	۴۹,۶۷٪	۵۸,۱۳٪
هتل آپارتمان	۳۱۶	۷۶۱۱	۲۵۷۹۳	۲۲۸۳۳۰	۷۷۳۷۹۰	۴۱,۶۷٪	۴۵٪
هتل	۱۹۵	۱۳۷۵۸	۳۴۶۳۷	۴۱۲۷۴۰	۱۰۳۹۱۱۰	۴۴,۴۰٪	۴۵٪

ماخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی

تعداد مسافران ایرانی و خارجی وارد و خارج شده مربوط به هتل ها، هتل آپارتمان ها و مهمانپذیرها

مکان	مسافران ورودی			مسافران خروجی		
	جمع	ایرانی	خارجی	جمع	ایرانی	خارجی
هتل	۱۶۵۸۶۲۰	۱۴۸۱۰۰۲	۱۷۷۶۱۸	۱۶۵۴۴۴۷	۱۴۷۷۱۲۶	۱۷۷۳۲۱
هتل آپارتمان	۸۴۶۰۴۲	۶۹۷۱۳۵	۱۴۸۹۰۷	۸۳۳۱۳۹	۶۸۶۱۸۱	۱۴۶۹۵۸
مهمانپذیر	۶۴۵۸۲۲	۵۴۲۳۹۰	۱۰۳۴۳۲	۶۵۱۱۸۳	۵۰۹۴۷۶	۱۴۱۷۰۷

لیست بازارها و مجتمع های تجاری شهر مشهد

بازار بزرگ (رضاع)، مجتمع تجاری شرق زیست، بازار بزرگ مرکزی، مجموعه تجاری میدان شهدا، مجتمع تجاری آلتون، بازار جنت، مجتمع، تجاری زیست خاور، بازار هنر خراسان، بازار گوهرشاد، مجتمع تجاری پروما، مجتمع تجاری وصال، مجتمع تجاری الماس شرق، بازار بین المللی خیام، مجتمع تجاری شهید کاوه، مجتمع تجاری کیان ستر، مجتمع تجاری نور، مجتمع تجاری ابریشم، مجتمع تجاری زمرد.

سایر عناصر گردشگری:

سایر عناصر گردشگری در واقع مربوط به زیرساختهای گردشگری است. فعالیت زیرساختهای گردشگری، دامنه گستردهای را دارند. شهر مشهد از نظر حمل و نقل، دارای امکانات هوایی (فرودگاه بین المللی که دارای مسیر ارتباطی مستقیم و غیر مستقیم با سایر فرودگاه های داخلی و خارجی است)، ریلی (متصل به شبکه ریلی کشوری و ایستگاه راه آهن که حدود ۳۷ درصد مسافران وارد شده به مشهد در سال ۱۳۸۸ از این طریق بوده) و جاده ای برون شهری (دارای پایانه مسافربری، بزرگراه و ... بوده که حدود ۶۳ درصد مسافران وارد شده به مشهد در سال ۱۳۸۸ از این طریق بوده)، جاده ای درون شهری (حدود ۱۸۰۰ دستگاه اتوبوس فعال، حدود ۱۱۰۰۰ تاکسی و حدود ۱۲۰۰۰ دستگاه تاکسی تلفنی) است؛ با این حال هریک از امکانات حمل و نقل فوق الذکر، دارای مدیریت جداگانه هستند؛ و نیاز به ارتباط متقابل سازمندی بین امکانات و تاسیسات زیربنایی و حمل و نقل با سایر عناصر گردشگری مشهد وجود دارد.

دفاتر خدمات مسافرتی: براساس آمار اخذ شده تا سال ۱۳۸۹، حدود ۲۴۰ دفتر خدمات مسافرتی فعالیت داشته که ضمن چندپارچگی مدیریتی بین آنها (هریک از آنها زیر نظر سازمان میراث فرهنگی، سازمان هواپیمایی کشور، حج و زیارت و یا شرکت رجاً میباشند) ارتباط متقابل سازماند نیز با سایر عناصر گردشگری شهر ندارند.

سازمان ها و اتحادیه ها: سازمان ها و اتحادیه های زیادی در ارتباط مستقیم با گردشگری شهر و منطقه هستند که در این میان میتوان از آستان قدس رضوی، میراث فرهنگی، شهرداری، اوقاف و امور خیریه، اتحادیه هتل داران، هتل آپارتمان داران، مهمان پذیران، رستوران داران، سازمان پایانه ها و حمل و نقل استان، راه آهن و شرکت رجاء، اداره کل فرودگاه های استان، سازمان هواپیمایی کشوری و انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی نام برد که ارتباط متقابل سازماند با سایر عناصر گردشگری شهر مشهود ضروری میباشد.

سایر خدمات: به جهت تمرکز مضاعف خدمات مختلف در شهر مشهد، به عنوان یکی از شهرهای پولاریزه کشور مشهور میباشد، به طوری که در شرق کشور رقیب و همتایی ندارد (شهر مشهد، ۶۹.۷۷ درصد از تخت بیمارستان، ۷۳ درصد از پزشکان متخصص، ۸۷.۹ درصد از هتل ها، ۹۱.۳۹ درصد از تخت واحدهای اقامتی، ۹۱ درصد از میهمان پذیرها و ... را در استان در سال ۱۳۸۶ به خود اختصاص داد. همین تمرکز خدمات به نوبه خود موجب جذب زائران و گردشگران زیادی به شهر مشهد شده است.

تعداد پایگاه های راهنمای زائر و فرهنگسراها و مراکز فرهنگی شهرداری مشهد

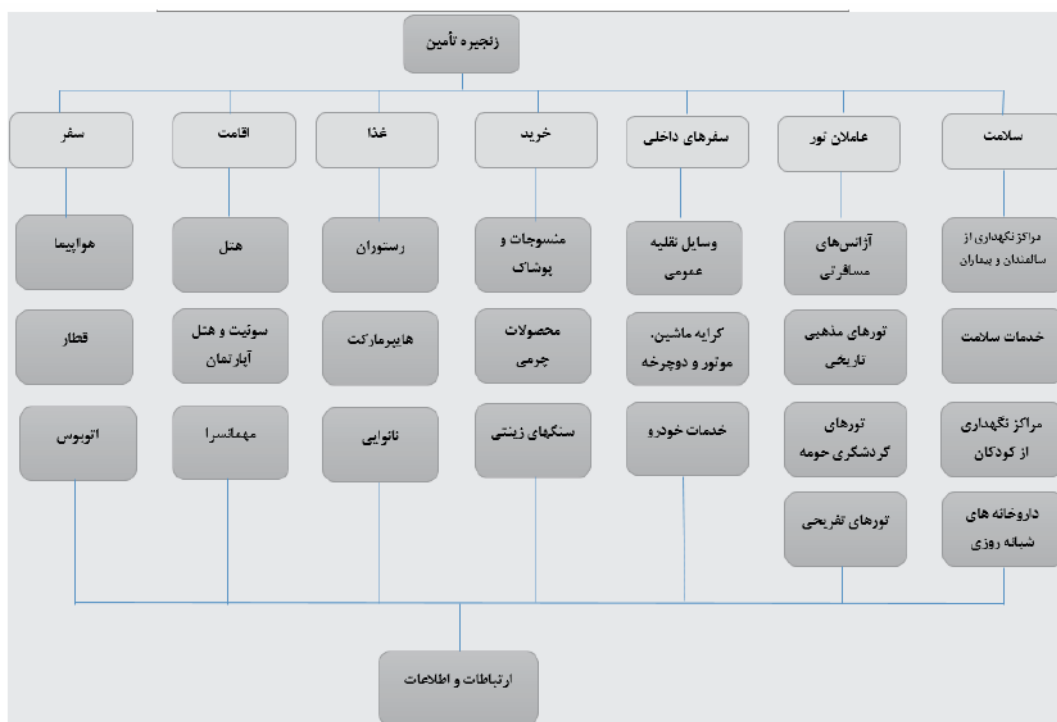
نام مکان	تعداد
پایگاه های راهنمای زائر	۲۶
فرهنگسراها و مراکز فرهنگی شهرداری	۲۳

مأخذ: گردشگری و امور زائران و سازمان فرهنگی و تفریحی-شهرداری مشهد

۴. شکاف عرضه - تقاضا (فرصت تولید و کسب سود) و پیش بینی رشد بازار

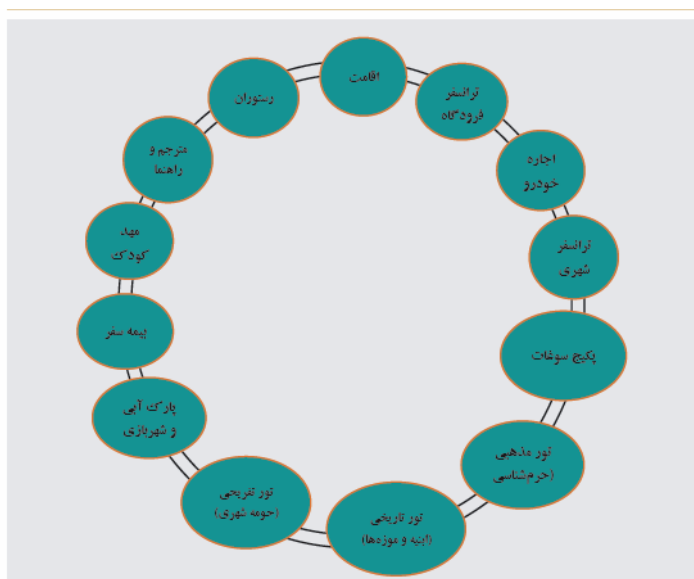
بر اساس ویژگی‌های خاص محصولات گردشگری که ذکرش گذشت، هفت حوزه مدیریت زنجیره تأمین گردشگری قابل شناسایی است. این هفت مسئله کلیدی عبارتند از: مدیریت تقاضا، روابط دوگانه، مدیریت تأمین، مدیریت موجودی، توسعه محصول، یکپارچگی زنجیره تأمین گردشگری و فناوری اطلاعات. در مدیریت زنجیره تأمین گردشگری، عرضه کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع کنندگان و مشتریان را برای برآوردن هر چه مؤثرتر و کارآتر انتظارات مشتریان با همدیگر ادغام می‌کند و از این طریق کسب‌وکارهای گردشگری می‌توانند به سرعت و با کیفیت بالا به تقاضاهای گوناگون مشتریان پاسخ دهند. در ادامه، هر یک از این هفت مسئله به تفصیل بیان خواهد شد. (همان: ۱۰)

دنایای امروز به شکل اجتناب ناپذیری تبدیل به دهکده ای جهانی با ارتباطات گسترده و عمیق شده است. صنعت گردشگری که به فراخور گذر زمان تبدیل به صنعتی درآمدزا و نجات دهنده برای کشورهای مختلف شده است، نیز از این قائله مستثنی نیست. لزوم توجه به گردشگری، تحقیق و استفاده از فناوریهای نوین در جهت گسترش آن و استفاده از مزایای بیشمار اقتصادی آن برای کشورها را ضروری ساخته است.



در ارتباط با فعالیتهای زنجیره تأمین گردشگری در شهر مشهد، استفاده از ابزار فناوری اطلاعات در قالب سکوی (platform) ارائه دهنده خدمات یکپارچه از مبدا تا مبدا به گردشگران، مبتنی بر راهکار ساماندهی و یکپارچه سازی جانب عرضه و تقاضا می تواند محملی برای افزایش رضایت گردشگران و کسب سود باشد.

این مدل بر دو مبنای نظری صرفه های ناشی از تجمع و جمع سپاری (crowd sourcing) شکل می گیرد. این ایده در حالتی که نمونه جامع دیگری در کشور وجود ندارد، بیش از پیش جلب توجه می نماید. یکی از راهکارهای توفیق این ایده، طراحی بسته های خدمات گردشگری است که به جذب گردشگر منجر میگردد. این طراحی به گونه ای است که علاوه بر ارائه خدمات به گردشگران فعلی، فرآیند سفر را تسهیل نموده و به جذب گردشگران بیشتر منجر خواهد شد. مهمترین اصل طراحی بسته ها که باید به آن توجه نمود، متصل کردن اجزایی است که دستیابی به آنها برای مصرف کننده مشکل است. با توجه به اینکه این بسته ها باید شامل اجزای مناسبی مانند اقامت، تغذیه، دیگر فعالیتهای و خدمات و حمل و نقل باشند. اجزاء یک نمونه بسته گردشگری مذهبی -تفریحی در شهر مشهد در نمودار ذیل نمایش داده شده است.



۵. اهمیت و جایگاه پروژه در کشور

بعد از صنعت نفت و خودرو، اقتصاد گردشگری بیشترین رشد را در سالهای اخیر داشته است و کشورها دغدغه این را دارند که چگونه زیرساختهایشان را برای اقتصاد گردشگری توسعه دهند. شهر مشهد نیز بعنوان یکی از مقاصد گردشگری مذهبی در جهان و گردشگری تفریحی و مذهبی در ایران از این قاعده مستثنی نبوده و به دنبال رونق اقتصاد گردشگری شهری میباشد.

شهر مشهد دارای ویژگیهای زیر میباشد:

- پایتخت فرهنگی جهان اسلام در سال ۲۰۱۷؛

- رتبه دوم جذب مخاطب در میان ۱۵ جاذبه گردشگری مذهبی دنیا؛
- مقصد ۴۰ درصد از گردشگران خارجی وارد شده به کشور؛
- قطب اول زیارت و گردشگری مذهبی در ایران؛
- رتبه اول از منظر تعداد مسافران با اقامت شبانه در ایران؛
- رتبه دوم مقصد سفرهای داخلی در ایران؛
- ورود ۹۵ درصد از مسافران ایرانی، با هدف مذهبی و زیارتی به مشهد؛
- قطب تفریحی در شرق کشور؛
- برخورداری از بیشترین تعداد پارکهای آبی در ایران و منطقه؛
- برخورداری از بیلاقات تفریحی و رستورانهای با کیفیت.

توجه به بهره وری صحیح از ظرفیتهای گردشگری فوق در مشهد و تکمیل حلقه های زنجیره خدمات میتواند موجب رونق اقتصادی در این زمینه شود.

۶. وضعیت حمایت (سیاست) های دولتی

از آنجایی که پروژه حاضر بر راهکارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات متمرکز شده است، (در صورت رعایت شروطی) امکان بهره مندی از حمایت های متنوع مالی و غیر مالی معاونت فناوری ریاست جمهوری از پروژه های دانش بنیان و فعال در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات برای این پروژه فراهم خواهد بود.

۷. سرویس های ویژه ساماندهی خدمات زیارت

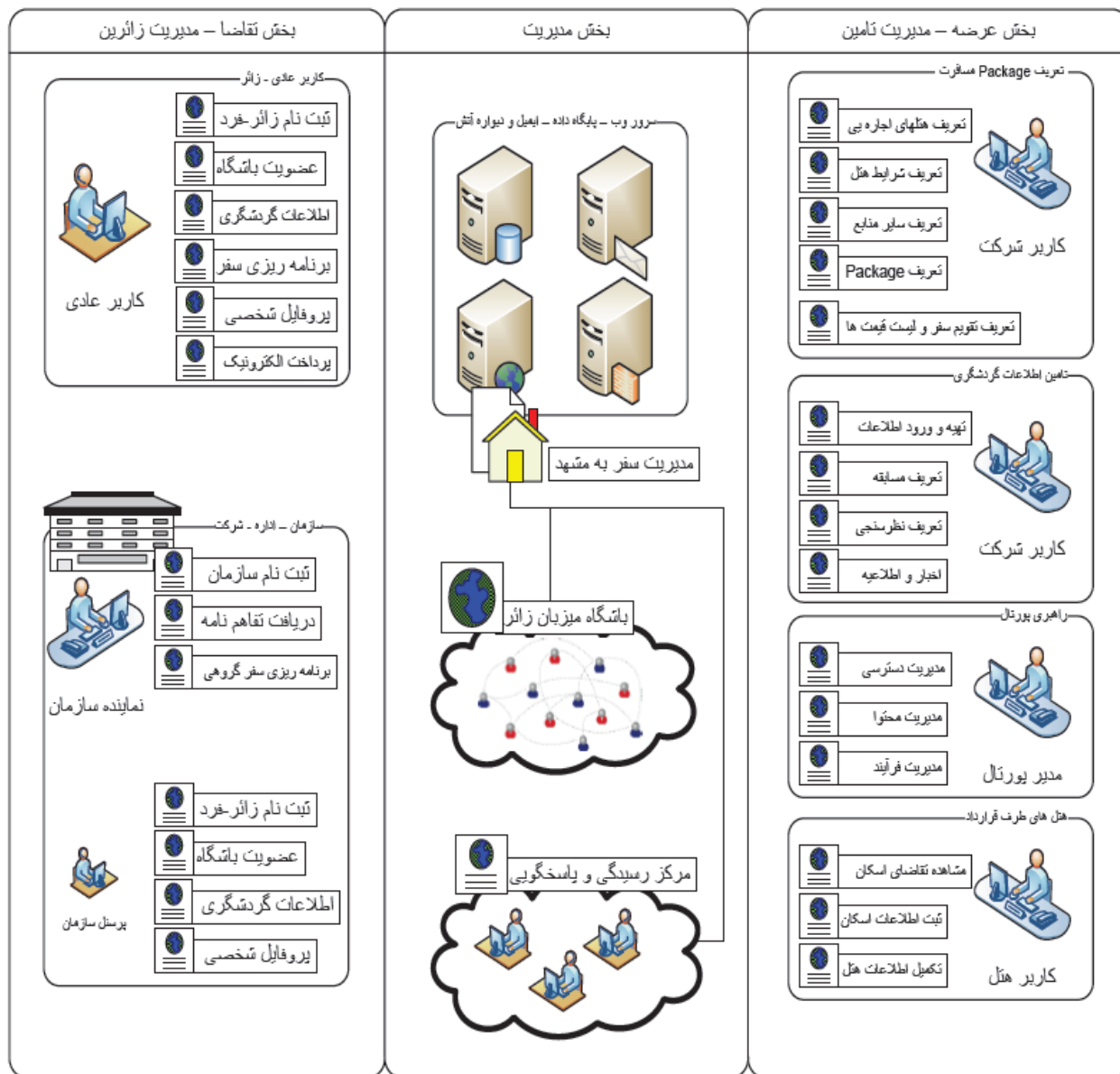
بخشی اعظم سرویس ها در سکو، به صورت ویژه و اختصاصی برای مدیریت سفرهای زائرین به مشهد مقدس توسعه و پیاده سازی می گردند. این سرویس ها، به عنوان کلیدی ترین سرویس های پیشنهادی در این طرح، شامل ابزارهای متنوع و پایگاه های داده ای است که اقلام اطلاعاتی و خدمات مرتبط با سفر به شهر مشهد را به منظور مدیریت برنامه ریزی سفر، در طبقات منظم ذخیره و نمایش می دهد.

این سرویس ها در سه بخش جداگانه به صورت مفهومی دسته بندی و معرفی می گردند:

- بخش تقاضا که اطلاعات زائران و گردشگران استفاده کننده از سیستم را دریافت و نگهداری می کند.
- بخش عرضه که اطلاعات خدمات دهندگان گردشگری، اسکان، تور و حمل و نقل، بازار و ... را نگهداری می کند.
- بخش مدیریت که واسطه گری و مدیریت بازار بین بخش عرضه و تقاضا را با هدف ساماندهی سفرها

• انجام می دهد.

نحوه مدیریت عرضه ها و تقاضاها توسط سکو



در ادامه به تشریح نیازهای اطلاعاتی و فرآیندی هرکدام از سه بخش مذکور پرداخته می شود.

بخش تقاضا (مدیریت زائرین):

این بخش از سیستم دارای تقسیم بندی زیر می باشد:

- باشگاه میزبان زائر: باشگاه میزبان زائر با زیرساخت یک جامعه مجازی اینترنتی راه اندازی می گردد.

- مدیریت زائرین: امور ثبت نام زائر بصورت فردی و گروهی را به عهده می گیرد.
- پیشخوان برنامه ریزی سفر: امکانات ثبت و برنامه ریزی سفر را براساس خواسته های زائر فراهم می نماید.

در این بخش از سیستم، اطلاعات متقاضی استفاده از خدمات به همراه همسفران وی ثبت می گردد. برای هر شخص یک شناسنامه اطلاعاتی مشتمل بر اطلاعات شناسایی، مکانی و شغلی ثبت سیستم می گردد. برای متقاضی یک شناسه واحد صادر می گردد و فرض براین است که مسئولیت همسفران با وی خواهد بود. از شناسه واحد در تمامی بخشها جهت تخصیص منابع سفر استفاده خواهد گردید. متقاضی اطلاعات همسفران خود را نیز وارد سیستم می نماید.

بخش عرضه (مدیریت تامین):

در این بخش اطلاعات عرضه کنندگان خدمات ثبت و نگهداری می شود. اطلاعات این بخش توسط مدیریت طرح تکمیل و بروز رسانی می گردد. اطلاعات معرفی یک خدمت اعم از شرایط کیفی و فایل الکترونیکی معرفی آن، ثبت سیستم می گردد. به عنوان مثال پارک موجهای آبی، آشپزخانه ها و رستورانهای معروف و... پس از ثبت اطلاعات و دریافت شناسه برای عرضه کنندگان، شرایط کمی و تعداد زائران براساس روز و تاریخ مشخص، ثبت سیستم می گردد. این اطلاعات توسط خود شرکت ثبت خواهد گردید.

اطلاعات هتل های اجاره ای

برای هتل های اجاره شده توسط سکو، اطلاعات چند ستاره بودن، ظرفیت اتاق به تفکیک ستاره هتل و تعداد کل تخت را نیز نگهداری می کند. همچنین مبنای هزینه هرکدام از اتاقها نیز ثبت سیستم می گردد. یک ضریب کلی نیز روی هزینه ها تاثیر می گذارد که به صورت کلی در حوزه هتلها تعریف و تاثیر گذار خواهد بود. این ضریب در تقویم تعریف می گردد. با توجه به استقبال زائران از سفر به مشهد در فواصل خاص و مناسبتهای مذهبی و گران شدن نرخ خدمات در این ایام فرمول محاسبه هزینه ها با ضریب افزایش تعیین می گردد. البته در پایگاه اطلاعات هتل ها، شناسنامه کاملی از اطلاعات یک هتل نیز نگهداری می گردد. هتل های اجاره ای می توانند در آن بخش دارای شناسنامه و کاتالوگ الکترونیکی باشند و در این بخش اطلاعات تکمیلی ظرفیت و ترکیب اتاق ها برای اسکان به آن اضافه گردد.

اطلاعات هتل های طرف قرارداد

برای هتل های طرف قرارداد که متقاضی سرویس دهی رزرواسیون آنلاین به زائرین می باشند، توسط شرکت اطلاعات چند ستاره بودن و سایر اطلاعات کاتالوگ الکترونیکی آنها دریافت می گردد. این هتلها از طریق یک پانل ویژه می توانند به تقاضای زائرین پاسخ دهند. در صورتی که کاربر سیستم نتواند درخواست یک متقاضی برای اسکان را با شرایط هتلهای اجاره ای منطبق سازد، درخواست وی را به پانل درخواست رزرواسیون هتل های طرف قرارداد ارسال خواهد نمود که در آن بخش با اتصال به شبکه هتل ها متقاضی می تواند نسبت به رزرو محل اقامت خویش با شرایط معرفی شده از سوی هتل اقدام نماید. برای این هتلها سقف قیمت درج می گردد و از همان ضریب تعریف شده قبلی نیز استفاده می نمایند.

کارت اعتباری سفر

این کارت ها در فاز اول از طریق بانک عامل طرف قرارداد فقط به متقاضیان (زائرین) داده می شود. فرآیند ثبت نام آنها و صدور و تحویل کارتها به این شرح می باشد. متقاضی در صورت واجد شرایط بودن نسبت به تکمیل فرم درخواست اقدام می نماید. این درخواست در کارتابل مدیر طرح دیده می شود و پس از تایید، برای کارتابل بانک عامل ارسال می گردد. بانک در کارتابل مربوط به خود در صورت تایید، اطلاعات و شعبه و زمان مورد نظر برای دریافت کارت سفر را در فرم ثبت و برای مدیر طرح ارسال نموده که مدیر طرح به متقاضی اطلاع رسانی می نماید.

بخش مدیریت پیشخوان:

برای سهولت در مدیریت و ارائه خدمات بهتر، سکو کلیه خدمات را در قالب پکیج های سفر از قبل برنامه ریزی شده، ارائه می کند. بنابراین در این بخش از سیستم، تعریف، فروش و ارائه پکیج ها مد نظر قرار می گیرد.

الف- تعریف پکیج سفر

در این بخش از سیستم ابتدا یک پکیج با عنوان و ظرفیت کلی و بازه تاریخی تعریف می گردد. در تعریف و طراحی پکیج ها مسائلی چون کیفیت محل اسکان، نوع غذا، تورهای درون و برون شهری، تور بازار گردی، ترانسفر، حمل و نقل درون شهری و ... در نظر گرفته می شود. به عنوان مثال ممکن است برای یک بازه

تاریخی چندین نوع پکیج مختلف سفر طراحی شود. سپس کلیه مواردی که به عنوان اقلام پکیج تعیین شده اند و اطلاعات آنها قبلاً در بخش عرضه تعریف شده است به ازای سرویس دادن به یک نفر به تعریف پکیج اضافه می گردند. در این فاز از پروژه اسکان به صورت قسمت اصلی پکیج می باشد و سایر خدمات تنها با انتخاب و علاقه متقاضی قابل ارائه خواهد بود. در فازهای بعدی پروژه میتوان امکان ثبت نام و قطعی نمودن استفاده از یک خدمت خاص را نیز در پکیج گنجانند.

ب- فروش پکیج سفر

فرآیند این بخش برای برنامه ریزی سفر در بخش تقاضا به تفکیک سفرهای آزاد و سازمانی یا تک نفره و جمعی، می تواند تفکیک گردد.

پ- اقدامات پس از فروش پکیج سفر

پس از خرید پکیج توسط متقاضی در اولین مرحله از تعداد پکیجهای ارائه شده کسر می گردد. اطلاعات تکمیل شده افراد جهت ثبت در مواردی مثل محل اقامت، بلیت اماکن تفریحی خاص و غیره به صورت گزارش استخراج و مورد استفاده قرار می گیرد. مدیریت برنامه ریزی زمانی و سایر شرایط خاص خدمت رسانی در هر موضوع به عهده این سیستم نخواهد بود و بنابراین صرفاً گزارشات لازم قبل از رسیدن به زمان ارائه خدمات پکیج های فروخته شده از سیستم اخذ و در اختیار بخش خدمات شرکت جهت اقدامات لازم قرار می گیرد. گزارش از اقلام علاقه مندی های درخواست شده در پکیج ها در هر دسته به صورت سر جمع استخراج می شود.

ت- سرویس تامین امنیت مستندات پرینت شده

ث- سرویس اطلاع رسانی به متقاضیان

این سرویس وقایع و رویدادهای مهم در ارتباط با سفر به مشهد چه عمومی و چه درمورد یک سفر خاص برنامه ریزی شده را اطلاع رسانی می نماید. سطوح مختلف اطلاع رسانی در قالب پیام های خصوصی پورتال، ایمیل و یا پیامک امکان پذیر می باشد. به عنوان مثال میتوان پس از نهایی شدن شرایط اسکان و یا پرداخت مبلغ روی موبایل زائر پیامک تایید ارسال نمود. همچنین این امکان وجود دارد که با ورود زائر به مشهد پیامک خوش آمد گویی ارسال نمود.

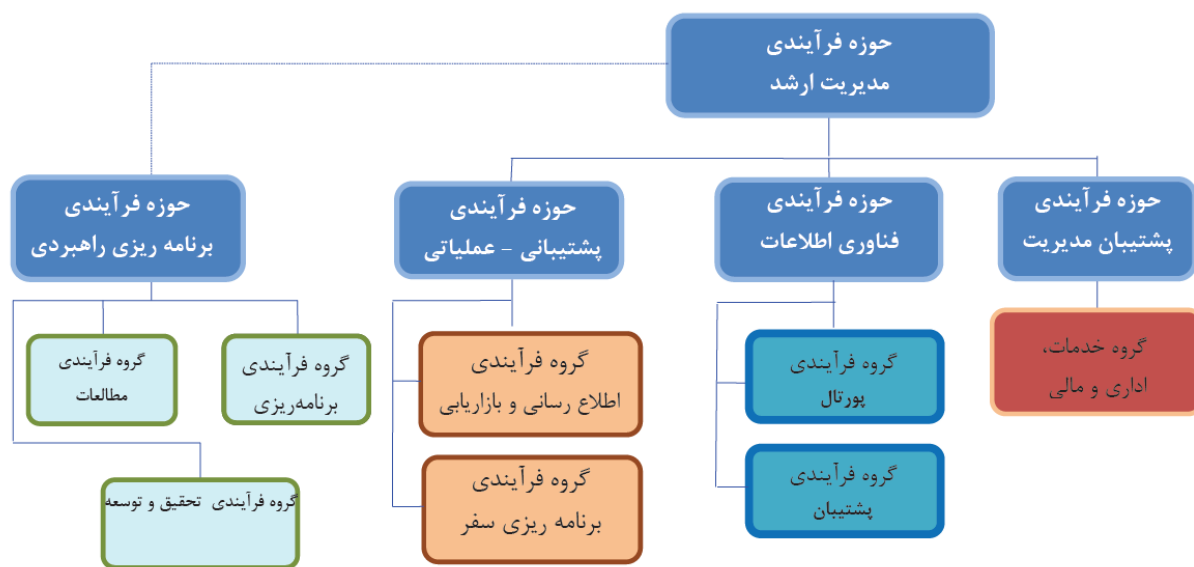
ث- سرویس مدیریت تبلیغات

این سرویس از طریق موتورهای طراحی شده می تواند نسبت به تبلیغات اقدام نماید. این سرویس در کنار مدیریت تبلیغات بنری سایرین در پورتال، می تواند تبلیغات خدمات شرکت در حوزه پکیج های ارائه شده را از طریق پیام های خصوصی پورتال، ایمیل و یا پیامک نیز امکان پذیر سازد.

کلیه سرویس های فوق مبتنی بر داده های بانک های اطلاعات، مدیریت شده و بهبود می یابند. حوزه های اطلاعاتی شامل اطلاعات مورد نیاز عملیات تخصصی طرح بوده و شامل مجموعه بانکهای اطلاعاتی زیر می باشد:

- مجموعه بانکهای اطلاعاتی بانک عامل
- مجموعه بانکهای اطلاعاتی زائرین و گردشگران
- مجموعه بانکهای اطلاعاتی مراکز اجاره و رزواسیون
- مجموعه بانکهای اطلاعاتی خدمات برنامه ریزی
- مجموعه بانکهای اطلاعاتی شبکه حمل و نقل
- مجموعه بانکهای اطلاعاتی خدمات تفریحی
- مجموعه بانکهای اطلاعاتی خدمات تورگردانی
- مجموعه بانکهای اطلاعاتی خدمات زیارتی ، تاریخی و فرهنگی
- مجموعه بانک های اطلاعاتی بازاریابی و جذب زائران و گردشگران

سازمان اجرایی طرح، حوزه های فرایندی زیر را در بر می گیرد:



۸. اهم اقدامات اجرایی در راستای تحقق پروژه

نوع اقدام	اقدامات اجرایی
اقدامات زیر بنایی و پیش نیاز طرح ورود به مرحله ی اجرایی	تامین منابع مالی
	تشکیل سازمان اجرایی
	شناسایی عرضه کنندگان مناسب خدمات
	تنظیم تفاهم نامه ها و پیش نویس قراردادهای
	برگزاری جلسات و مذاکرات نهایی و انعقاد قرارداد
بدنه و چارچوب طرح	راه اندازی پرتال
	بانک اطلاعات و به روز اطلاعات
	شبکه ارتباطی
	بانک عامل
	اسکان
	حمل و نقل
	پذیرایی
	بازاریابی و تبلیغات
	اطلاع رسانی
	خدمات تفریحی
	تور گردانی
	واهنمای ژانر ان
اقدامات روبنایی	برنامه خدمات زیارتی
	برنامه نظر سنجی

۹. بررسی کلی ابعاد مالی پروژه

هزینه های سرمایه گذاری شامل هزینه تشکیل سازمان اجرایی و تأسیس شرکت، تشکیل بانک اطلاعات، هزینه طراحی و استقرار سکو (پرتال و اپلیکیشن)، هزینه راه اندازی سکو، هزینه اخذ مجوزات، هزینه تجهیز فضای فیزیکی، هزینه های قبل از بهره برداری (مطالعات، شناسایی عرضه کنندگان خدمات، تنظیم تفاهم نامه ها و پیش نویس قراردادهای، برگزاری جلسات مذاکره با تأمین کنندگان و انعقاد قرارداد و ...) می باشد.

هزینه های جاری طرح در ۵ سال شامل هزینه های اجاره فضای فیزیکی، هزینه اجاره فضای مجازی (هاست و دامین)، هزینه های پرسنلی مربوط به گروه های مختلف فرایندی، هزینه بازاریابی و تبلیغات، هزینه انرژی، هزینه بیمه و ... می باشد.

درآمدهای جاری طرح در ۵ سال از محل درآمد حاصل از رزرواسیون و درآمد حاصل از پکیج تورها تأمین می گردد.

جدول ابعاد مالی پروژه

شرح	مقدار	توضیحات
ارزش تقریبی کل هزینه های طرح در ۵ سال	۲,۵۱۰,۰۰۰ میلیون ریال	شامل هزینه طراحی و استقرار سکو (پرتال و اپلیکیشن)، هزینه راه اندازی سکو، هزینه اخذ مجوزات، هزینه تجهیز فضای فیزیکی و ...
نرخ بازده داخلی تقریبی	۴۲٪	در ۵ سال