

بسمه تعالی

مدل های نوین کسب و کار در صنعت گردشگری ایتالیا

مقدمه

سرمایه گذاری در صنعت جهانگردی در جهان کنونی بیش از آنکه یک انتخاب باشد، یک ضرورت است. علت این امر اینست که شهروندان همه کشور های جهان به طور فزاینده ای به دنبال بازدید از کشور های دیگر و تجربه های تازه هستند و این موضوع باعث خروج میزان چشمگیری ارز و سرمایه های ملی از کشورها می شود. یکی از بهترین راه ها برای جبران این موضوع دقیقاً از راه خود صنعت جهانگردی است، بدین معنی که به گونه ای برنامه ریزی شود که به همان میزان یا بیشتر از آن که گردشگر از کشور خارج می شود، گردشگرانی به کشور وارد شوند. این موضوع را می توان با فرایند صادرات و واردات همانند سازی کرد که در هر صورت باید تلاش شود تراز تجاری مثبت باشد و میزان صادرات بیش از میزان واردات باشد.

در این میان البته آنچه اهمیت اساسی دارد نه شمار گردشگران بلکه میزان خالص عایدی کشور میزبان از این فرآیند است. با برنامه ریزی های درست و پایه ای به راحتی می توان از یک تعداد ثابت گردشگر میزان درآمد بیشتری را بدست آورد. اینجاست که مدل های نوین کسب و کار در صنعت گردشگری نقش بسیار مهم خود را آشکار می کنند. چرا که اگر بنا باشد تنها بر مدل های قدیمی مانند هتلداری و مانند آن تکیه شود نه تنها از افزایش سود گردشگری باز می مانیم بلکه به دلیل به روز نبودن به آرامی از تعداد گردشگران نیز کاسته خواهد شد و یک حلقه منفی زیان به وجود خواهد آمد.

بر کسی پوشیده نیست که کشور عزیزمان ایران در میان کشور های با پتانسیل بسیار بالا در زمینه گردشگری قرار دارد و گونه های متنوعی از گردشگری از گردشگری تاریخی تا گردشگری طبیعی و درمانی و مذهبی و ... در کشور ایران دارای پتانسیل های بسیار بالا می باشند. البته از سوی دیگر، علاقه و شور مردم ایران برای جهانگردی نیز در درجه بالایی قرار دارد. بنابراین سرمایه گذاری در امر گردشگری و به ویژه مدل های نوین کسب و کار در این زمینه در کشورمان دارای اهمیتی دو چندان می باشد.

در این گزارش تلاش شده است مدل های متعارف کسب و کار در صنعت گردشگری در کشور ایتالیا شناسایی و معرفی شوند. البته تلاش شده است تمرکز بر مدل های جدیدی باشد که در ایران کمتر شناخته شده اند.

نخست مروری گذرا بر مفهوم مدل های کسب و کار¹ ارائه شده است و با ارائه نمونه هایی تلاش شده است تا خواننده محترم با چگونگی تغییر مدل های کسب و کار و اندیشه کنشگران اقتصادی در جهان کنونی آشنا شود.

در ادامه فرآیند عملیاتی که برای بررسی و گردآوری مدل های کسب و کار صنعت گردشگری در ایتالیا انجام شده است، به طور خلاصه گزارش شده است.

سپس با توجه به نقش محوری سازمان گردشگری ایتالیا² در سیاست گذاری و برنامه ریزی کلان در صنعت گردشگری ایتالیا، معرفی کوتاهی از این سازمان صورت گرفته است.

بخش بعدی گزارش، بخش کانونی این گزارش است که به معرفی مدل های کسب و کار شناسایی شده در ایتالیا می پردازد و ارزیابی از میزان کاربرد این مدل های کسب و کار در ایتالیا و ایران نیز در

¹ Business Models

² ENIT (Agenzia Nazionale del Turismo)

این بخش ارائه شده است. قطعاً توجه به مدل های نوین کسب و کار در صنعت گردشگری برای افزایش سود آوری و درآمد کشور در این صنعت می باشد.

مروری بر مفهوم مدل های کسب و کار

مدل کسب و کار در واقع چگونگی تولید و عرضه ارزش در محیط های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی می باشد و در دانش مدیریت، مدل کسب و کار زیر مجموعه ای از راهبرد کسب و کار³ می باشد. به زبان ساده و با کمی اغماض در فضای اقتصادی، مدل کسب و کار یعنی چگونه و از چه قسمتی از فعالیت خود می خواهیم پول در بیاوریم. ساده ترین مدل کسب و کار که همه با آن آشنا هستیم خرید و فروش کالا است. در این مدل فروشنده نخست کالا را از یک تولید کننده می خرد و با انتقال آن به محل فروش و افزون حاشیه سود به قیمت خرید، آن را به خریداران می فروشد. در این مدل فروشنده از تفاوت قیمت خرید کالا از فروشنده با قیمت فروش کالا به خریدار پول بدست می آورد و ارزشی که فروشنده برای خریدار ایجاد می کند تحویل کالا در یک جای مناسب تر و در دسترس تر از محل تولید کننده به خریدار است.

یک مدل کسب و کار ساده و آشنای دیگر، مدل کارگر و کارفرما است. در این مدل کارگر از راه انجام کار مورد نظر کارفرما برای وی ارزش ایجاد می کند و از در برابر کاری که انجام می دهد پول دریافت می کند. از مدل های آشنای دیگر، اجاره دادن خانه یا هر گونه دارایی دیگر، تولید و فروش کالا، فروش خدمت و دانش (مشاوره) می باشند.

در جهان کنونی به ویژه با پیدایش شبکه اینترنت مدل های کسب و کار دستخوش تغییرات و نوآوری های فراوانی شده اند. به اطراف خود که نگاه کنیم بسیاری از شرکت ها محصولات خود را با

³ Business strategy

هزینه های سرسام آور تولید و آماده عرضه شده اند، به ظاهر به رایگان در اختیار مصرف کنندگان قرار می دهند. برای نمونه شرکت نام آشنای گوگل را در نظر بگیرید. طیف بسیار گسترده ای از خدمات این شرکت به رایگان در دسترس همگان می باشند. به راستی آیا این شرکت با سرمایه گذاری های میلیارد دلاری تمایلی به بازگشت سرمایه و بدست آوردن سود ندارد؟

پاسخ به این پرسش در مدل کسب و کار شرکت گوگل نهفته است. اساساً مدل کسب و کار این شرکت فروش خدمات جستجو بر روی اینترنت نیست. همچنین فروش سرویس پایه ایمیل نیز مدل کسب و کار یا روش پول در آوردن این شرکت نیست. اما از ره آورد جستجو هایی که افراد به صورت رایگان با استفاده از سرورهای این شرکت انجام می دهند، داده های بسیار ارزشمند و کاربردی از موارد مورد نیاز جوامع گوناگون به تفکیک سن و جنس و غیره بدست می آید که بسیاری از شرکت های تولید کننده به راحتی حاضرند میلیون ها دلار برای این داده ها بپردازند.

یک مدل کسب و کار دیگر در این شرکت تبلیغات است. به گونه ای که با توجه به شمار سرسام آور مراجعه کنندگان به گوگل در هر روز و هر ساعت تبلیغات در این شرکت و با کمک این شرکت بسیار برای کسب و کار های گوناگون ارزشمند و خواستنی است و خیلی ها حاضرند مبالغ بسیار بالایی برای آن بپردازند.

در صنعت گردشگری شناخته شده ترین مدل های کسب و کار مدل هایی چون هتلداری یا شرکت های خدمات گردشگری هستند. در مدل هتلداری مجموعه خدماتی که مهمترین آنها اقامت است به گردشگران ارائه می شود و در مدل شرکت های خدمات گردشگری خدماتی چون انجام تشریفات، دریافت روادید کشور مقصد، تهیه بلیط سفر و رزرو هتل و ... به گردشگران ارائه می شود.

گسترش چشمگیر بستر های فناوری اطلاعات مدل های کسب و کار در همه زمینه ها را دگرگون و دچار چالش کرده است و صنعت گردشگری نیز از این موضوع در امان نبوده است.

مدل کسب و کار هتلداری به شدت توسط مدل های اجاره اتاق و خانه بر پایه اینترنت به چالش کشیده شده اند. اگر در گذشته ای نه چندان دور افراد برای اقامت در کشور میزبان برای نخستین گزینه به دنبال لیست هتل ها و شمار ستاره های آنها بودند. امروزه با کمک شرکت های بزرگی مانند «ایر بی اند بی»⁴ به راحتی خانه دربست یا اتاقی از یک خانه که به اجاره گذاشته شده است، را پیدا می کنند و با صاحب آن گفتگو می کنند و با امید یافتن یک دوست و همراه در کشور میزبان که همان صاحب خانه است، به راحتی آن اتاق یا خانه را در فضای اینترنت و با تضمین های لازم توسط شرکت واسطه کرایه می کنند و با خیالی آسوده به کشور میزبان سفر می کنند.

همچنین مدل کسب و کار شرکت های خدمات مسافرتی با دسترسی بسیار آسان و بدون واسطه افراد به هتل ها و خطوط پروازی در هر گوشه از جهان تقریباً منسوخ شده اند.

همه آنچه که گفته شد نشان از یک ضرورت بسیار مهم در زمینه مدل های کسب و کار دارد و آن ضرورت و فراگیری و نهادینه ساختن نوآوری و یا دست کم همگامی و به روز بودن با نوآوری ها در دیگر گوشه های جهان در همه کسب و کار ها می باشد. این موضوع در مورد صنعت گردشگری اهمیت دوچندان می یابد، چرا که گردشگران که موضوع این صنعت هستند، عموماً یا در کشور های خود و یا به واسطه گردشگری و سفر به دیگر کشور ها با مدل های نوین کسب و کار و خدمات نوین و راحتی که از این ره آورد به گردشگران ارائه می شوند، آشنا هستند و ارائه استاندارد های پایین تر خدماتی، مایه ناامیدی و عدم رضایت آنها خواهد شد. با توجه به اشتراک تجربیات سفر بر پایه اینترنت، کافی است تعداد کمی از گردشگران از تجربه منفی خود در سفر به یک کشور بگویند تا یک موج منفی بر علیه آن کشور یا منطقه به راه بیافتد که نتیجه آن از دست رفتن پتانسیل ها و بازماندگی از سود آوری خواهد بود.

⁴ Airbnb

در ادامه این گزارش تلاش شده است تا با بررسی های میدانی و نیز گفتگو با افراد آگاه و صاحب نظر، مدل های کسب و کار صنعت گردشگری که در ایتالیا بطور گسترده ای مورد استفاده قرار می گیرند، اما در ایران کمتر شناخته شده اند، مورد شناسایی و معرفی قرار بگیرند.

جهت تهیه این گزارش از منابع مختلفی استفاده شده است که در ذیل ذکر می گردند:

۱- هماهنگی و گفتگوی مستقیم با مسئولان ارشد سازمان گردشگری ایتالیا (انیت)

با توجه به نقش محوری این سازمان در برنامه ریزی و مدیریت کلان گردشگری در ایتالیا به عنوان یکی از کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری، اینجانب ضمن گفتگو با مدیران ارشد سازمان مذکور، سوالاتی در خصوص مدل های نوین کسب و کار در ایتالیا سوالاتی را مطرح نمودم و پاسخ های ایشان دستمایه تهیه بخشی از این گزارش گردید.

۲- بررسی های میدانی و تماس با شرکتهای خصوصی فعال در حوزه گردشگری

بسیاری از مدل های کسب و کار در صنعت گردشگری در نهایت در ارتباط مستقیم با گردشگران و همچنین شرکتهای فعال در این حوزه شکل می گیرند. بنابراین اینجانب با بررسی های میدانی، تجربیات شخصی خود و همچنین استفاده از اطلاعات دریافتی از تعدادی از شرکتهای ایتالیایی فعال در حوزه گردشگری مستقر در شهر رم که هر کدام از آنها سالانه صدها هزار گردشگر خارجی را از اقصی نقاط جهان پذیرش می کنند، مواردی را در این زمینه ثبت و گزارش نموده ام.

۳- بررسی اطلاعات علمی موجود در خصوص گردشگری ایتالیا

برخی از مدل های کسب و کار نوین در صنعت گردشگری در سطح جهانی تولید شده اند و به صورت علمی به آن ها پرداخته شده است. در این زمینه بررسی دقیقی در خصوص اطلاعات علمی موجود

در مورد صنعت گردشگری ایتالیا صورت گرفته است و تلاش شده است تا حد ممکن مدل های نوین و کاربردی در صنعت گردشگری ایتالیا شناسایی و معرفی شوند.

مدل های کسب و کار نوین در صنعت گردشگری ایتالیا

مدل های کسب و کاری که بر اساس گفتگو با مسئولین سازمان گردشگری ایتالیا، بررسی های میدانی و مطالعات علمی موجود در خصوص صنعت گردشگری ایتالیا مورد شناسایی قرار گرفته اند در جدول زیر آورده شده اند. بدیهی است هر مدل کسب و کار با توجه به میزان توسعه یافتگی و درجه کاربرد، نقش موثری در اشتغالزایی صنعت گردشگری ایتالیا ایفاء می نماید. با توجه به ماهیت نسبی شناخته شده بودن و کاربرد این مدل ها در هر منطقه تلاش شده است تا این موضوع با اختصاص یک شاخص عددی مورد ارزیابی قرار گیرد به گونه ای که عدد ۵ نشان دهنده بالاترین میزان توسعه یافتگی و کاربرد یک مدل کسب و کار در یک کشور و عدد ۱ نشان دهنده کمترین میزان کاربرد و شناخته شده بودن یک مدل کسب و کار در یک کشور می باشد. اغلب این مدل های کسب و کار در کشورمان مغفول مانده اند و یا به حد کافی به آنها توجه نشده است.

فهرست مدل‌های نوین کسب و کار موثر در اشتغالزایی صنعت گردشگری ایتالیا

| نتیجه | میزان توسعه یافتگی و کاربرد در ایران | | | | | میزان توسعه یافتگی و کاربرد در ایتالیا | | | | | توضیح کوتاه | نام مدل کسب و کار | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|---|---|
| | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ | | | |
| | | | | | | | | | | | | | |
| پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران موجود است. | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | | | | | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | | | | | تلاش بسیاری می شود تا در هر یک از مناطق گردشگری در ایتالیا سنت هایی به گردشگران معرفی شوند. برای نمونه خوردن یک بستنی خاص در یک شهر خاص یا خوردن یک نوشیدنی یا یک غذای محلی خاص از یک منطقه یا یک رستوران خاص. | جذابیت‌های سنتی | ۱ |
| پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران موجود است. | <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | | | | | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | این روش یکی از مدل های کسب و کار بسیار رایج در ایتالیا به ویژه در شهر رم است. گردشگران با اتوبوس های دو طبقه و روباز برای بازدید و گشت و گذار در شهر برای بدست آوردن تصویر کلی از شهر | خدمات گشت و گذار و بازدید شهر با اتوبوس های دو طبقه روباز | ۲ |

| | | | | | |
|--|--|--|---|--|---|
| | | | برده می شوند. | | |
| پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران موجود است. | <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> | ساعت های طولانی انتظار برای پرواز بهترین بهانه برای مسافران است که پول خود را در ماشین های بازی الکترونیکی برای سرگرم شدن بپردازند. | ماشین های بازی الکترونیکی در فرودگاه ها و مراکز تجمع و انتظار گردشگران | ۳ |
| پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران موجود است. | <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> | دستگاه پخش صدای کوچکی در هنگام ورود به مراکز تاریخی یا موزه ها در اختیار بازدید کننده قرار می گیرد که به وی امکان می دهد که در طول بازدید به توضیحات و تاریخچه هر قسمت از محل بازدید به انتخاب خود گوش کند. | تولید و ارائه دستگاه های خودکار پخش توضیحات صوتی در مورد مناطق دیدنی تاریخی یا موزه ها | ۴ |
| در ایران در این زمینه برخی محدودیت های فرهنگی و | <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> | یکی از مدل های کسب و کار نسبتاً نوپا و بسیار پر رونق است. نرم افزار هایی که بر روی گوشی همراه نیز نصب می | اجاره خانه دربست | ۵ |





| | | | | | |
|---|--|--|---|-------------------------|----------|
| <p>زیرساختی وجود دارد</p> | | | <p>شوند به افراد محلی امکان می دهند که خانه خود را برای اجاره به گردشگران معرفی کنند و به گردشگران امکان می دهند که خانه مورد دلخواه خود را انتخاب و رزرو نمایند. مشهورترین نرم افزار در این زمینه متعلق به یک شرکت آمریکایی است که در ایران خدمات ارائه نمی دهد.</p> | | |
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران موجود است.</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/></p> | <p>در این مدل کسب و کار گردشگران تشویق می شوند که با دوچرخه به گشت و گذار و بازدید از بافت تاریخی شهر بپردازند یا اینکه در طول دوران اقامت خود برای ورزش کردن دوچرخه سواری را انتخاب کنند. این مدل کسب و کار در ایتالیا به ویژه شهر رم بسیار رایج است.</p> | <p>کرایه دوچرخه</p> | <p>۶</p> |
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی</p> | <p><input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/></p> | <p>در بسیاری از شهر های ایتالیا گردشگران این امکان را دارند</p> | <p>کرایه خودرو</p> | <p>۷</p> |

| | | | | |
|---|--|--|---|---|
| <p>در ایران موجود است.</p> | | | <p>که در فرودگاه یا در دفترهایی در سطح شهر خودرو مورد دلخواه خود را کرایه نمایند و این مدل کسب و کار بسیار در ایتالیا رایج است.</p> | |
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران موجود است.</p> |   |   | <p>کسب و کار خودروهای اشتراکی به افراد این امکان را می دهد که از روی نرم افزاری که بر روی گوشی خود نصب کرده اند نزدیک ترین خودرو آماده و آزاد به محل اقامت خود را بیابند و آن را رزرو کنند. پس از رزرو به محل خودرو که با سامانه جی پی اس در نرم افزار نشان داده می شود مراجعه می شود و از خودرو برای رسیدن به مقصد استفاده می شود. رانندگی خودرو را خود فرد بر عهده دارد و پس از رسیدن به مقصد خودرو را در همان محل مقصد پارک می نماید و این چرخه ادامه می یابد.</p> | <p>خودروهای اشتراکی</p> <p>۸</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|-----------|
| <p>پتانسیل بالایی برای گسترش بیشتر در ایران وجود دارد.</p> | <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/></p> | <p>تولید و فروش نماد هر شهر یکی از کسب و کار های بسیار رایج در ایتالیا است. افزون بر این، بسیاری از سوغاتی فروشی ها انواع خوراکی های مشهور ایتالیایی از انواع پاستا تا انواع روغن زیتون و نوشیدنی ها را به چندین برابر قیمت های متعارف به عنوان سوغاتی می فروشند.</p> | <p>فروش سوغاتی های نمادین و محلی</p> | <p>۹</p> |
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران وجود دارد.</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/></p> | <p>حمل چمدان در مسافرت های بین المللی یکی از کار های آزاردهنده برای گردشگران است به ویژه هنگامی که در آن کشور بخواهند به چند شهر گوناگون سفر کنند.</p> | <p>خدمات تحويل بار و چمدان در محل</p> | <p>۱۰</p> |
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران وجود دارد.</p> | <p><input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> | <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/></p> | <p>شرکت هایی هستند که در محل رسیدن گردشگران به پیشواز آن ها می روند. در ایران این کسب و کار بیشتر به عنوان ترانسفر فرودگاهی شناخته شده است.</p> | <p>برنامه های پیشواز از گردشگران</p> | <p>۱۱</p> |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|-----------|
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران وجود دارد.</p> |  |  | <p>این کسب و کار را می توان در دسته ماجراجویی یا اقتصاد تجربه دسته بندی کرد که گردشگرانی را هدف قرار می دهد که در طول مدت اقامت خود به دنبال یک تجربه تازه و لوکس می باشند.</p> | <p>کرایه خودرو های لوکس</p> | <p>۱۲</p> |
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران وجود دارد.</p> |  |  | <p>مشتری این خشکشویی ها که در ایتالیا رواج فراوانی دارند اغلب گردشگرانی هستند که نمی خواهند برای شستن لباس های خانگی و غیر مهم خود از خدمات شستشوی هتل ها استفاده کنند. عموماً فرایند شستشو شامل گذاشتن لباس داخل لباسشویی و سپس انتقال آن به خشک کن و ... بر عهده خود شخص می باشد.</p> | <p>خشکشویی های سلف سرویس</p> | <p>۱۳</p> |
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران وجود دارد.</p> |  |  | <p>---</p> | <p>کرایه انواع قایق و لوازم تفریح آبی</p> | <p>۱۴</p> |

| | | | | | |
|--|---|---|---|--|-----------|
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران وجود دارد.</p> |  |  | <p>مانند موزه اتومبیل‌های عتیقه، تجهیزات جنگ جهانی دوم و...</p> | <p>موزه هایی به غیر از موزه های تاریخی (هنری و فرهنگی و ...)</p> | <p>۱۵</p> |
| <p>در ایران در این زمینه محدودیت های فرهنگی وجود دارد.</p> |  |  | <p>شمار کنسرت ها و برنامه های نمایشی در فصل حضور گردشگران در ایتالیا چند برابر می شود و افراد به شرکت در این برنامه ها تشویق می شوند.</p> | <p>سازماندهی رویداد های فرهنگی</p> | <p>۱۶</p> |
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران وجود دارد.</p> |  |  | <p>نهاد های غیر دولتی بسیاری در ایتالیا وجود دارند که برای هدف های بشر دوستانه مانند کمک به افراد بیمار یا کودکان بی سرپرست و ... به گردآوری کمک می پردازند و مشاهدات میدانی اینجانب نشان می دهد که بیشتر این افراد گردشگران خارجی را برای دریافت کمک هدف قرار می دهند.</p> | <p>فعالیت های بشر دوستانه</p> | <p>۱۷</p> |
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی</p> |  |  | <p>افرادی با پوشیدن لباس دوران های مختلف تاریخی تلاش می</p> | <p>بازسازی رویداد های</p> | <p>۱۸</p> |

| | | | | |
|---|--|--|--|------------------------------------|
| <p>در ایران وجود دارد.</p> | | | <p>کنند رویداد های خاص تاریخی را بازآفرینی کنند و از این راه علاوه بر معرفی تاریخ و فرهنگ خود به کسب درآمد نیز می پردازند.</p> | <p>تاریخی</p> |
| <p>پتانسیل بالایی برای راه اندازی در ایران وجود دارد.</p> |   |   | <p>هنرمندانی که در خیابانها هنرهای خود را در زمینه نقاشی، توانمندی های ورزشی و حرکات آکروباتیک، موسیقی و ... به نمایش می گذارند.</p> | <p>۱۹</p> <p>نمایش های خیابانی</p> |