

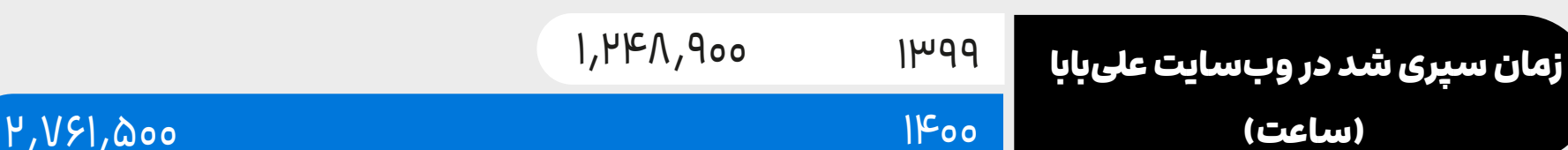
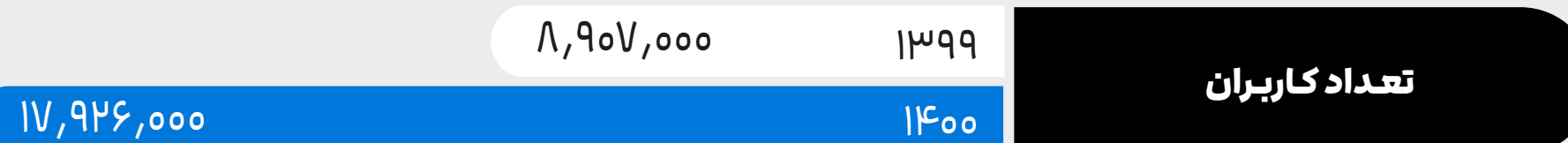


# گزارش اینفوگرافیک علی بابا از رفتار سفر مردم کشور

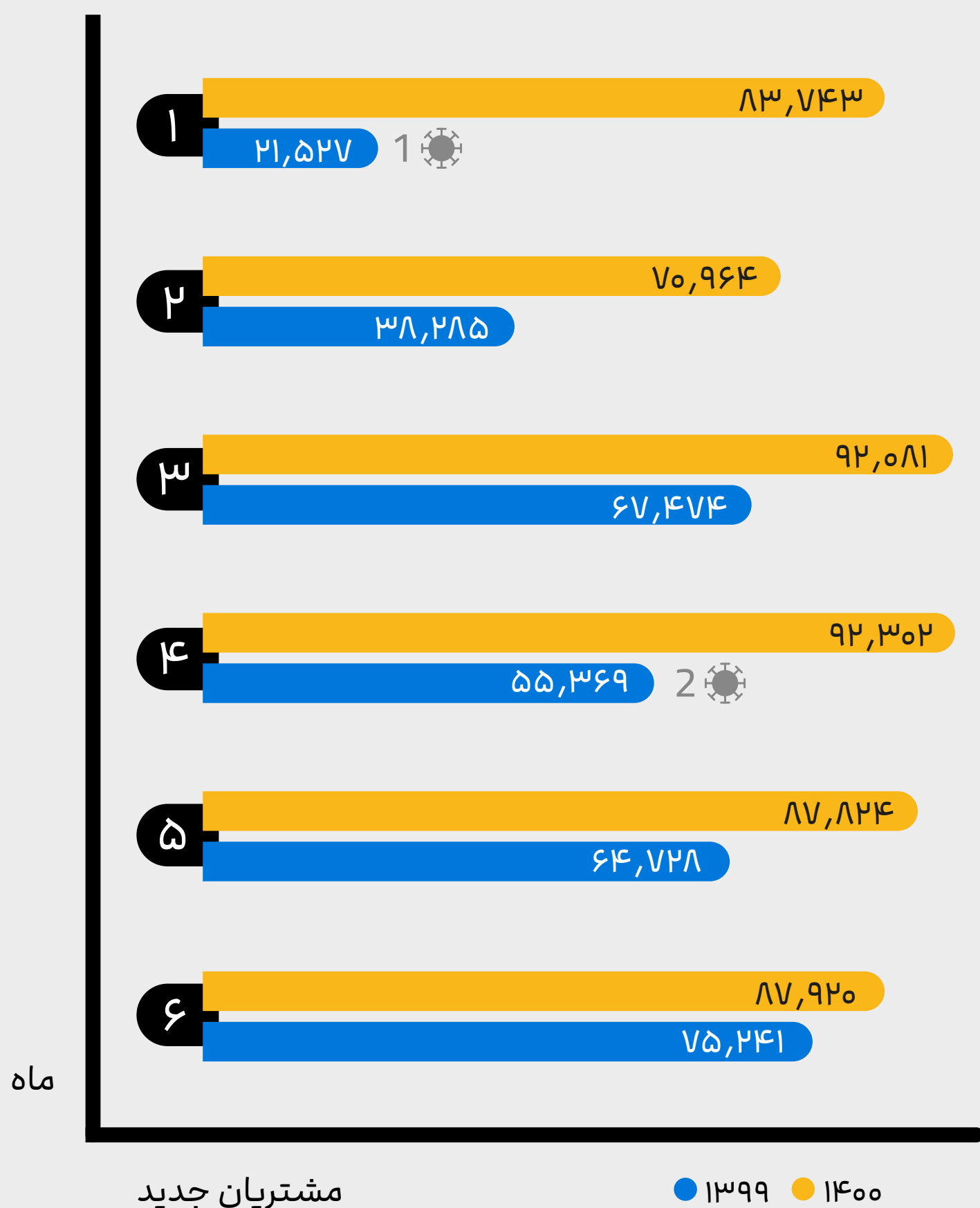
رویکرد: شش ماهه سال ۱۴۰۰ در مقایسه با مدت مشابه سال قبل

۱

در هر دو شاخص شاهد رشدی بیش از ۲ برابر نسبت به مدت مشابه سال گذشته هستیم. آنچه بیانگر افزایش تمایل مردم به سفر است.



## آمار مشتریان جدید در هر دو بازه زمانی

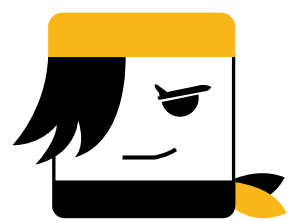


در تمامی ماه‌های سال ۱۵ تا ۸۵ درصد به کاربران سایت اضافه شده است. این در حالی است که گرایش کاربران به جست‌وجو برای مقاصد گردشگری در نوروز ۱۴۰۰ رشدی حدوداً ۳ برابری را رقم زده است. این امر تداعی‌کننده مرحله تصور (Dreaming) در چرخه سفر یا به عبارت دیگر آغاز فرآیند برنامه‌ریزی سفر در جامعه بود.

دلیل اختلاف فاحش در نمودار مربوط به ماه‌های فروردین و تیر، موج‌های اول و دوم در سال ۱۳۹۹ است، در حالی که در سال ۱۴۰۰ شرایط به نسبت پایدارتر بود.

رفتار خرید آنلاین خدمات گردشگری در حال رشد است و مردم تمایل بیشتری به جست‌وجو و خرید آنلاین این قبیل خدمات پیدا کرده‌اند. به نظر می‌رسد این ترند به دلیل تغییر رفتار جامعه به خرید آنلاین بعد از شروع کرونا باشد.

این علامت نشان‌دهنده نقاط اوج شیوع ویروس کرونا به ترتیب زمانی است.



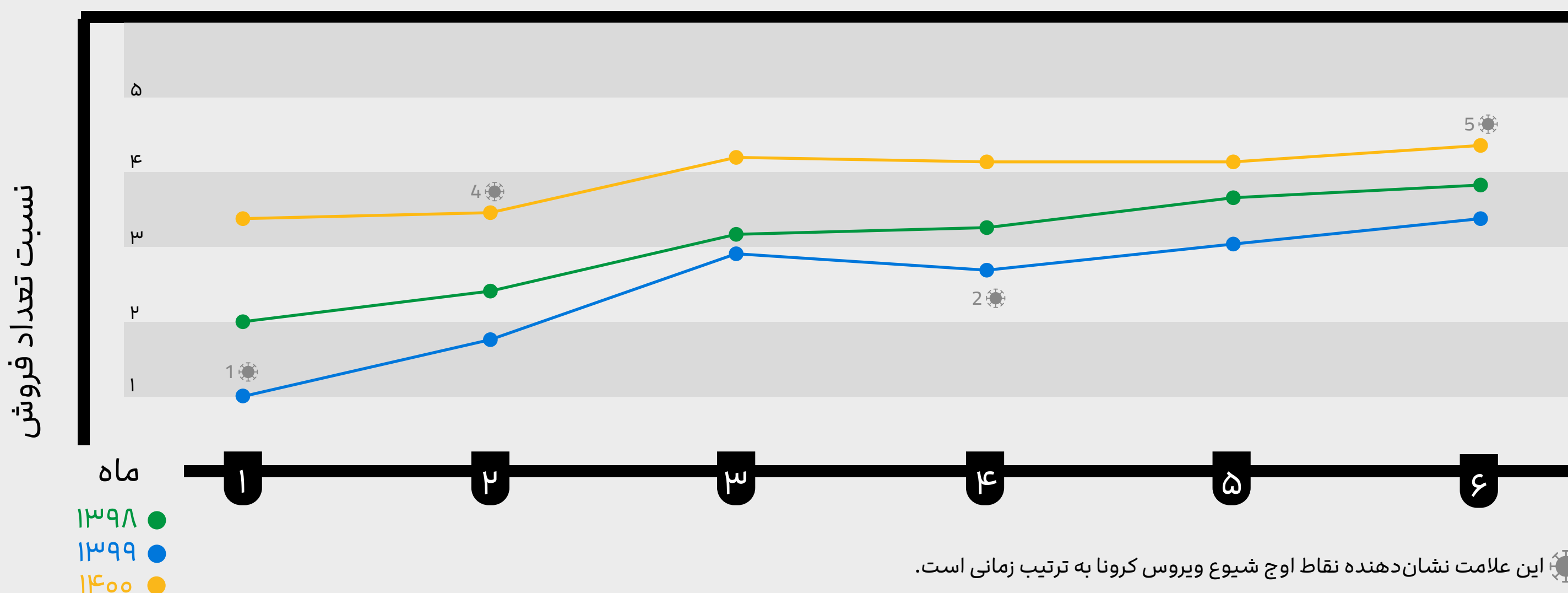
alibaba.ir

# گزارش اینفوگرافیک علی بابا از رفتار سفر مردم کشور

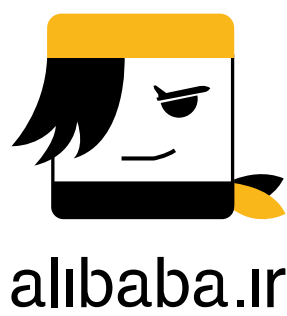
رویکرد: شش ماهه سال ۱۴۰۰ در مقایسه با مدت مشابه سال قبل

۲

## رشد خدمات از لحاظ تعداد فروش



- استقبال کاربران از خدمات گردشگری در نیم سال ۱۴۰۰ نسبت به مدت مشابه سال گذشته، رشدی ۶۰ درصدی در تعداد و ۲۵۰ درصدی در حجم ریالی داشته است.
- شتاب جامعه برای سفر در هفته پایانی شهریور ماه موجب شد آمار مربوط به ماه ششم علیرغم پیک پنجم کرونا افتی نداشته باشد. به عبارت دیگر با کاهش نسبی مبتلایان و شتاب واکسیناسیون، تعدد سفرها افت شدید روزهای ابتدایی این ماه را جبران کرد.

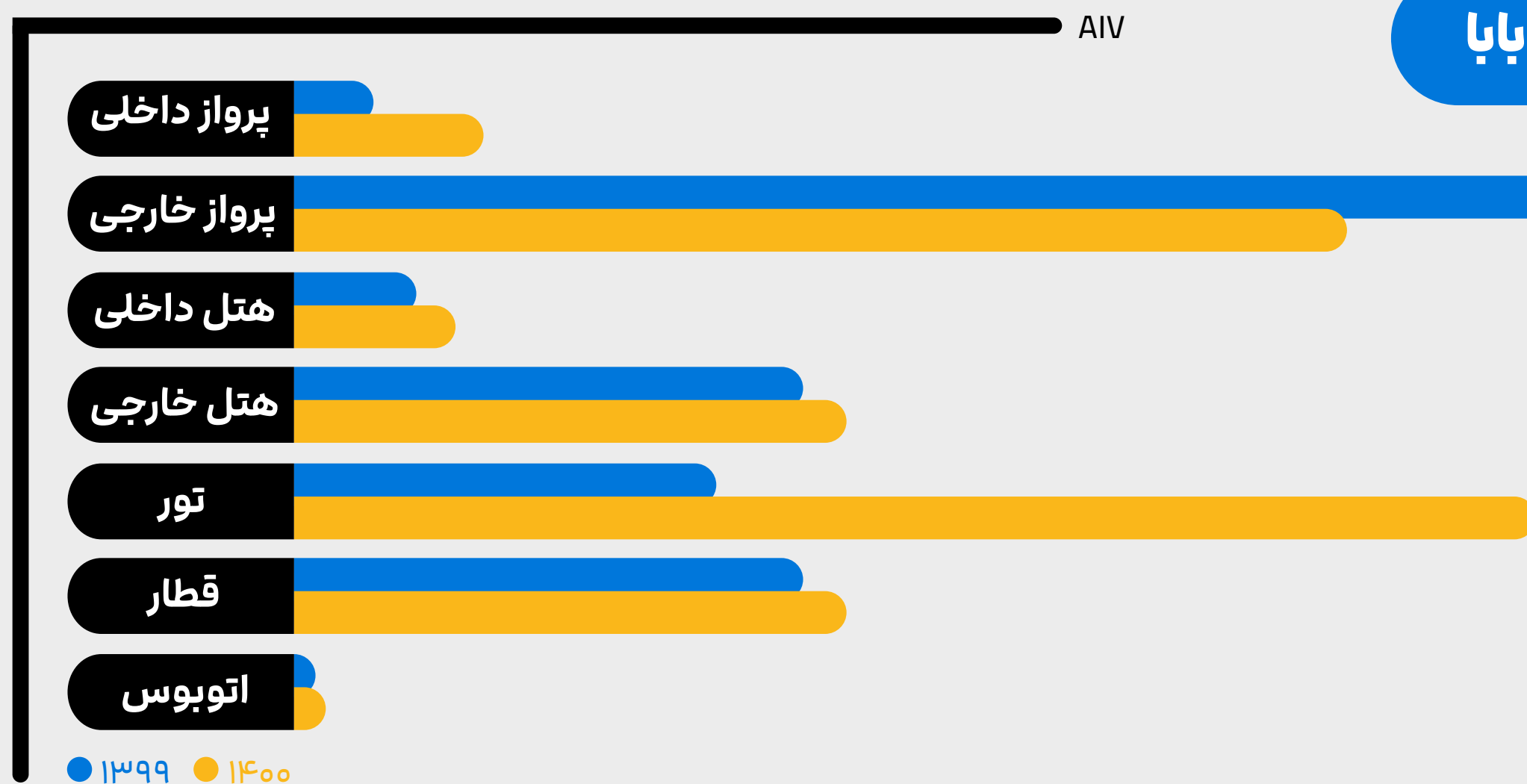


# گزارش اینفوگرافیک علی بابا از رفتار سفر مردم کشور

رویکرد: شش ماهه سال ۱۴۰۰ در مقایسه با مدت مشابه سال قبل

۳

## میانگین مبلغ هر خدمت در علی بابا



### پرواز داخلی

ثبات نسبی تقاضا، کاهش عرضه و افزایش تورم به افزایش میانگین مبلغ این محصول منجر شد. در پیک‌های کرونایی، ناوگان هوایی حتی با وجود کاهش ۴۰ درصدی ظرفیت، پروازها را به‌طور عادی پوشش می‌دهد، اما با فروکش کردن موج‌های بیماری، شتاب تقاضا و کمبود ظرفیت در کنار عامل تورم، باعث افزایش قیمت‌ها شده است.

### پرواز خارجی

در شروع همه‌گیری و ماه‌های ابتدایی قرنطینه، پروازهای کوتاه (Short Haul) نظیر استانبول به صفر رسید و تنها برخی مسیرهای بلند (Long Haul) موجود بود که موجب بالا رفتن میانگین قیمت‌ها می‌شد. این‌درحالی است که با باز شدن مسیرهای کوتاه و پرتقاضا مثل استانبول، شاخص AIV شروع به افت کرد. دلیل دیگر این کاهش، کاهش چشمگیر قیمت بلیط‌های پرتقاضا نظیر شهرهای ترکیه است.

### هتل داخلی، قطار و اتوبوس

به نظر می‌رسد طبق آمار، بخشی از فشار اقتصادی ناشی از کرونا بر این بخش‌ها در حال برداشته شدن است.

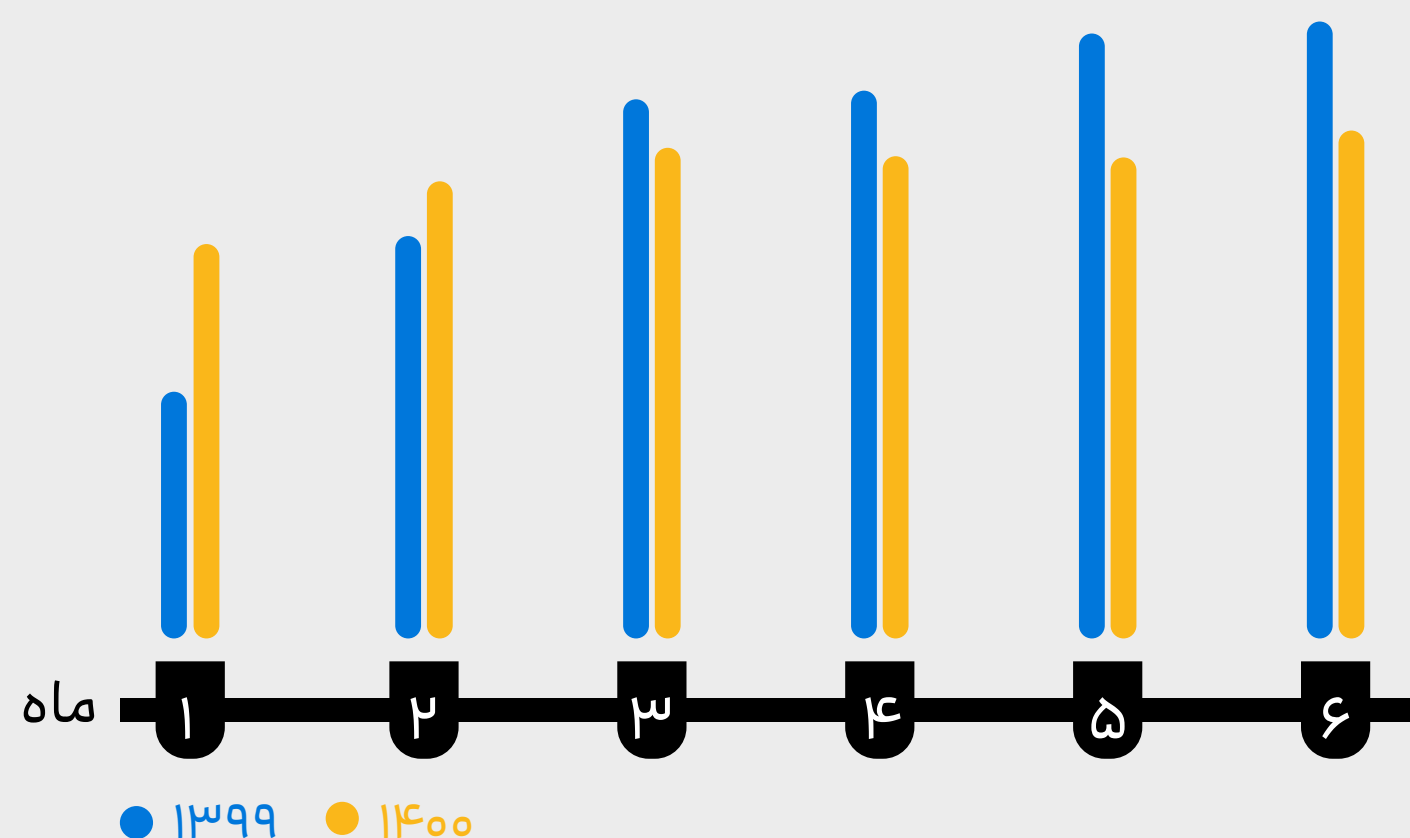
### هتل خارجی

کاهش تقاضا به دلیل افزایش نرخ ارز و نیز کاهش قیمت هتل‌ها به همین دلیل در کنار همه‌گیری، قیمت این خدمت را ثابت نگه داشته است.

## رشد پرواز خارجی در یک سال گذشته در مقایسه بازه زمانی مشابه



## رشد پرواز داخلی در یک سال گذشته در مقایسه بازه زمانی مشابه



### پرواز داخلی

لغو شدن پروازها به دلیلی شرایط کرونا دلیل کاهش فروش پروازها در سال ۹۹ بوده است. در این بازه زمانی بسیاری از پروازها صورت نمی‌پذیرفت.

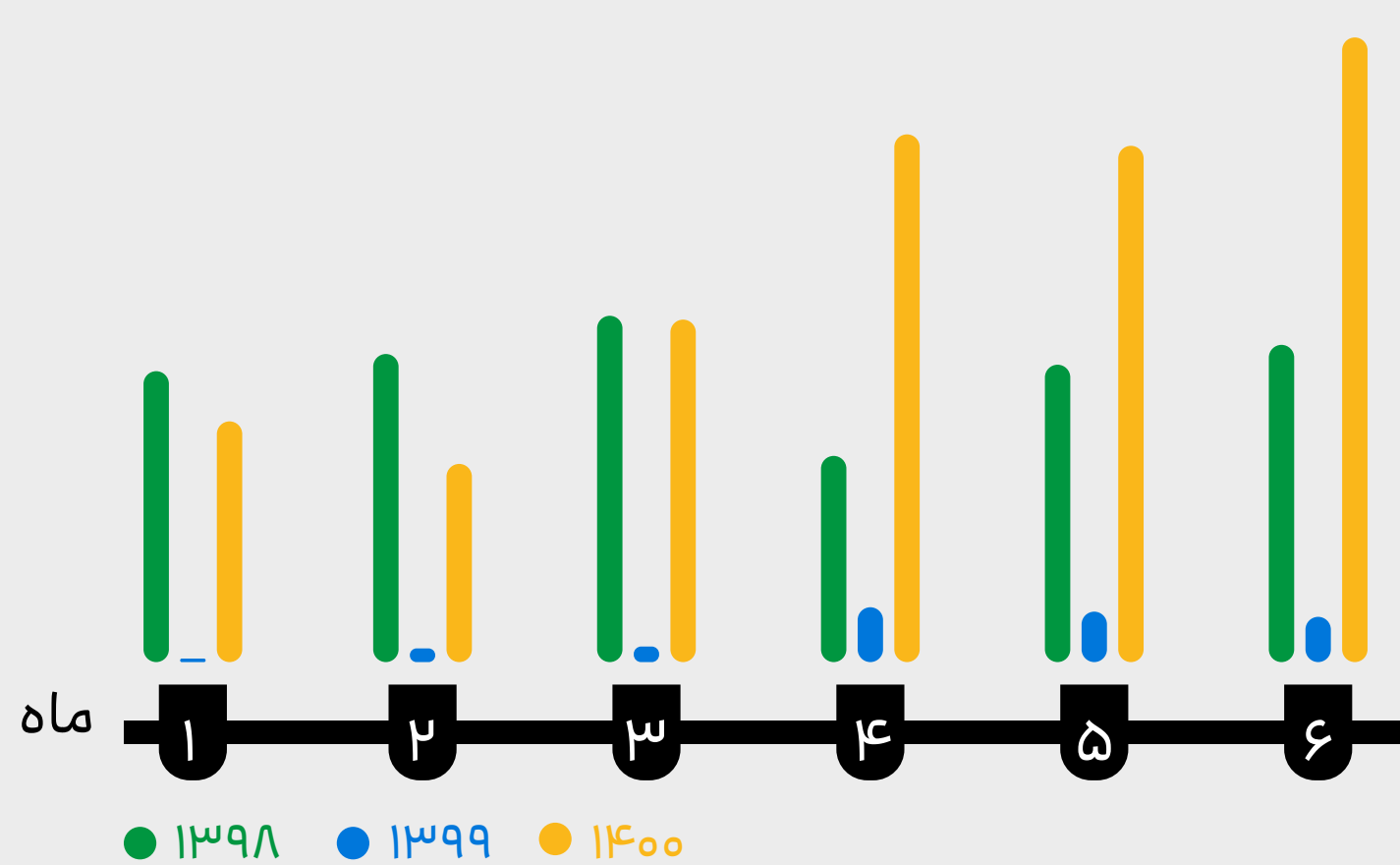
در پرواز داخلی با اجرای محدودیت‌های شدید، پروتکل‌ها و کاهش ظرفیت اشغال پروازها، تعداد سفر کاهش یافته است.

### پرواز خارجی

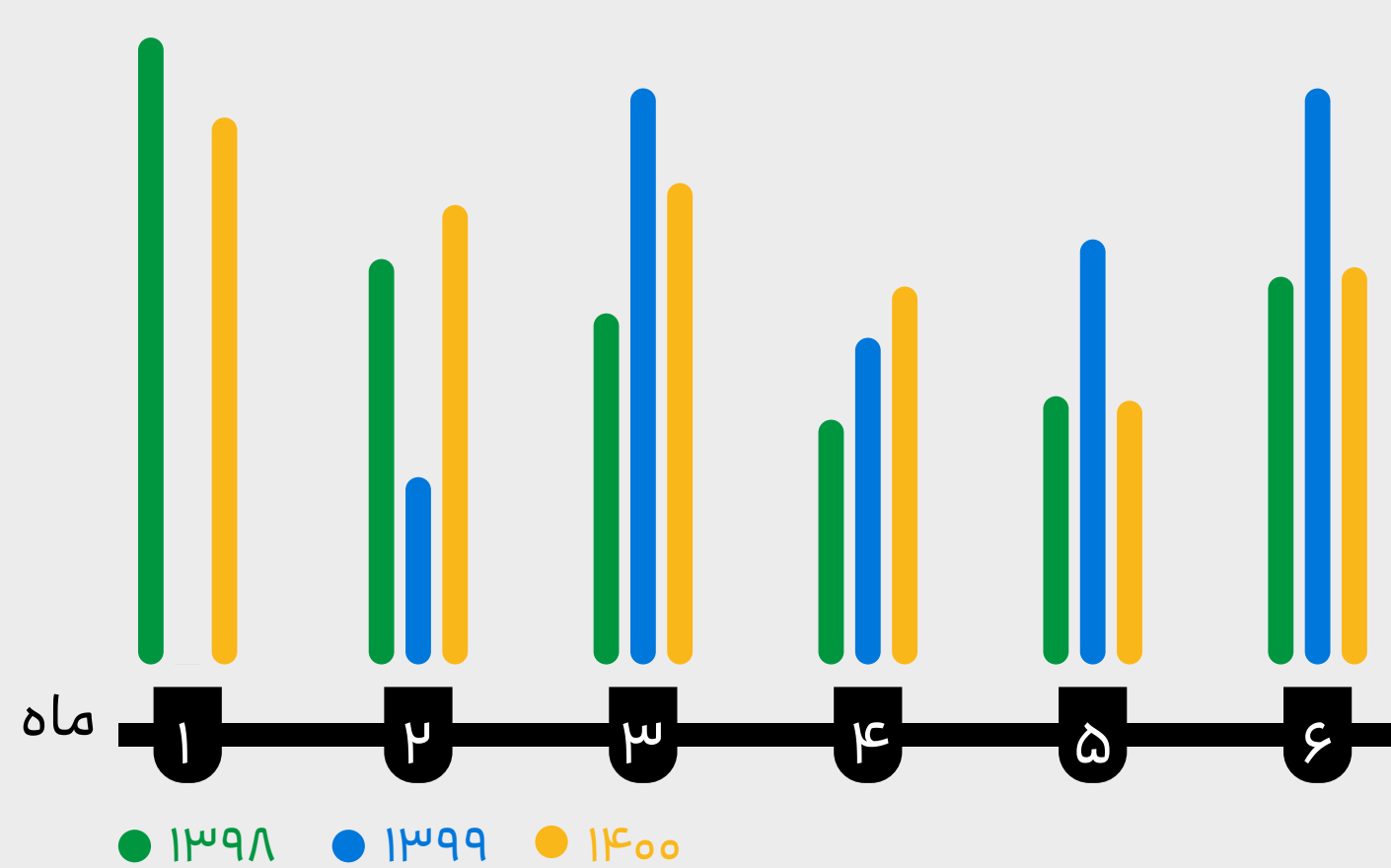
به دلیل شیوع بیماری کرونا در ابتدای سال ۹۹، محدودیت‌های بسیار زیادی در سفر و پرواز به مقاصد کل دنیا وضع شد. با کم شدن این محدودیت‌ها، شاهد بازگشت سفر به شرایط عادی در سال ۱۴۰۰ هستیم.

پرواز خارجی بیشترین میزان کاهش تقاضا را در دوران کرونا داشته و در سال ۱۴۰۰ به رشد ۵ برابری رسیده است؛ هرچند همچنان فروش این محصول به شرایط سال ۹۸ و قبل از کرونا بازنگشته و با آن فاصله‌ای ۵۰ درصدی دارد.

## پروازهای رفت و برگشت به استانبول



## پروازهای رفت و برگشت به کیش



آمار پروازهای کیش و استانبول برای نمونه آورده شده است. طبق این دو نمودار شرایط عبور و مرور از مرزها تاثیر مستقیمی در پراکندگی سفرها داشته است. برای مثال آمار سفر به مقصد کیش در ماه‌های مرداد و شهریور ۱۴۰۰ برخلاف آزمایش نسبی شرایط، نزولی بوده که متأثر از بازگشت شیب مسافرت به کشورهای همسایه بوده است. در نمودار مرتبط با استانبول در این بازه شاهد رشد چشمگیر سفرها هستیم.

همچنین این آمار نشان‌دهنده رشد سریع و هیجانی سفرهای خارجی در سال ۱۴۰۰ نسبت به شرایط عادی، به علت باز شدن مسیرهای هوایی است.

## رشد اتوبوس در یک سال گذشته در مقایسه بازه زمانی مشابه

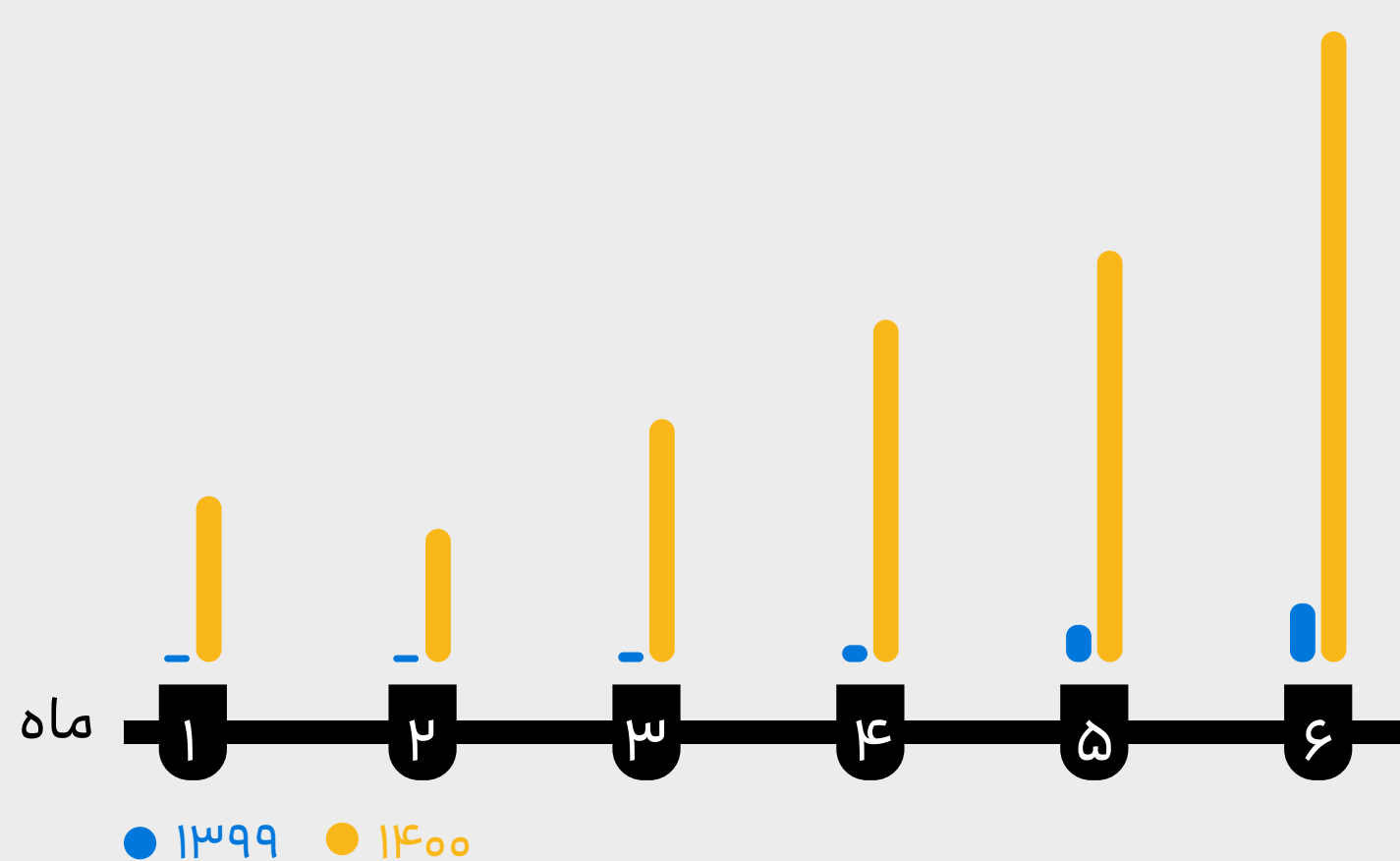


## رشد قطار در یک سال گذشته در مقایسه بازه زمانی مشابه



- در شرایط قرنطینه به دلیل ممنوعیت‌های سفر با وسایل شخصی، رشد تقاضا برای محصولات اتوبوس، قطار و حتی پرواز خارجی محسوس بود. به عبارت دیگر افرادی که سفرهای خود را شخصی انجام می‌دادند، در این برهه زمانی بیش از پیش به سمت سفر ریلی و جاده‌ای سوق داده شدند.
- ذکر این نکته ضروری است که این آمار در حالی رقم خورد که ظرفیت ناوگان ریلی و اتوبوس‌رانی کشور نیز در این شرایط به ۵۰ درصد رسیده بود.

## رشد هتل خارجی در یک سال گذشته در مقایسه بازه زمانی مشابه



## رشد هتل داخلی در یک سال گذشته در مقایسه بازه زمانی مشابه



- تقاضای هتل‌های داخلی و خارجی با وجود رشد نسبت به سال ۱۳۹۹، کماکان با تقاضای قبل از کرونا فاصله دارد. با این وجود رشد بسیار چشمگیر تقاضای این محصولات در سال جاری، شروع روند بازگشت بازار به شرایط عادی را نوید می‌دهد.
- همچنین افزایش خدمات هتل خارجی در علی‌بابا به دلیل تکمیل محصول در یک سال گذشته بوده است. تلاش‌های بی‌وقفه تیم تامین در محصول هتل خارجی موجب ارتقای زیرساخت‌ها و افزایش چشمگیر تقاضا در یک سال گذشته شده است.



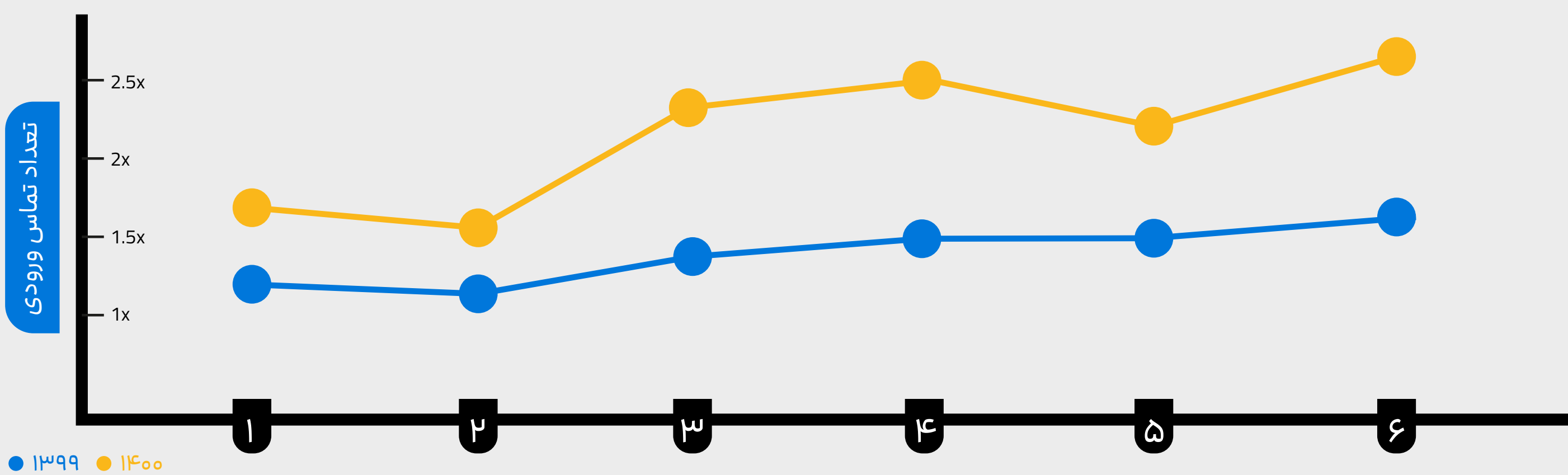


# گزارش اینفوگرافیک علی بابا از رفتار سفر مردم کشور

رویکرد: شش ماهه سال ۱۴۰۰ در مقایسه با مدت مشابه سال قبل

۶

## واحد پشتیبانی علی بابا



از منظر تعداد تماس‌های ورودی، در مقایسه با ۶ ماه اول سال گذشته، شاهد رشد ۶۱ درصدی بودیم که با رونق گرفتن سفرها از خرداد ماه اتفاق افتاد.

۵/۲۹

۱۳۹۹

تعداد تماس نسبت به تعداد خرید در مقایسه با سال گذشته

۵/۲۷

۱۴۰۰

این اعداد نمایانگر افزایش شناخت کاربران از خدمات گردشگری و رضایت آنها از شفافیت در ارائه محصولات است.

۵/۹۶

۱۳۹۹

نرخ پاسخ‌دهی در مجموع

۵/۸۷

۱۴۰۰

افزایش مدت زمان انتظار کاربران در صف و کاهش نرخ پاسخ‌دهی پس از افزایش پرشتاب درخواست‌های سفر در تعطیلات خرداد ماه رخ داد. چالشی که به سرعت و در فاصله‌ای ۲ ماهه با توسعه تیم پشتیبانی رفع شد.