کسب و کار

به‌خاطر یک مشت دلار

در دو یادداشت قبلی که در این ستون منتشر شد به بررسی پدیده جدید شبکه‌های اجتماعی یا کلاب‌هاوس (Clubhouse) و فرصت‌ها و چالش‌هایی که در حوزه روابط‌عمومی پدید آورده پرداختم. معتقدم کلاب‌هاوس یک قدم جلوتر از روابط‌عمومی است و چالش‌های آن برای کسب‌وکارها به مراتب می‌تواند بیشتر از فرصت‌های آن باشد. با این حال نیازمند زمان بیشتری برای ارزیابی این پلتفرم هستیم تا بتوان به یک پروتکل جامع و نه فقط محدودکننده برای استفاده از آن در کسب‌وکارها رسید.

درحال‌حاضر یک اتاق در حوزه روابط‌عمومی و ارتباطات بازاریابی در کلاب‌هاوس برای مخاطبان فارسی‌زبان شکل گرفته که با جست‌وجوی pr- communications و عضویت در این روم می‌توانید در مباحث مربوط به روابط‌عمومی مشارکت داشته باشید. اما در این یادداشت قصد دارم اقدام جدید و پرسر و صدای کلاب‌هاوس درباره پرداخت دستمزد به کاربران فعالش را بررسی کنم.

در دوران همه‌گیری کرونا پخش زنده مؤثرتر می‌شود. حالا کلاب‌هاوس به مثابه رویداد آنلاین انتشار پادکست تعاملی ترند شده است. کووید-۱۹ خلاقیت را به تاکتیک‌های ارتباطی اضافه کرده و استفاده از پلتفرم‌های صوتی مانند کلاب‌هاوس نمونه این موضوع هستند (نگاه کنید که کسب‌وکارها در تعطیلات نوروز چگونه در فضای کلاب‌هاوس حضور پیدا کردند). پلتفرمی که ارتباط کاربران با هم در آن فقط مبتنی بر صدا است. در کلاب‌هاوس انگار درحال گوش دادن به یک کانال رادیویی یا پادکست به‌صورت زنده هستید. در این اپلیکیشن می‌توان یک اتاق مجازی ایجاد کرد و با دعوت از دیگران درباره موضوع مشخصی گفت‌وگو کرد و کاربران می‌توانند با حضور در اتاق‌های ایجاد شده توسط دیگر کاربران در گفت‌وگو مشارکت کنند.

چندی پیش کلاب‌هاوس در بیانیه رسمی اعلام کرد قصد دارد به کاربران فعال خود ماهانه پنج هزار دلار پرداخت کند. حالا کلاب‌هاوس می‌خواهد به ۲۰ نفر از گردانندگان این اتاق‌ها ماهانه پنج هزار دلار پرداخت کند. این تصمیم در حالی توسط کلاب‌هاوس گرفته شده که هنوز خبری از نسخه رسمی اندروید آن نیست (همچنان توصیه می‌کنم از نصب نسخه غیررسمی آن خودداری کنید) و کاربران تنها با دریافت دعوت‌نامه از یکی از کاربران عضو در کلاب‌هاوس می‌توانند از این اپلیکیشن استفاده کنند.

به‌عبارت دیگر با توجه به همین جامعه محدود عضو در این اپلیکیشن کلاب‌هاوس تصمیم به درآمدزایی برای اعضای فعال خود گرفته است. کلاب‌هاوس اعلام کرده یک برنامه با هدف تسریع رشد خود اجرا کرده که طی آن ۲۰ نفر را انتخاب می‌کند و از آنها حمایت خواهد کرد. این حمایت شامل ارسال تجهیزات صوتی مناسب، کمک به توسعه موضوعات اتاق‌ها، تسهیل ارتباط با برندها جهت جذب اسپانسر و البته حقوق ماهانه پنج هزار دلاری می‌شود. این حمایت‌ها در حال حاضر شامل ۲۰ نفر می‌شود ولی در بلندمدت احتمالا کاربران فعال بیشتری در این طرح مورد حمایت کلاب‌هاوس قرار خواهند گرفت که ویژگی مشترک این افراد ایفای نقش موثر و فعال در توسعه این شبکه اجتماعی است.

این تصمیم کلاب‌هاوس مانند حضورش مهم و پر سر و صداست. انتقاد مهمی که همواره به شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شود این است که کاربرها در آن به‌عنوان عضوی از آن پلتفرم درحال کار کردن هستند و وقت و انرژی خود را در آنجا صرف می‌کنند اما در نهایت درآمد و شرکت‌هایی مانند توییتر و فیس‌بوک و... به‌دست می‌آورند که از اطلاعات و محتوای کاربران برای جذب تبلیغات استفاده می‌کنند. در این میان تنها می‌توان به یوتیوب و مدل درآمدی آن برای کاربرانش اشاره کرد که کاربر یا تولیدکننده محتوا در یوتیوب براساس میزان دنبال‌کننده (subscriber) و بازدید ویدئوهایش می‌تواند درآمد کسب کند. اما کلاب‌هاوس با این طرح خود تحولی در مدل درآمدی کاربران از شبکه‌های اجتماعی ایجاد کرد، به رسمیت شناختن کاربرانی که در توسعه‌اش نقش مستقیم دارند و درآمدزایی برای آنها.

به این نکته هم باید توجه کرد که همه کاربران شانس حضور در این طرح را ندارند. همان‌طور که اشاره شد کاربرانی که نقشی در توسعه این پلتفرم داشتند یا دارند شانس حضور در این طرح را دارند؛ کاربرانی که وقت زیادی را در این شبکه اجتماعی سپری کردند و از اولین کاربران فعال یا Early Adopter هستند. کاربرانی که وقتی هیچ‌کس این شبکه اجتماعی را نشناخته بود با استفاده فعال و دعوت از دوستان‌شان به آن کمک کردند. و البته سوالی که بعد از شنیدن این خبر مطرح می‌شود این است که کلاب‌هاوس چگونه قرار است برای خودش درآمدزایی کند و به کاربرانش هم حقوق بدهد؟ هنوز مشخص نیست مدل درآمدزایی کلاب‌هاوس قرار است مبتنی بر تبلیغات یا پرداخت حق عضویت یا روش دیگری باشد.

اگر این پلتفرم بخواهد مثل اغلب شبکه‌های اجتماعی دیگر از طریق تبلیغات و استفاده از دیتای کاربران برای نمایش تبلیغ درآمدزایی کند تصمیم اخیرش تحول بزرگی در دنیای شبکه‌های اجتماعی خواهد بود. چراکه با این روش به نوعی هزینه دیتای کاربران را به آنها پرداخت می‌کند. دیتایی که در چند سال اخیر محل بحث بوده و بسیاری از فعالان حقوق بشر توجه کاربران را نسبت به استفاده از آن در پلتفرم‌ها جلب کرده‌اند و بسیاری مدعی هستند که بخشی از درآمد حاصل از تبلیغات پلتفرم‌ها باید به مخاطب‌شان تعلق داشته باشد.

کلاب‌هاوس رشد خیره‌کننده‌ای در سال ۲۰۲۰ داشته و با اینکه درحال‌حاضر هیچ مدل درآمدزایی ندارد یک میلیارد دلار ارزش‌گذاری شده است. ازقرار پیش‌بینی‌ها درباره رشد سریع این اپلیکیشن در سال ۲۰۲۱ درحال محقق شدن است و همچنان باید منتظر اخبار جدیدی درباره کلاب‌هاوس باشیم.

حمیدجعفری
متخصص روابط‌عمومی و ارتباطات بازاریابی

رئیس سازمان مدیریت آرامستان‌های شهرداری کرج:

تجمع در بهشت سکینه (س) ممنوع است

رئیس سازمان مدیریت آرامستان‌های شهرداری کرج با توجه به شیوع کرونا که منجر به قرمز شدن وضعیت برخی از شهرستان‌های استان شده است از استمرار محدودیت‌های کرونایی خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، حمیدرضا عسگری با توجه به شیوع کرونا که منجر به قرمز شدن وضعیت برخی از شهرستان‌های استان شده است، گفت: با توجه به تلاش کادر درمان و دیگر متولیان برای پیشگیری از شیوع ویروس کرونا، شاهد قرمز شدن وضعیت برخی استان‌ها و به تبع شهرستان‌های کشور هستیم.

وی ضمن ابراز تاسف از اینکه بسیاری از هموطنان به دلیل ابتلا به ویروس کرونا جان خود را از دست داده‌اند، گفت: برای بازگشت به روزهای عادی نیازمند تلاش همگانی هستیم.

رئیس سازمان مدیریت آرامستان‌های شهرداری کرج با تاکید بر اینکه وضعیت کشور بحرانی است و کرج نیز از این قاعده مستثنی نیست، ادامه داد: همه ملزم به رعایت پروتکل‌ها و محدودیت‌ها هستیم.

عسگری در بخش دیگری با تاکید بر اینکه بهشت سکینه (ع) به عنوان آرامستان جامع شهر محسوب می‌شود، از شهروندان خواست از حضور در آرامستان‌های استان خودداری کنند.

وی با اشاره به اینکه از برگزاری مراسم و تجمع در آرامستان جلوگیری می‌شود، گفت: خاکسپاری به صورت روزانه ادامه دارد از خانواده‌های معزا درخواست می‌کنیم از هرگونه تجمع خودداری کنند.

رئیس سازمان مدیریت آرامستان‌های شهرداری کرج با تاکید بر اینکه همه باید برای پیشگیری از شیوع این ویروس منحوس تلاش کنیم، گفت: همکارانم در صف مقدم مبارزه با این ویروس هستند، از آنها بابت تلاش‌های مجاهدانه‌شان تشکر می‌کنم.

معاون برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی:

موافقت‌نامه پروژه‌های عمرانی ۱۴۰۰ تنظیم شد

معاون برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهرداری کرج گفت: موافقت‌نامه پروژه‌های عمرانی ۱۴۰۰ تنظیم‌شد.

به گزارش پیام آشنا، احمد نامربخت اظهار کرد: موافقت‌نامه پروژه‌های عمرانی سال ۱۴۰۰ شهرداری کرج تنظیم شد.

وی در ادامه تأکید کرد: این مهم به‌منظور تسریع در آغاز و تکمیل پروژه‌های عمرانی انجام می‌شود.

معاون برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهرداری کرج اضافه کرد: تکمیل پروژه‌های نیمه‌کاره در دستور کار است و با جدیت پیگیری می‌شود.

نامربخت همچنین گفت: بودجه ۱۴۰۰ شهرداری کرج نیز با رویکرد تکمیل پروژه‌های اولویت‌دار و نیمه تمام ابلاغ شده است.

حناچی عنوان کرد

استفاده از تجربیات شهرهای عضو متروپلیس در باز آفرینی شهری

شهردار تهران در ویبینار بازآفرینی شهری، بر استفاده از تجربیات شهرهای عضو متروپلیس در زمینه بازآفرینی شهری شد و این تجربیات را سرمایه‌های گرانبهای هر شهری توصیف کرد.

به گزارش پیام آشنا، پیروز حناچی شهردار تهران در ویبینار (چشم اندازها و چالش‌ها در باز آفرینی شهری) گفت: امروز با اثرات غم‌انگیز و قابل تاملی که پاندمی کرونا بر زندگی انسانها به ویژه شهرنشینان داشته است بیش از هر زمان دیگری به اهمیت فضاهای شهری تاب آور و پاسخگو پی برده ایم. فضاهایی ایمن، صرفه جو، مناسب برای استفاده همه اقشار و فضاهایی که زاییده و زاینده آینده ها و نوآوری ها باشند.

او افزود: رشد شهرها و گسترش ناپایدار آنها، علاوه بر اضافه کردن محدوده های سکونتی غیررسمی و بی کیفیت به شهر، به دلیل تغییرات پیچیده اقتصادی، کالبدی، موجب کاهش کیفیت محیط در مناطق درونی شهر (INNER CITY) نیز می شود و این دلیل مداخلات در برنامه های بازآفرینی شهری را آشکار می سازد. از طرف دیگر کالبد شهرها، نشانگر سابقه ها، قوانین، تصمیمات و همچنین دانش و هنر کسب شده در دوره های مختلف، تاریخی است. بنابراین خاطره شهرها مانند ثروتی گرانبها، روند توسعه آن را بازگو کرده و آثار اقدامات کنونی را نیز در خود حفظ خواهد کرد.

شهردار تهران اضافه کرد: از این رو بازآفرینی شهری امروزه به عنوان رویکرد مهمی در شهرداری تهران مورد توجه قرار گرفته است و این توجه خاص در برنامه های بلندمدت، میان مدت و تضمین هدفمند اعتبارات این حوزه کاری نمود یافته است.

او گفت: تهران، شهری متنوع، از نظر طبیعی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است پس در اجرای برنامه های بازآفرینی شهری، همواره با مسائل گوناگونی مواجه بوده است. این چالشها و راه حلهای آنها موجب کسب تجاربی ارزشمند و تولید دانش بومی در این زمینه شده است. همین موضوع در خصوص سایر شهرهای جهان نیز در حال رخ دادن است و با توجه به عضویت ۱۴۰ شهر در سازمان کلانشهرهای جهان (متروپلیس)، همکاری و شبکه سازی جهت منتفع شدن همه شهرها از این تجارب و دانش کسب شده و به نقد و بررسی گذاشتن آنها، گامی موثر در دیپلماسی شهری و ارتقای دانش تخصصی در مدیریت شهرهاست.

او با بیان این که این ویبینار با عنوان «چشم اندازها و چالشها در بازآفرینی شهری» با همین هدف شکل گرفته است ادامه داد: امیدوارم تا پایان آن بتوانیم از گریز کوتاهی به تجارب و درس آموخته های شهرهای شرکت کننده در بازآفرینی شهرهایشان داشته باشیم و باب همکاری های گسترده تری با آنها گشوده شود.

بر اساس گزارش سایت شهر، حناچی در پایان گفت: ضمن تشکر ویژه از دوستان و همکاران در مترو پلیس جهت هماهنگی امور مربوط به برگزاری این ویبینار، صحبت های خوم را به پایان می رساگم.

تبعات زیست‌محیطی رها کردن ماسک در معابر و طبیعت

با گذشت بیش از یک سال از اعلام رسمی شیوع ویروس کرونا در کشور به‌نظر می‌رسید مردم با روش‌های بهداشتی دفع پسماندهایی که خطرناک محسوب می‌شوند آشنایی و آگاهی‌های لازم را پیدا کرده باشند اما همچنان شاهد ماسک، دستکش و سایر وسایل بهداشتی رها شده در طبیعت و معابر هستیم. دبیر شبکه‌های مردم‌نهاد محیط زیست و منابع طبیعی کشور ضمن تاکید بر لزوم دفع اصولی و بهداشتی این نوع کالاها می‌گویند: رها کردن وسایل بهداشتی در معابر و طبیعت تاثیرات منفی بر آب، خاک، حیات وحش و... می‌گذارد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، محمد الموتی با اشاره به پیامدهای زیست محیطی رها کردن ماسک و سایر لوازم حفاظتی در طبیعت و معابر اظهار کرد: آلودگی ناشی از رها کردن هرگونه اجناسی که متعلق به طبیعت نیست به‌ویژه وسایل حفاظتی که جزو پسماندهای خطرناک به‌حساب می‌آیند علاوه بر ایجاد آلودگی در منابع آب و خاک که تاثیر مستقیمی بر سلامت جامعه، تولیدات کشاورزی و محیط زیست دارند، می‌تواند بسیاری از گونه‌های حیات وحش و حیوانات شهری را در گیر کنند و باعث از بین رفتن و تهدید جمعیت آن‌ها شود.

دبیر شبکه‌های مردم‌نهاد محیط زیست و منابع طبیعی کشور با اشاره به اینکه برخی وسایل بهداشتی مانند ماسک، بد بهداشتی و ... از منسوجات بی‌بافت و ترکیب مواد مختلفی تولید می‌شود که فرایند بازیافت و خاص‌سازی آن‌ها بسیار پیچیده است، اظهار کرد: در دنیا هنوز این وسایل بهداشتی به‌صورت فرآگیر بازیافت نمی‌شوند و ماسک پدهای بهداشتی، دستمال‌های مرطوب و ... در فرایند پردازش و دفع پسماند مستقیم دفن می‌شوند.

وی ادامه داد: در تمام دوران‌های وقوع پاندمی در دنیا معمولا توصیه قطعی این است که فرایند پردازش، دفع و بازیافت حذف شود و تمام زباله‌های تر مستقیم دفن شوند.

دبیر شبکه‌های مردم‌نهاد محیط زیست و منابع طبیعی کشور با بیان اینکه وسایل بهداشتی مانند ماسک، دستکش و ... در دوران همه‌گیری ویروس کرونا جزو زباله‌های تر محسوب و همراه با آن‌ها به‌صورت مستقیم دفن می‌شود، گفت: دفن زباله‌های تر در دوران پاندمی کمی متفاوت است. به‌منظور اینکه آلودگی این پسماندها انتشار پیدا نکند و این زباله‌ها زودتر تجزیه شوند آهک و مواد دیگری به آن‌ها اضافه می‌شود.

وی تاکید کرد: ویروس کرونا نوعی ویروس است که می‌تواند برای مدت‌ها روی سطوح باقی و در هوا نیز برای مدتی معلق بماند و منتقل شود. بنابراین باید همه ما این مسئولیت را بپذیریم که دفع وسایل بهداشتی مانند ماسک، دستکش، دستمال کاغذی و ... که مورد استفاده قرار می‌دهیم را با رعایت نکات ایمنی و در کیسه‌های در بسته جداگانه‌ای همراه با زباله‌های تر دفع کنیم تا در مرکز پردازش به‌صورت بهداشتی دفن شوند.

الموتی تصریح کرد: یکی از مهم‌ترین عوامل شیوع ویروس کرونا و نوع‌های جهش یافته آن بی مبالاتی است که متاسفانه برخی افراد با انداختن ماسک در طبیعت و معابر انجام می‌دهند که علاوهبر تاثیرات مخربی که بر محیط زیست دارد، بر افزایش شیوع کرونا نیز موثر است.

از ۱۸ فروردین تمامی مراکز استان‌ها در وضعیت قرمز کرونایی قرار گرفته‌اند.

آگهی فراخوان عمومی جذب سرمایه گذار جهت ساخت و بهره برداری از سه دستگاه تلویزیون شهری در سطح شهر مشکین دشت (مرحله دوم)

شهرداری مشکین دشت در نظر دارد به استناد مصوبه هیات عالی سرمایه گذاری و مشارکت شهرداری مشکین دشت به شماره ۹۹/۶۶۵۰۲ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۱۹ از طریق فراخوان عمومی نسبت به شناسایی و انتخاب اشخاص حقیقی یا حقوقی سرمایه گذار به عنوان ساخت و بهره برداری از سه دستگاه تلویزیون شهری در سطح شهر (بصورت BOT) که دارای توان فنی، اجرایی و مالی کافی واجد شرایط به منظور اجرای این پروژه جهت ساخت تلویزیون شهری و بهره برداری از آنها را دارد. به شرح زیر از طریق سامانه الکترونیکی دولت به آدرس setadiran.ir اقدام نماید.

آدرس های محل نصب تلویزیون های شهری:
ابتدای بلوار امام خمینی (ره) از میدان آزادگان تا شهرداری
خیابان شهید هدا ابتکار سه راه مسجد جامع
شهرک بعثت بلوار سعدی

مشخصات فنی:
تلویزیون شهری به ابعاد ۴×۳ و پیچ ۱۵
فنداسیون ۳×۳×۳ صفحه ستون ۲۰ میل ۲×۲
پایه اسیون به صورت خرپا یا قوطی ۱۰×۱۰ به ارتفاع ۹ متر
نمای اصلی کامپوزیت درجه یک

الف) هزینه ساخت بعهده سرمایه گذار بوده که بوسیله مدت بهره برداری هزینه مذکور مستهلک می شود.
ب) مهلت خرید اسناد از طریق سامانه از روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱/۱۴ لغایت روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱/۲۱
مهلت ارائه پیشنهاد از روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱/۲۱ لغایت روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱/۳۱
زمان بازگشایی پیشنهادات روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۲/۱ ساعت ۱۴/۳۰
محل بازگشایی پیشنهادات واصله سالن جلسات دفتر شهردار محترم مشکین دشت می باشد.
ج) مدارک لازم: رونوشت و اصل گواهی صلاحیت دارای اعتبار برای شرکت های تبلیغاتی و درخواست کتبی با مهر و امضاء معتبر شرکت
د) هزینه درج آگهی و کارشناسی بر عهده برنده فراخوان بوده و شهرداری در رد یا قبول پیشنهادهای واصله مختار است. ضمنا برندگان اول، دوم، و سوم فراخوان هر گاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده شرکت در فراخوان آنان به نفع شهرداری ضبط خواهد شد.
ه) سایر اطلاعات و جزئیات در برگ شرایط فراخوان درج گردیده است.
ت) در صورت نیاز به هر گونه اطلاعات در خصوص فراخوان و آدرس ها به اداره سرمایه گذاری و مشارکت شهرداری مشکین دشت به نشانی بلوار امام خمینی (ره) تقاطع بلوار شهید صیاد شیرازی مراجعه و یا با شماره تلفن های ۰۲۶۳۶۲۰۴۴۰۷ و یا ۰۲۶۳۶۲۰۳۴۰۸ تماس حاصل فرمایید.

حسین بغدادی – شهردار مشکین دشت

گردشگری

شکار توریست با تور مجازی

کرونا گرچه گردشگری را با چالش‌های جدی در جهان مواجه کرده اما در عین حال افق‌های تازه‌ای را هم پیش روی آن گشوده است. دریچه‌هایی که می‌توانند اتفاقا برای کشوری مانند ما که به‌خاطر مباحث غیراقتصادی از جمله برجام، با تبلیغات منفی برخی کشورها مواجه است به‌عنوان یک فرصت برای جذب گردشگر خارجی نگریسته شود. تورهای گردشگری مجازی که این روزها در کشورهای مختلف راه افتاده، توانسته است مردم محبوس شده در خانه‌ها به‌واسطه قرنطینه را از خانه‌هایشان به سرزمین‌های مختلف ببرد و جاذبه‌های آنها را به شکل آنلاین برایشان نشان دهد. این گردشگران درحالی به صفحه مانیتورشان چشم دوخته‌اند که راهنما همزمان برایشان از میدان نقش جهان، مسجد ایاصوفیه و سایر جاذبه‌ها توضیح می‌دهد. گویی آنها هم همان ساعت آنجا هستند و از لذت حضور در این اماکن بهره می‌برند.

اویس کیانی رئیس سابق هیات‌مدیره انجمن کشوری راهنمایان گردشگری درباره تورهای مجازی و بهره‌گیری از آن در دوران کرونا به «دنیای‌اقتصاد» می‌گوید: تورهای مجازی که به آنها تورهای ۳۶۰ درجه هم می‌گویند در دوران کرونا از رونق خوبی برخوردار شده و در کشورهایی که به لحاظ زیرساختی آماده بودند زودتر از سایرین راه‌افتاد.

او در همین زمینه به مواردی مانند «AIRBNB» و «BOOKING» اشاره و اضافه می‌کند: علاوه بر اینکه این شرکت‌ها توانستند خود را با وضعیت جدید تطبیق دهند شاهد راه افتادن کمپانی‌هایی با هدف برگزاری تورهای مجازی بودیم که گردش مالی قابل‌توجهی هم به خود اختصاص دادند. کیانی همچنین تغییرات ایجاد شده در اینستاگرام، فیس‌بوک و گوگل را به انطباق آنها با کرونا مربوط می‌داند و عنوان می‌کند: پلتفرم‌هایی مانند زوم هم تلاش کردند سرمایه‌گذاری‌های ویژه‌ای در این حوزه انجام داده و مخاطبان خود را گسترش و بازار جدیدی برای خود شکل دهند.

او همچنین از همکاری توراپراتورها با راهنمایان سایر کشورها در دوران کرونا خبر داده و می‌گوید: در این دوره شاهد برگزاری تورهای آنلاین بودیم که با همکاری توراپراتورها با راهنمایان کشور مقصد با رعایت آداب خاص و پروتکل‌ها بود و براساس قواعد و استانداردهای خاص خود انجام شدند. به گفته این فعال حوزه گردشگری برای اجرای تورهای آنلاین مجموعه‌ای از سرفصل‌های آموزشی طراحی شده تا راهنما بتواند کار خود را به بهترین نحو انجام دهد. کیانی در این زمینه می‌افزاید: شکل ارائه در خیابانی که دو طرف آن دارای آثار تاریخی است چگونه باید باشد یا چطور می‌توانیم میدان نقش جهان را به گردشگرانی که امکان بازدید حضوری ندارند معرفی کنیم آن هم در زمانی محدود که برایش جذابیت ایجاد کند، اینکه زاویه دوربین چطور باشد، یک یا دو راهنما داشته باشیم و... همگی در این سرفصل‌ها آمده است همان‌طور که در شرایط غیرپاندمی و عادی هم ما مجموعه‌ای از استانداردها را برای راهنمایان داشتیم. به‌عنوان مثال راهنما برای بازدید موزه اگر ویترین‌ها به شکل زیگزاگی بود می‌دانست چطور باید حرکت کند، کجا بایستد تا همه او را ببینند، چطور پاسخ سوالات را بدهد و... حال در شرایط تور مجازی هم باید راهنما مجموعه‌ای از آداب و استانداردها را در نظر بگیرد.

کیانی در این باره که آیا زیرساخت‌ها در ایران برای این کار فراهم است می‌گوید: ما راهنمایان خوب و جاذبه‌های فراوان در کشور داریم اما متاسفانه روحیه راهنمایان‌مان در شرایط کرونا خوب نیست. در این دوره شاهد بودیم برخی راهنمایان به شکل خودجوش با پلتفرم‌هایی که در اختیار داشتند کارهایی انجام دادند اما در این زمینه توفیق مالی نداشتند و تنها به لحاظ افزایش جنبه اعتباری کارشان موفق بودند. این درحالی است که ما توراپراتورهایی در اروپا داریم که می‌خواهند به مشتریان خود، ایران را معرفی کنند و نمونه آن را برای تبریز، بخشی از تهران و... انجام دادیم. بنابراین می‌توان گفت حتی در فضای پاندمی و کرونا هم قابلیت کار کردن در حوزه گردشگری وجود دارد.

او با اشاره به اینکه در محتواسازی یک بخش تولید و بخش دیگر مدیریت است، می‌افزاید: در مدیریت دو فاکتور توزیع و مارکتینگ وجود دارد که این بخش می‌تواند توسط آژانس‌ها که امکان انتقال مالی از خارج از کشور و بستن قراردادهای بین‌المللی را دارند فراهم شود. بنابراین راهنمای گردشگری می‌تواند پس از گذراندن دوره و آماده کردن پکیج خود، آن را به آژانس‌ها بفروشد. ما نمونه این پکیج را درباره میدان نقش جهان داشتیم که البته با نرخ پایینی به گردشگران اروپایی و به ازای هر گردشگر ۱۰ دلار توسط یک آژانس عرضه شد درحالی‌که تور یک ساعته استانبول برای ۱۰۰ گردشگر به قیمت ۵۰ دلار فروخته شده بود.

این فعال حوزه گردشگری درباره حق‌الزحمه راهنمایان برای چنین تورهایی عنوان می‌کند: به نسبت زمانی که راهنما برای اجرای تور مجازی و تهیه کردن آن می‌گذارد درآمدی برای او تعلق می‌گیرد. خوشبختانه راهنمایان ما بهویژه در دوران پاندمی در مورد تهیه محتوا بسیار فعال شده‌اند اما همچنان با مشکلاتی در حوزه مدیریت مواجهیم. به‌عنوان مثال کیشن زدن‌ها اغلب درست نیست یا به تجاری کردن آنها فکر نمی‌کنند. راهنماها زمان زیادی برای معرفی شهرهایشان صرف می‌کنند از این‌رو باید بتوانند در حوزه مدیریت هم خود را قوی کنند تا ارزش افزوده‌ای برایشان به همراه داشته باشد و یا اشاره به اینکه ساده‌ترین کار زانوی غم بغل گرفتن و گلایه از دولت است، می‌گوید: به جای انتقاد از دولت که کاری از پیش نمی‌برد نگاهی به تجربه‌های جهانی بیندازیم. راهنمای ما نباید تنها دلخوش به لایک‌های اینستاگرام باشد بلکه باید بتواند از زحمات خود بهره مالی بگیرد و بازار جدیدی را شکل دهد.