

Caspian Today Magazine

امروز کاسپین

سال شانزدهم | شماره ۳۱

تابستان ۱۳۹۸

قیمت: ۷۰۰۰ تومان



◀ بوم گردی ظرفیتی مهم در صنعت گردشگری

◀ صنعت توریسم درمانی ایران چوب مشکلات بخش گردشگری را می خورد

◀ کدام شغل های گردشگری بیشترین رشد را دارند

◀ درآمد پایدار با اقتصاد گردشگری



Safferanieh

زعفران خالص

زعفرانیه

محصولی از نوین زعفران

نوین زعفران

مجتمع تولیدی تحقیقاتی زعفرانیه (نوین زعفران)

✓ بزرگترین واحد فرآوری و بسته بندی زعفران در جهان
✓ اولین صادرکننده نمونه ملی و دریافت کننده تندیس زرین

✓ صادرکننده نمونه کشوری (۸ دوره)

✓ واحد نمونه ملی کیفیت و استاندارد (متعدد)

✓ واحد نمونه صنایع غذایی و بهداشتی (متعدد)

✓ واحد برتر تولید ملی - افتخار ملی
(۴ دوره متوالی)

✓ دارنده گواهینامه و تندیس طلایی رعایت حقوق

مصرف کنندگان (۶ دوره متوالی)

✓ دارنده نشان ایمنی و سلامت

✓ انتخاب شده به عنوان یکی از بیست برند برتر ایران

✓ دارنده نشان طلایی واحدهای تحقیق و توسعه صنایع کشور

کارخانه: مشهد - شهرک صنعتی توس، خیابان اندیشه ۶
تلفن: ۳۲۲۲۷۷۱۵ و ۳۲۲۲۰۱۱۰ فکس: ۳۲۲۲۹۷۶۵ و ۳۲۲۵۵۲۲۶-۰۵۱

E-mail: saffron@novinsaffron.com
www.novinsaffron.com



IR BRANDS





Caspian Today Magazine

امروز
کاسپین

شماره ۳۱- تابستان ۱۳۹۸

- ۲ یادداشت/ حمایت از بوم گردی عاملی مهم در جهش صنعت گردشگری
 ۳ بوم گردی ظرفیتی مهم در صنعت گردشگری
 ۷ ۵ دلیل ناکامی ایران در گردشگری
 ۸ کدام شغل های گردشگری بیشترین رشد را دارند
 ۱۰ هتل پارس نخستین هتل مشهد



- ۱۲ درها را به روی گردشگران چینی در سالن ترانزیت بگشاییم
 ۱۴ جنگل های ارسباران
 ۱۷ ایران ارزان ترین مقصد گردشگری
 صنعت توریسم درمانی ایران چوب مشکلات بخش گردشگری را می
 خورد
 ۱۸ درآمد پایدار با اقتصاد گردشگری
 ۲۰ مواردی در ایران که برای گردشگران خارجی عجیب است
 ۲۲ چند نفر به ارزان ترین مقصد گردشگری جهان سفر می کنند
 ۲۴ درآمد ۲۰۰ میلیارد دلاری از گردشگری غذا
 ۲۶ ۶ سد صنعتی نشدن صنایع دستی
 ۳۰



صاحب امتیاز و مدیر مسول:

مهندس حمیدرضا شوشتریان

شماره ثبت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۷۷۶۲۱

زیر نظر شورای نویسندگان

طراحی و صفحه آرایی: هدی امیر

پایگاه اینترنتی:

فرشاد عباسی

واحد بازرگانی:

جلیل فروتن راد

تلفکس: ۰۵۱-۳۸۴۲۰۱۱۱

سامانه پیام کوتاه: ۳۰۰۰۶۹۷۷۰۵

نشانی:

تهران - شریعتی - خیابان دستگردی پلاک ۷۴

طبقه دوم- واحد ۳

تلفن: ۰۲۱-۲۲۲۲۰۹۶۱

دورنگار: ۰۲۱-۲۲۲۶۹۰۳۲

مشهد- خیابان سلمان فارسی

برج سلمان - طبقه هشتم- واحد ۲

تلفن: ۰۵۱-۳۸۴۲۰۱۱۱

دورنگار: ۰۵۱-۳۸۴۶۴۰۹۱

www.caspiantoday.ir

caspiantoday@gmail.com

همکاران فنی:

چاپ: خوشه

حمایت از بوم‌گردی عامل مهم در جهش صنعت گردشگری

حمیدرضا شوشتریان

به عنوان یکی از شاخه های صنعت گردشگری تقریباً ۲۷ درصد سفرهای بین المللی را در بر می گیرد و چنانچه به صورت مناسب مدیریت شود، می تواند به اشتغال محلی، فرصت های توسعه بومی و حفظ محیط طبیعی منجر گردد.

در ایران نیز بوم گردی به عنوان حوزه مورد علاقه گردشگران داخلی و خارجی مورد توجه قرار گرفته که در حال حاضر مشوق ها و حمایت های بسیاری نیز از سوی دستگاه های متولی و حامی برای ایجاد و توسعه آن ها در نظر گرفته شده است. با توجه به تنوع قومی، اقلیمی و طبیعی ایران توجه به بوم گردی می تواند فرصت های بسیاری را برای اشتغال و کارآفرینی فراهم کند. نزدیک به هزار و ۳۰۸ باب از این اقامتگاه ها در بیش از هزار و ۲۰۰ روستای کشور فعال شده که هدف خوبی برای گردشگری است. به گفته محمد امید، معاون توسعه روستایی و مناطق محروم ریاست جمهوری ساخت ۱۵۰۰ واحد بوم گردی دیگر در کشور آغاز شده است. از آنجا که یکی از مشکلات مهم تامین نقدینگی و سپس آموزش بویژه برای افراد بومی است به نظر می رسد این امر از چشم دست اندرکاران دور نمانده است. در همین ارتباط معاونت روستایی، عشایری و مناطق محروم ریاست جمهوری و صندوق کارآفرینی امید گفته است، تسهیلات تا ۱۰۰ میلیون و بیشتر برای راه اندازی و توسعه بوم گردی ها اعطاء می شود و فارغ التحصیلان و علاقمندان به گردشگری بویژه بوم گردی می توانند از این تسهیلات با وثیقه سهل و آسان برخوردار شوند. نکته مهم در تامین وثایق انعطافی است که بانک ها باید به خرج دهند در غیر این صورت این طرح ها یا به اجرا نمی رسد و یا منابع اختصاص یافته در سر فصل دیگری هزینه می گردد. براساس آمار صندوق امید در سال ۹۷ بیش از یکصد میلیارد تومان برای ایجاد مراکز بوم گردی تسهیلات اعطاء شده است که برای ۱۵۰۰ واحد در حال ساخت سالجاری رقمی محسوب نمی شود. موضوع مهم دیگر در شاخه بومگردی را باید توجه به جامعه محلی و آموزش های مربوط به اداره مراکز بوم گردی عنوان کرد. تاسیس کنندگان اقامتگاه های بومی در وهله نخست باید آموزش کافی دیده و شناخت مناسبی از هویت محلی و کمبودهای منطقه ای جامعه محلی داشته باشند. این آموزش ها بویژه در مواجهه با مهمانان خارجی تخصصی تر می گردد. آموزشگاه های فنی و حرفه ای می توانند با شرایط سهل تر حتی بصورت اعزام اکیپ های آموزشی در مادر روستاها ارائه خدمت نمایند. نباید فراموش کرد توسعه اشتغال از طریق بوم گردی علاوه بر کم هزینه ترین راه برای ایجاد فرصت های شغلی موجب ظهور فرصت های مکمل نیز در روستاها می گردد.



بوم گردی ظرفیت مهم

در صنعت گردشگری

بوم گردی، واژه پیچیده و غریبی نیست، رفتن و بودن در طبیعت و عشق ورزیدن به آن است، سفری است مسئولانه که موجب رشد و پایداری زیست بوم، فرهنگ و کیفیت زندگی ساکنان منطقه گردشگری خاصی می شود.

با توسعه گردشگری پایدار و برای سفر به مناطق دیدنی و بکر، نیاز به محل هایی برای اسکان در این نقاط احساس شد که برای تحقق این مهم طی چند سال گذشته اقامتگاه های بوم گردی متعدد در اقصی نقاط ایران تاسیس گردید. تمام این اقامتگاه ها با هدف حفظ و پاسداشت فرهنگ بومی و سنتی هر منطقه و افزایش ورود گردشگران به آن نواحی ساخته شده است به گونه ای که صنعت اکوتوریسم پایدارترین نوع طبیعت گردی و سازگارترین نوع گردشگری با محیط شناخته شده و ایران به خاطر دارا بودن توانایی ها و برخورداری از جاذبه های چشمگیر از نظر تنوع اقلیم و پوشش گیاهی یکی از کشورهای مهم دنیا در این زمینه محسوب می شود.

توجه به اصول و قوانین اکوتوریسم و همچنین ایجاد علاقه مندی به طبیعت و حفظ محیط پیرامونی باعث تداوم و بقای گنجینه ها و میراث طبیعی و انسانی خواهد شد و توسعه پایدار را در پی خواهد داشت.

صنعت اکوتوریسم در ایران دارای شاخه های متعدد و فعالیت های گوناگون است. شاخه هایی همچون گردشگری روستایی، گردشگری عشایری، گردشگری ماجراجویانه و کشاورزی و فعالیت هایی که هریک وابسته به موقعیت جغرافیایی خاص خود است.

تعریف اقامتگاه بوم گردی

اقامتگاه های بوم گردی، اقامتگاه هایی هستند که در محیط های طبیعی و بومی با رعایت بالاترین سطح ضوابط زیست محیطی و به شکلی سازگار با معماری بومی،



با پیشرفت در صنایع حمل و نقل و فناوری اطلاعات، دورترین و بکرترین نقاط روی زمین نیز در دید و دسترس علاقه مندان به سفر قرار گرفته بطوریکه امروزه گردشگری بزرگترین صنعت در دنیا محسوب می شود.

به گزارش ایرنا، شاخه طبیعت گردی رو به رشد ترین بخش صنعت گردشگری است و در این بین اقامتگاه های بوم گردی که سهم بسیار از گردشگری کشور را به خود اختصاص داده از ظرفیت های مهم برای جذب گردشگران خارجی به شمار می رود. در این راستا طرح توجیهی ایجاد اقامتگاه بوم گردی به عنوان یک فرصت سرمایه گذاری معرفی شد تا اطلاعات مناسب در این زمینه، میزان سرمایه گذاری، سودآوری، پرداخت تسهیلات مناسب و نرخ های بازده سرمایه گذاری آن در اختیار علاقه مندان به راه اندازی این کسب و کار قرار گیرد.

در پاسخ به میل و اشتیاق رو به رشد طبیعت گردی و در راستای حفظ محیط زیست، پایداری زیست بوم و فرهنگ مناطق گردشگری، مفهومی جدید به نام «بوم گردی» یا «اکوتوریسم» ظهور کرده است.

اکوتوریسم پیش از هر چیز یک نوع نگرش خاص و آینده نگرانه و اخلاقی، فرهنگی و انسانی به مقوله گردشگری است و نوعی احترام به طبیعت، احترام به فرهنگ گذشته و حال مردمانی می باشد که از سال ها قبل در یک زیست بوم خاص زندگی می کنند.



مانع آسیب رساندن به آن می شوند.

* بوم گردی و تاثیر آن بر ایجاد اشتغال پایدار و رونق اقتصادی

بوم گردی با ایجاد فرصت پیشرفت و توسعه اقتصادی می تواند به عنوان جایگزینی برای سایر منابع درآمد برای مردم منطقه محسوب شده و از روی آوردن افراد محلی به راه های دیگر کسب درآمد مانند فروش زمین های کشاورزی و بهره برداری بی رویه از منابع طبیعی جلوگیری کند.

مردم محلی با نمایش آداب و رسوم خود به گردشگران، فروش محصولات صنایع دستی به آنان و مشارکت دادن گردشگران در فعالیت های روزانه خود، به ارزش میراث فرهنگی خود پی برده و هرچه بیشتر در حفظ آن تلاش می کنند ضمن اینکه روستائیان نیز در پی حضور گردشگران در اقامتگاه های بوم گردی می توانند به فکر اشتغال زایی و کسب درآمد بیشتر باشند.

گردشگران نیز به واسطه حضور در اقامتگاه های بوم گردی حاضر به صرف هزینه هستند و این چرخه ای است که می تواند باعث پیشرفت صنعت اکوتوریسم شود و مردم محلی تلاش خواهند کرد آنچه را برای گردشگران و طبیعت گردان جذاب است حفظ و نگهداری کنند چرا که بوم گردی به وضوح یکی از راهها و منابع کسب درآمد برای آنهاست.

هدف از طرح توجیهی اقامتگاه بوم گردی

معنای توسعه پایدار تنها حفاظت از محیط زیست و منابع طبیعی نیست، بلکه برداشت جدید از توسعه و رشد اقتصادی است، رشدی که بدون تخریب منابع طبیعی و برهم زدن تعادل زیست محیطی، عدالت و امکانات زندگی را برای همه مردم شهری، روستایی و عشایری و نه فقط قشرهایی محدود از جامعه فراهم می کند.

از جمله اهداف تاسیس اقامتگاه های بوم گردی، می توان به توسعه پایدار گردشگری، احیای ارزش های سنتی و بومی، کمک به اقتصاد جامعه محلی و

بافت تاریخی و سیمای طبیعی منطقه ساخته می شود و ضمن بیشترین تعامل با جامعه محلی و توجه به اقلیم، زمینه حضور گردشگران را با کیفیت قابل قبول و تعریف شده فراهم می کند.

یکی از اصولی که در اکوتوریسم مورد تاکید قرار می گیرد آموزش و ایجاد آگاهی فرهنگی با مردمان یک منطقه است. در بوم گردی، گردشگران با فرهنگ و نوع زندگی مردم منطقه از نزدیک آشنا می شوند و در فعالیت های روزانه آنان مشارکت می کنند و در این ارتباط ایجاد شده بین میزبانان و گردشگران، مردم منطقه نیز با فرهنگ مردمان دیگر مناطق و کشورها آشنا شده و این ۲ گروه، رفته رفته نوعی علاقه نسبت به یکدیگر پیدا می کنند.

با ایجاد این آشنایی و فرهنگ دوستی، گردشگران نسبت به منطقه میزبان حساس شده و به اوضاع آن اهمیت بیشتری می دهند و در کنار آن تاکید بر حفظ منابع طبیعی، مقوله آموزش و به حداقل رساندن آسیب های وارده به طبیعت در طول سفر، اهمیت احترام گذاشتن به طبیعت را آشکار کرده و



از این ظرفیت نهایت استفاده را انجام داد که یکی از راهکارهای اصولی برای شناسایی ظرفیت ها و توانمند سازی روستاها با محوریت گردشگری، راه اندازی اقامتگاه های بوم گردی و توجه به این بخش است.

توسعه بی رویه اقامتگاه های بوم گردی مانع تولید ثروت می شود

فرماندار ویژه تربت حیدریه در این زمینه به خبرنگار ایرنا گفت: هر چند تولید ثروت حاصل از اقامتگاه های بوم گردی در حوزه گردشگری ارزشمند است، اما باید از گسترش بی رویه این اماکن خودداری کرد.

علی رستمی افزود: از عمر اقامتگاه های بوم گردی در ایران کمتر از ۱۰ سال، در استان حدود پنج سال و در تربت حیدریه نزدیک به یک سال می گذرد و از منطبق به دور است که از این پروژه تازه ایجاد شده انتظارات بیش از حد داشت. وی با بیان اینکه در حوزه صنعت گردشگری، زیرشاخه بوم گردی، یک صنعت ارزان و محلی است و نمی توان از آن انتظار سرمایه و سود کلان داشت، گفت: از این رو از معاونت گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان انتظار می رود از صدور مجوزهای متعدد و بی رویه در این بخش خودداری کند. وی اظهار داشت: این حق کسانی است که در مرحله نخست در صنعت بوم گردی سرمایه گذاری کرده اند و اینک باید از سود حاصله آن نفع لازم را ببرند تا بتوانند گردشگران بیشتری جذب کنند.

رستمی گفت: از مجموع ۲۵ تا ۳۰ میلیون زائر و گردشگر که هر سال وارد خراسان رضوی می شوند فقط مشهد و یکی ۲ شهر دیگر استان از درآمد آن منتفع می شوند.

وی افزود: شهر تربت حیدریه که در مسیر زائران است از درآمد آن تاکنون بی نصیب مانده و لذا مسئولان باید ابتدا به دنبال ایجاد سرپناه ساده و اولیه برای کسانی باشند که تمایل به ماندن و بیتوته کردن در این خطه را دارند.

برخورداری خراسان رضوی از ۳۶ اقامتگاه بوم گردی

معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی نیز با بیان اینکه اکنون در این استان ۳۶ اقامتگاه بوم گردی وجود دارد گفت: هیات موسس انجمن مدیران اقامتگاه بوم گردی استان تشکیل شده و اساسنامه آن نیز آماده شده و باید به زودی انتخابات برای تعیین هیات مدیره برگزار شود.

یوسف بیدخوری در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، شناسایی و احیای بافت های قدیمی را از رویکردهای این اداره کل ذکر کرد و افزود: برای احیای بافت های قدیمی با هدف رونق بخشیدن به اقامتگاههای بوم گردی در خراسان رضوی اقدام های خوبی صورت گرفته است.

وی اظهار داشت: خراسان رضوی در بخش اقامتگاه های بوم گردی از ظرفیت

حفظ محیط زیست اشاره کرد و در واقع گردشگری فرصت های بسیاری را برای کسب و کارهای کوچک خانوادگی و جوامع محلی ایجاد می کند که از جمله این فرصت ها توسعه اقامتگاه های بوم گردی در نواحی مختلف کشور است.

بیشتر این اقامتگاه ها خانه های قدیمی هستند که اکنون احیا و بازسازی شده اند و در این نوع اقامتگاه ها تلاش بر این است که گردشگران با آداب و رسوم، روش سنتی زندگی مردم بومی و غذاهای محلی آشنا شوند.

در بیشتر این اقامتگاه ها که به صورت خانوادگی خدمات ارائه می دهند، سعی بر این است که مهمانان با شیوه سنتی زندگی در آن محل آشنا شوند، از غذاهای محلی آن استفاده کنند و در محیط طبیعی سفر خود را به انجام برسانند.

دستیابی به توسعه پایدار در گرو احیای اقامتگاه های بوم گردی

دستیابی به توسعه پایدار در گرو توجه به ارکان اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی در یک جامعه است و گردشگری به عنوان فعالیت اثرگذار بر تمام ارکان توسعه بیش از گذشته نیازمند مطالعه است و نقش اقامتگاه های بوم گردی برای دستیابی به اهداف مورد نظر در این بخش بر کسی پوشیده نیست.

به ادعان مسئولان، پرداخت تسهیلات بانکی مناسب با تنفس ۶ ماهه و بازپرداخت چندین ساله از جمله مشوق های لازم برای راه اندازی اقامتگاه های بوم گردی است.

نتیجه تعامل سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با صندوق کارآفرینی امید در راستای تقویت ظرفیت های بومی و محلی استانی است و این تسهیلات علاوه بر راه اندازی و بازسازی اقامتگاه های بوم گردی به دفاتر خدمات مسافرتی که در حوزه طبیعت گردی فعالیت می کنند نیز پرداخت می شود.

ایران با وجود روستاهای بسیار و جذاب، ظرفیت های فراوان برای توسعه گردشگری روستایی دارد و باید

بسیار برخوردار است که به تدریج باید احیا شود تا به این صنعت نوپا لطمه وارد نشود.

وی بر لزوم بازاریابی، تبلیغات و معرفی اقامتگاه های بوم گردی تاکید کرد و گفت: در پیوند با این موضوع دفاتر خدمات مسافرتی تاکنون با برگزاری تورهای یک روزه و سفر به شهرهای استان کارهای خوبی انجام داده اند که باید توسعه یابد.

رئیس اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان تربت حیدریه نیز گفت: امسال در فصل برداشت زعفران ۳۸ گروه گردشگر زعفران وارد این منطقه شدند که از این تعداد ۲۲ گروه خارجی بودند.

علی محمدی افزود: اکنون در این شهرستان ۱۰ روستای هدف گردشگری داریم که تاکنون فقط ۲ روستا مجوز گرفته و فعال شده اند و پنج اقامتگاه بوم گردی (روستای گردشگری) دیگر نیز در آستانه کسب مجوز هستند.

توجه به صنعت گردشگری از ارزآوری بسیار برخوردار است و بسیاری از کشورها نیز با پی بردن به این واقعیت مهم و اساسی، تمام تلاش خود را معطوف به این امر کرده اند که با سرمایه گذاری در بخش گردشگری بتوانند علاوه بر ارزآوری به اشتغالزایی پایدار و رونق اقتصادی نیز دست یابند. امید که ایران نیز با توجه بیش از پیش به این صنعت، بتواند علاوه بر کسب درآمد ارزی به ایجاد و توسعه بخش اشتغال و رونق اقتصادی دست یابد که یکی از راهکارهای تحقق این مهم توجه به اقامتگاههای بوم گردی است.

تاکنون از مجموع ۲۵۰ اثر تاریخی و گردشگری شناسایی شده در منطقه تربت حیدریه، ۴۸ بنا و محوطه تاریخی و ۲ اثر معنوی و ناملموس در فهرست آثار ملی به ثبت رسیده است.

اولین اتوبوسه که به ایران وارد شد!

اولین اتوبوس در ایران توسط یک تاجر بلژیکی در شهر رشت به کار گرفته شد، اما به مرور زمان و با توجه به میزان کرایه، سودآوری و زیر ساخت های حمل و نقل توجیه اقتصادی آن رد شد و به همین دلیل اتوبوس به کار گرفته شده به یکی از تجار ایرانی به نام (معین التجار) فروخته شد.

او نیز پس از انقلاب مشروطه اتوبوس خود را به تهران آورد و با کرایه هر نفر ۳ شاهی مشغول به فعالیت شد که به مرور زمان تقاضا برای استفاده از این خودرو بیشتر از قبل شد و پس از چند سال با ورود چند اتوبوس توسط تجار مختلف به شهر رونق زیادی در جابه جایی مسافر شکل گرفت.

اما اغلب اتوبوس های شاغل با توجه به مسافت طی شده از اروپا تا مقصد به کارگیری در ایران، بعد مسافت و زمان حمل، مستهلک بودند و هزینه حمل و نقل بالایی را طلب می کردند که در نهایت باعث پایه گذاری صنعت اتومبیل سازی در ایران شد.

براین اساس اولین اتوبوس های مونتاژ شده در سال ۱۲۹۰ شمسی وارد تهران شدند که حدود ۵ درصد جابه جایی مسافران آن زمان توسط ۵۰۰ دستگاه اتوبوس انجام می گرفت.

در زمان صدارت وثوق الدوله در سال ۱۲۹۸ با توجه به افزایش نارضایتی مردم از نحوه جابه جایی مسافر، دولتمردان بر آن شدند تا با ایجاد یک اداره به سازماندهی و نظم بخشیدن به حمل و نقل شهری پردازند که پس از مدتی بحث و تفحص این اداره در بلدییه (شهرداری) پایه گذاری شد. شهرداری موظف شد قوانینی وضع کند تا تسهیلات لازم را برای مسافران ایجاد کند که این قوانین شامل میزان کرایه، زمان کار ناوگان، تثبیت خطوط و آیین نامه انضباطی بود.

در اولین گام شهرداری تمام اتوبوس ها را موظف به دریافت پلاک شناسایی خودرو نمود و در زمان کریم آقا بوذرجمهری، جهت کنترل خطوط هر خط دارای ناظری شد تا بر رعایت ناوگان خطوط نظارت کند. در شهریور سال ۱۳۲۰ نیز تعداد ۱۰۰ دستگاه اتوبوس در تهران کار می کردند که حدود ۹۰ دستگاه آن بنز بود.

در همین سال اتوبوس های «زایس» روسی وارد ایران شدند و در سال ۱۳۳۱ دولت آقای سهیلی اجازه فعالیت شرکت های خصوصی حمل و نقل را صادر کرد.



۵ دلیل ناکامی ایران در گردشگری

در سال ۲۰۱۸ سهم مستقیم گردشگری از تولید ناخالص داخلی در ایران ۱۰/۷ میلیارد دلار معادل ۲/۵ درصد از تولید ناخالص داخلی کل کشور را تشکیل داده که در بین ۲۳ کشور مورد بررسی سند چشم‌انداز، نوزدهمین کشور است. در عین حال، پیش‌بینی می‌شود این سهم در سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۵ بدون تغییر باقی بماند؛ شواهدی که حکایت از عقب‌ماندگی قابل ملاحظه ایران از توسعه گردشگری جهانی دارد.

معاونت اقتصادی اتاق بازرگانی ایران اخیراً در گزارشی ۵ دلیل اصلی این عقب‌ماندگی را برشمرد است. براساس این گزارش پیش از هر چیز «فقدان عزم جدی ملی برای توسعه گردشگری» مانع اصلی توسعه شده است. اهمیت صنعت سفر و گردشگری برای دولت‌ها نقش مهمی در توسعه این بخش بازی می‌کند. چنانچه دولت‌ها به ضرورت توسعه صنعت گردشگری در سیاست‌های کلان اعتقاد داشته باشند، این موضوع در اولویت‌های بودجه‌ای و تنظیم قوانین و مقررات خود را نشان می‌دهد.

در گزارش پارلمان بخش خصوصی، «مشکلات سیاسی و نحوه تعامل با دنیای خارج» از دیگر عوامل عقب‌ماندگی گردشگری کشور شناخته شده است. یکی از پایه‌های اصلی توسعه گردشگری، سیاست و روابط بین‌الملل است و گردشگری یکی از صنایع حساس به‌شمار می‌رود که در مقابل بی‌ثباتی سیاسی، نبود امنیت و سایر نااطمینانی‌ها آسیب‌پذیر است. وجود روابط حسنه با سایر کشورها در جذب گردشگران خارجی می‌تواند مفید باشد. با این همه به‌رغم آنکه کشورهای حاشیه خلیج فارس یکی از منابع مهم ورود گردشگر به کشور بودند، تحولات رخ داده طی چند سال اخیر و تیره شدن روابط، منجر به کاهش آمار گردشگران خارجی از این سمت شده است.

این گزارش همچنین «فقدان یک نهاد واحد مسوول و پاسخگو» را علت دیگر ناکامی ایران در گردشگری عنوان می‌کند. مطالعه کشورهای موفق در صنعت گردشگری نشان می‌دهد در این کشورها مرجع اصلی برنامه‌های توسعه گردشگری یک نهاد مشخص است که همه مسوولیت‌ها و وظایف حول این نهاد تعریف می‌شود.

«عدم پایبندی به اجرای برنامه‌های مصوب» نیز چالش دیگر در توسعه گردشگری عنوان می‌شود. تجربه‌های خارجی در این خصوص نیز نشان می‌دهد همه کشورهای خواهان توسعه گردشگری یک برنامه‌ریزی منظم و استراتژی دقیق برای توسعه صنعت گردشگری خود در دستور کار قرار داده و به آن پایبند بوده‌اند. در ایران اما گرچه با کمبود طرح، برنامه و استراتژی مواجه نیستیم، اما چالش اصلی عدم اجرای برنامه‌های مصوب است. به‌طور مثال می‌توان به برنامه ملی گردشگری ایران که با همکاری سازمان جهانی گردشگری و دفتر عمران سازمان ملل متحد تهیه شده، اشاره کرد که به‌گواه متخصصان امر از جمله اسناد توسعه گردشگری است که از دقت و جزئیات بی‌نظیری در رابطه با وضعیت گردشگری ایران برخوردار بوده، اما به‌دلیل اجرایی نشدن به محاق فراموشی سپرده شد.

پنجمین ترمز توسعه گردشگری ایران نیز در گزارش مذکور، «عدم توسعه زیرساخت‌های گردشگری کشور» عنوان شده است. آمارهای گزارش رقابت‌پذیری سفر و گردشگری در بخش زیرساخت حمل‌ونقل به خوبی وضعیت نابسامان ایران را در این حوزه نشان می‌دهد. علاوه بر این، صنعت گردشگری به‌طور خاص نیازمند زیرساخت‌هایی نظیر امکانات اقامتی، مؤسسات کرایه اتومبیل و دستگاه‌های ATM برای گردشگران است. رتبه ایران در این زمینه نیز یادآور این است که هنوز راه درازی برای بهبود وضعیت زیرساخت گردشگری در ایران وجود دارد

در سال ۲۰۱۸ سهم مستقیم گردشگری از تولید ناخالص داخلی در ایران ۱۰/۷ میلیارد دلار معادل ۲/۵ درصد از تولید ناخالص داخلی کل کشور را تشکیل داده که در بین ۲۳ کشور مورد بررسی سند چشم‌انداز، نوزدهمین کشور است. در عین حال، پیش‌بینی می‌شود این سهم در سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۵ بدون تغییر باقی بماند؛ شواهدی که حکایت از عقب‌ماندگی قابل ملاحظه ایران از توسعه گردشگری جهانی دارد.

معاونت اقتصادی اتاق بازرگانی ایران اخیراً در گزارشی ۵ دلیل اصلی این عقب‌ماندگی را برشمرد است. براساس این گزارش پیش از هر چیز «فقدان عزم جدی ملی برای توسعه گردشگری» مانع اصلی توسعه شده است. اهمیت صنعت سفر و گردشگری برای دولت‌ها نقش مهمی در توسعه این بخش بازی می‌کند. چنانچه دولت‌ها به ضرورت توسعه صنعت گردشگری در سیاست‌های کلان اعتقاد داشته باشند، این موضوع در اولویت‌های بودجه‌ای و تنظیم قوانین و مقررات خود را نشان می‌دهد.

در گزارش پارلمان بخش خصوصی، «مشکلات سیاسی و نحوه تعامل با دنیای خارج» از دیگر عوامل عقب‌ماندگی گردشگری کشور شناخته شده است. یکی از پایه‌های اصلی توسعه گردشگری، سیاست و روابط بین‌الملل است و گردشگری یکی از صنایع حساس به‌شمار می‌رود که در مقابل بی‌ثباتی سیاسی، نبود امنیت و سایر نااطمینانی‌ها آسیب‌پذیر است. وجود روابط حسنه با سایر کشورها در جذب گردشگران خارجی می‌تواند مفید باشد. با این همه به‌رغم آنکه کشورهای حاشیه خلیج فارس یکی از منابع مهم ورود گردشگر به کشور بودند، تحولات رخ داده طی چند سال اخیر و تیره شدن روابط، منجر به کاهش آمار گردشگران خارجی از این سمت شده است.

این گزارش همچنین «فقدان یک نهاد واحد مسوول و پاسخگو» را علت دیگر ناکامی ایران در گردشگری عنوان می‌کند. مطالعه کشورهای موفق در صنعت گردشگری نشان می‌دهد در این کشورها مرجع اصلی برنامه‌های توسعه گردشگری یک نهاد مشخص است که همه مسوولیت‌ها و وظایف حول این نهاد تعریف می‌شود.

«عدم پایبندی به اجرای برنامه‌های مصوب» نیز چالش دیگر در توسعه گردشگری عنوان می‌شود. تجربه‌های خارجی در این خصوص نیز نشان می‌دهد همه کشورهای خواهان توسعه گردشگری یک برنامه‌ریزی منظم و استراتژی دقیق برای توسعه صنعت گردشگری خود در دستور کار قرار داده و به آن پایبند بوده‌اند. در ایران اما گرچه با کمبود طرح، برنامه و استراتژی مواجه نیستیم، اما چالش اصلی عدم اجرای برنامه‌های مصوب است. به‌طور مثال می‌توان به برنامه ملی گردشگری ایران که با همکاری سازمان جهانی گردشگری و دفتر عمران سازمان ملل متحد تهیه شده، اشاره کرد که به‌گواه متخصصان امر از جمله اسناد توسعه گردشگری است که از دقت و جزئیات بی‌نظیری در رابطه با وضعیت گردشگری ایران برخوردار بوده، اما به‌دلیل اجرایی نشدن به محاق فراموشی سپرده شد.

پنجمین ترمز توسعه گردشگری ایران نیز در گزارش مذکور، «عدم توسعه زیرساخت‌های گردشگری کشور» عنوان شده است. آمارهای گزارش رقابت‌پذیری سفر و گردشگری در بخش زیرساخت حمل‌ونقل به خوبی وضعیت نابسامان ایران را در این حوزه نشان می‌دهد. علاوه بر این، صنعت گردشگری به‌طور خاص نیازمند زیرساخت‌هایی نظیر امکانات اقامتی، مؤسسات کرایه اتومبیل و دستگاه‌های ATM برای گردشگران است. رتبه ایران در این زمینه نیز یادآور این است که هنوز راه درازی برای بهبود وضعیت زیرساخت گردشگری در ایران وجود دارد





کدام شغل‌های گردشگری بیشترین رشد را دارند؟

حمیرا محب‌علی - راهنما و کارشناس ارشد گردشگری

خدمات بخش خصوصی در پنج سال آینده، سریعترین نرخ رشد را در بین همه بخش‌های اقتصاد داشته باشند.

به نظر می‌آید گردشگری یک فعالیت اقتصادی انعطاف پذیر است. در طول هفت سال پس از بحران اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۰، تعداد توریست‌های خارجی در سطح جهانی بیش از ۴ درصد رشد داشته است. گردشگری یکی از عوامل توسعه پایدار در هدف‌های ۸ و ۱۲ و ۱۴ است. اشتغالزایی در هدف ۸ قرار گرفته است و این هدف می‌گوید که تا سال ۲۰۳۰ باید سیاست‌هایی برای ترویج توریسم پایدار که ایجاد شغل، ترویج فرهنگ و محصولات محلی را سبب می‌شود، تعریف شود. در بیست و ششمین نشست سران کشورها در نوامبر ۲۰۱۸ نیز بیانیه‌ای تصویب شد که در آن گردشگری نقش کلیدی در رسیدن به اهداف توسعه پایدار ایجاد می‌کند. بیانیه‌ای هم در ۲۰ ژوئن ۲۰۱۹ در اوساکا مطرح شد که از صنعت گردشگری به عنوان عامل رشد اقتصادی جهانی و توسعه پایدار صحبت به میان می‌آید.

با این‌که گردشگری ۱۰ درصد از مشاغل جهان را به خود اختصاص داده اما در سیاست‌گذاری‌های مرتبط با اشتغال و کارآفرینی نادیده گرفته می‌شود. سازمان جهانی گردشگری می‌گوید که از این پس در برنامه‌های آتی خود برای به حداکثر رساندن نقش این بخش در ایجاد مشاغل با کیفیت و کارآفرینی به ویژه برای زنان و جوانان در صنعت خلاق گردشگری، حفظ منابع طبیعی از طریق برنامه‌ریزی و مدیریت پایدار گردشگری و دستیابی به توسعه فراگیر و پایدار تلاش خواهیم کرد. هرچند یک نکته وجود دارد: با وجود این‌که گردشگری ۱۰ درصد مشاغل جهان را مستقیماً پوشش می‌دهد اما در سیاست‌گذاری‌های مرتبط با اشتغال و کارآفرینی نادیده گرفته می‌شود. یکی از دلایل آن را می‌توان، نبود تطابق بین صلاحیت‌های افراد و واقعیت‌های محیط کار دانست.

در واقع شکاف بین آموزش‌ها و مهارت‌ها و دانش و کمبودهای حوزه کار، چشم‌انداز ایجاد مشاغل مرتبط را زیر سوال می‌برد. از طرف دیگر گردشگری از چالش‌های مربوط به جذب و حفظ استعداد و بهبود شرایط کار، رنج می‌برد. شعار سال ۲۰۱۸ سازمان جهانی گردشگری بر تحول دیجیتال تأکید داشت و این

سازمان بین‌المللی کار تخمین زده است: اقامت و رستوران‌ها همراه با خدمات بخش خصوصی در پنج سال آینده، سریع‌ترین نرخ رشد را در بین همه بخش‌های اقتصاد دارند.

«نقش گردشگری در ایجاد شغل اغلب نادیده گرفته می‌شود. این در حالی است که ۱۰ درصد مشاغل دنیا به گردشگری مرتبط است و در هشتمین هدف از اهداف توسعه پایدار از گردشگری به عنوان پتانسیلی برای کار آبرومند نام برده شده است. سیاست‌های جدید سازمان جهانی گردشگری نیز به حداکثر رساندن پتانسیل گردشگری برای ایجاد و خلق مشاغل بیشتر و بهتر بویژه برای زنان و جوانان است.

سیاست‌های جدید نیز بر انعکاس و ترکیب پیشرفته‌ای از فناوری روز دنیا تأکید دارد. این سیاست‌ها باید بتواند بین مهارت‌های گردشگری که آموزش داده می‌شوند و آن‌هایی که کارفرمایان گردشگری به آن نیاز دارند، ارتباط برقرار کند. این امر به رویکردی جامع به آینده‌ی کار در صنعت گردشگری با همکاری بیشتر، بین همه فعالان از جمله بخش‌های دولتی و خصوصی نیازمند است.

سازمان جهانی گردشگری گزارش داده است: از هر ۱۰ شغل در دنیا، یک شغل به صورت مستقیم به گردشگری مربوط است و هر یک شغل در گردشگری، یک و نیم شغل دیگر را درگیر اقتصاد گردشگری می‌کند.

سازمان بین‌المللی کار نیز تخمین زده است: اقامت و رستوران‌ها همراه با





جهانی گردشگری و وزیر گردشگری کشور در پیام‌هایی به اهمیت این شعار اشاره کرده و بیشترین تأکیدش بر اشتغال زنان و جوانان در عرصه گردشگری با هدف دستیابی به توسعه پایدار بوده است.

پیش از این نیز در روز جهانی راهنمایان گردشگری (۲۱ فوریه ۲۰۱۹) و روز جهانی زن (۸ مارس ۲۰۱۹) اندیشه‌های جهانی، بر حضور زنان در فرصت‌های برابر و خلق مشاغل جدید تأکید داشت.

همان زمان سازمان ملل نیز تأکید کرد: زنان ۵۰ درصد از نیروی شاغل دنیا را برای دست آوردن آینده‌ای بهتر در جهان، تشکیل می‌دهند و از این پس دنیا تمام توانش را به کار خواهد گرفت تا از این ظرفیت برای توسعه اقتصادی در جهان و فراهم شدن زمینه‌های رشد اقتصادی و اجتماعی زنان و جوانان و دست یافتن به توسعه پایدار بهره ببرد.

اگر به پوستر روز جهانی گردشگری هم دقت کنیم، تأکید تصویر بیشتر بر نقش زنان در فعالیت‌های فرهنگی گردشگری است.

نتیجه یکی از تحقیقات سازمان جهانی گردشگری نیز نشان می‌دهد: در بخش گردشگری، جمعیت زنان و جوانان شاغل به نسبت سایر بخش‌ها بیشتر است. تنها کمتر از نیمی از افراد شاغل در گردشگری (۴۷ درصد) بین ۱۵ تا ۳۴ سال دارند که یک سوم کارکنان اقتصادی را در اروپا تشکیل می‌دهند.

در کشورهای اروپایی زنان ۶۰ درصد پرسنل بخش گردشگری هستند که ۴۷ درصد از کارکنان خدمات را تشکیل می‌دهند. در واقعیت زنان نقش پیشرو در کارآفرینی حوزه‌های گردشگری دارند.

داده‌های سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد که نرخ رشد جهانی کارآفرینی زنان در بخش هتل و رستوران ۳۶ درصد است در حالی که این نرخ در سایر بخش‌ها ۲۲ درصد است.

همزمان با چنین تحولی، اثبات شد: گردشگری در روستاها می‌تواند از طریق حفظ و احیای فعالیت‌های سنتی ایجاد شغل کند.

جمعیت زنان و جوانان شاغل در گردشگری بیشتر از سایر بخش‌ها است. در اروپا ۶۰ درصد از پرسنل گردشگری را زنان تشکیل می‌دهند، با این وجود شکاف حقوق نابرابر در این بخش نیز حاکم است اما نکته حائز اهمیت در موضوع اشتغال زنان، پر کردن شکاف حقوق آن‌ها است که در گردشگری همانند سایر مشاغل، حاکمیت دارد؛ زنان به طور متوسط کمتر از مردان برای مهارت‌هایشان دستمزد و یا حقوق می‌گیرند. زنان معمولاً به صورت غیراستاندارد به کار مشغول می‌شوند و از نظر تحصیل و آموزش از تبعیض رنج می‌برند.

زنانی که مهارت‌های پایین دارند آسیب پذیرتر هستند. آن‌ها خود را در معرض خطر شرایط کاری ضعیف، فرصت‌های نابرابر، خشونت، استثمار، استرس و آزار جنسی بیشتری می‌بینند. مشاغل موقت و نیمه موقت در میان زنان و جوانان در صنعت گردشگری بیشتر است. زنان معمولاً دستمزد پایین دارند و امنیت اجتماعی آن‌ها کم است. ساعات کار آن‌ها نامنظم است. تغییرات غیر قابل پیش بینی دارند. چالش‌های آنها بیشتر است و مسؤولیت‌های خانوادگی آن‌ها گسترده‌تر است و در بعضی موارد، آن‌ها شغل گردشگری را با شغل‌های دیگر ترکیب می‌کنند.

سازمان در راستای شعار امسال خود مبنی بر اشتغال‌زایی، همچنان بر تحول دیجیتال تأکید دارد.

سازمان جهانی گردشگری تأکید می‌کند که برای اشتغال‌زایی در این حوزه به بازنگری و به‌روزرسانی قوانین و مقررات قدیمی که از اشتغال، نوآوری، کارآفرینی و مدل‌های کسب و کار جدید پشتیبانی می‌کنند، نیازمندیم.

این سازمان معتقد است: سطح پایین آگاهی و تخصص در فناوری‌های جدید و گرایش‌های تکنولوژیکی مانعی در توسعه گردشگری است.

بررسی‌های سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد که شرکت‌های کوچک و متوسط، سازندگان اصلی صنعت گردشگری هستند به طوری که نیمی از کارکنان صنعت گردشگری در شرکت‌های کمتر از ۱۰ نفر و سه چهارم آن‌ها در شرکت‌های کمتر از ۵۰ نفر کار می‌کنند اما در تمام این عرصه‌ها به تحول دیجیتال در ایجاد شغل در گردشگری نیازمندیم چراکه صنعت گردشگری یک منبع پیشرو مهم در نوآوری و تنوع اقتصادی است.

نیمی از کارکنان صنعت گردشگری در شرکت‌های کمتر از ۱۰ نفر و سه چهارم آن‌ها در شرکت‌های کمتر از ۵۰ نفر کار می‌کنند مراسم روز جهانی گردشگری هر سال در ۲۷ سپتامبر برگزار می‌شود؛ مراسمی به رهبری سازمان جهانی گردشگری که هدف آن افزایش آگاهی در بین جامعه جهانی برای رسیدن به اهداف توسعه پایدار است و امسال (۲۰۱۹) تمرکز اصلی آن بر سه موضوع است: مهارت، آموزش و مشاغل و شعار «گردشگری و شغل: آینده‌ای بهتر برای همه» را برای امسال برگزیده و هند را میزبان مراسم امسال تعیین کرده است. دبیرکل سازمان

هتل پارس نخستین هتل مشهد

پذیرایی از میهمانان در قالب اسلوب غربی است که نخستین هتل مشهد به شمار می‌رود و سوابق تاریخی بسیاری را پشت سر گذارده است.

این بنا به جهت اجرای معماری ویژگی‌های خاصی دارد؛ تقارن بنا به لحاظ معماری، ابعاد و اندازه، پلان موقعیت بنا و قرار گیری آن در مسیر خیابان امام خمینی و اشراف منظر آن نسبت به خیابان و بر عکس، تزئینات به کار رفته در نمای اضلاع جانبی آن از قبیل آجرکاری و نقش برجسته‌های اجرا شده با خمیر آجر پخته و فضای زیر زمین با کاربری فعلی آن که به صورت چایخانه سنتی در آمده است. با پوشش سقف گهواره‌ای و چهار پوش و تزئینات الحاقی جدید کاشی معرق و کاشی لعاب دار منقوش در کف آن از دیگر ویژگی‌های تزئیناتی بنا هستند.

از مشخصات اثر ورودی فعلی بنا، در خیابان امام خمینی ۱۶ (کوچه ثبت) واقع است که در فعلی آن شیشه سکوریت است. ساختمان دارای دو طبقه و یک زیرزمین مجزا است. در ورودی زیرزمین چوبی و قدیمی و دارای دو ردیف طاق جناغی بر بالای آن است.

پس از ورود به زیر زمین، پلکانی ما را به پایین هدایت می‌کند که در وسط یک پاگرد کم عرض را شامل می‌شود. در زیرزمین فضاهایی با سقف‌های گهواره‌ای چهار پوش قرار گرفته که از سکوهایی آجری در پیرامون آنها به عنوان نشیمنگاه استفاده می‌شود. تنور قدیمی در انتهای پلکان ورودی هنوز پابرجا است. در مقابل فضای سنتی فضایی جدید قرار گرفته که به تازگی ساخته شده و در قالب سنتی اجرا شده که گویا از نوسازی بخشی از زیرزمین حاصل شده است. طبقات ساختمان تماماً دارای اتاق‌هایی هستند که محل اقامت مسافران بوده و فضاها ساده و فاقد تزئینات و شاخصه معماری خاصی هستند. ارتفاع اولیه اتاق‌ها چهار و نیم متر بوده ولی سقف کاذب فعلی در ارتفاع پایین‌تر با حفظ سقف قدیمی



مشهد امروز در حال پوست اندازی است. تیغ مدرنیته آن چنان بر جان شهر فرسوده و فرتوتی مثل مشهد کشیده می‌شود که گوهرهای با ارزش به فراموشی و به ویرانی روی می‌نهند و در عوض قارچ‌هایی سمی، مجتمع‌های تجاری سر بر می‌آورند. مشهد را در مقام مقایسه با شهرهایی مثل اصفهان و تهران می‌گوییم فقیر است، فضای سبزی در آن نیست و بافت‌های الحاقی جدید به شهر به شدت عجیب و بیمارند. در مشهد بیش از هر جای دیگر نماهای ساختمان‌ها تکراری و کپی‌برداری هستند. در یک کلام ابتدالی از نظر معماری و شهری در شهر روی داده و بسیار ناتوان تر از اصفهان و تهران در حوزه احیای بافت‌های قدیمی عمل شده است. هتل شهر مشهد واقع در خیابان امام خمینی روبه‌روی باغ ملی واقع شده است.

این بنا در سال ۱۳۱۶ توسط یک معمار روس و به سبک روسی ساخته شده است. این هتل اولین هتل مشهد است. اولین مالک این بنا یک فرد یهودی به نام امین اف بوده است که چند سال بعد از ساخت، بنا را به آقای مجاور توسی (پدر آقای مجاور توسی ریاست کنونی هتل) می‌فروشد. در سال ۱۳۲۰ با آمدن روس‌ها به ایران این بنا به ستاد فرماندهی روس‌ها تبدیل می‌شود و متاسفانه تاکنون اقدام خاصی در جهت ثبت، حفاظت و مرمت اصولی و همچنین حریم بنا که مالکیت شخصی دارد، انجام نشده است.

از ویژگی‌های نخستین ساختمان اقامتی مختص مسافر به صورت مدرن،



اجرا شده است. بیشترین توضیحات بنای مذکور در نمای بیرونی آن است. سردر بنا نوسازی شده و تغییر کرده است. در نمای طبقه دوم پنجره‌های فلزی جایگزین شده به جای پنجره‌های چوبی قدیمی قرار دارند که بر بالای هر یک از آنها تزئینات نقش برجسته سفالی با طرح‌هایی به چشم می‌خورد که دارای نقوش گیاهی و جانوری است. دودکش‌های ستونی و ناودان‌های بنا فلزی همراه با تزئینات است. بنا کاملاً قرینه است و ستون نماها در بین پنجره‌ها تا

رخبام ادامه دارد.

در چهار گوشه بنا قاب‌های آجری با فرم‌های منحنی متقارن اجرا شده با آجرهای تراش خورده و فیتله‌ای در ارتفاعی بالاتر از بام بنا احداث شده اند و نوارهای فلزی با نقوش گیاهی در پیرامون آنها به همراه آجرچینی جناغی در متن قاب‌ها جلوه‌گری می‌کند و سقف بنا شیروانی است.

اولین بهره‌برداری از این بنا بهره‌برداری به صورت هتل بوده است که هم‌اکنون نیز به همین صورت از آن استفاده می‌شود و تعمیرات مختصری مانندکشی نماها و مرمت آنها صورت گرفته است. همچنین فرسودگی عایق پشت بام باعث نفوذ رطوبت به بدنه و سقف بنا شده است.





دره‌ارابه روی گردشگران چینی در سالن ترانزیت بگشاییم!؟

علی رحیم پور،
عضو هیات مدیره انجمن متخصصان گردشگری

هم اکنون بازار سفر سودمند جهان با حدود ۱۴۰ میلیون گردشگر چینی (رتبه اول جهان)، متوسط اقامت ۷ روز و هزینه بیش از ۳۰۰۰ دلار در هر سفر با بیشترین خرید در اختیار این بخش از مردمان کهن زیست جنوب شرق آسیاست. دیر زمانی نیست که تولیدکنندگان و صادرکنندگان چینی با برخورداری از سیاست‌ها و برنامه‌های تشویقی و حمایتی حزب حاکم در حداقل زمان ممکن بازار تجارت بین‌المللی دنیا را به تسخیر خود درآوردند. پولدار شدند و سفر به خارج از کشور برای آنان تبدیل به مُد شد و تعریف خاطرات سفرهای خارجی برای آنان همراه شد با شانیت و ارتقاء جایگاه و منزلت اجتماعی. قشر متوسط و تحصیل کرده چینی برخلاف اسلاف محافظه‌کار و محتاط خود، بشدت دچار پدیده «چشم و هم چشمی»، تظاهر، کنجکاوی، کسب تجربیات جدید و دارای روحیات برون‌دادی شده‌اند. عکاسی در کنار یادمان‌ها، لندمارک‌ها، چشم اندازهای طبیعی، خرید از برندهای مشهور و تهیه سوغات برای اقوام، دوستان و همکاران در سفرهای خارجی برای





تایید و مستندسازی سفر، جزو لاینفک زندگی آنان شده است.

هم اکنون بازار سفر سودمند جهان با حدود ۱۴۰ میلیون گردشگر چینی (رتبه اول جهان)، متوسط اقامت ۷ روز و هزینه بیش از ۳۰۰۰ دلار در هر سفر با بیشترین خرید در اختیار این بخش از مردمان کهن زیست جنوب شرق آسیاست. آنان با میزبانی بیش از ۶۵ میلیون گردشگر ورودی به کشورشان در سال ۲۰۱۷ بزودی رتبه اول دنیا را از آن خود خواهند کرد.

پیش بینی دپارتمان گردشگری چین برای سال ۲۰۲۰ خروجی ۱۸۰ میلیون گردشگر چینی و ۲۲۰ میلیون نفر برای سال ۲۰۲۵ است.

جالب است که بیش از ۷۰ درصد گردشگران چینی، گروهی و در قالب تور سفر می کنند، عمده ترین فعالیت آنان در طول سفر دیدار از جاذبه ها و یادمان های فرهنگی و هنری و تهیه عکس از یادمان ها، موزه ها و بافت های تاریخی است. آرامش و امنیت، آگاهی از مقصد و معرفی جاذبه ها توسط خود چینی ها به یکدیگر (بازاریابی دهان به دهان) مهمترین دلایل و ایجاد انگیزه برای انتخاب محل سفر آنان است، علاقمندان در طی سفر از چند کشور و مقصد گردشگری حتی برای چند ساعت دیدار و عکاسی کنند. مهمترین ضعف آنان عدم آشنایی به زبان انگلیسی و ترس از فقدان راهنما و یا مترجم چینی در کشور مقصد است.

حضور در این بازار استراتژیک با توجه به سفر سالیانه حدود ۱۴۰ هزار گردشگر ایرانی به قصد سیاحت و تجارت به این کشور و برنامه ریزی برای جذب حداقل ۳ درصد گردشگران خروجی این کشور برای سفر به ایران در یک دوره کوتاه مدت ۵ ساله، به نظر می رسد یک ضرورت برای توسعه گردشگری ایران و نیازمند تدوین برنامه ای جامع، مبتنی بر راه اندازی کمپین تبلیغاتی و بازاریابی، تسهیلات و خدمات ورود و خروج، اقامت و پذیرایی استاندارد و تورگردانی حرفه ای مطابق علائق و سلیقه گردشگران آن بازار است که قطعاً دور از دسترس نخواهد بود.

اما در شرایط کنونی برای رونق سفر گردشگران چینی به مقصد ایران چه باید کرد؟

به نظر اینجانب تمرکز بر پرواز های ترانزیت و کانکشن گردشگران چینی در فرودگاه امام تهران می تواند در حداقل زمان میزان گردشگران ورودی چینی به ایران را به دو برابر وضعیت فعلی افزایش دهد.

در کنار سایر ایرلاین های خارجی حامل گردشگران چینی به مقصد فرودگاه امام، هم اکنون هواپیمایی ماهان دارای ۱۹ پرواز برنامه ای در طول هفته (رفت و برگشت) به شهرهای پکن، شانگهای و گوانجو است که این شرکت های هوایی بالغ بر ۶۰ هزار نفر را در طول سال به صورت ترانزیت به فرودگاه امام منتقل می کنند.

کافی است با ورود سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و همکاری معاونت امور کنسولی وزارت امور خارجه ایران و هماهنگی اداره کل اتباع امور خارجه ناجا شرایط ورود مسافران و گردشگران چینی ورودی به سالن ترانزیت را ساده و روان کنند. گردشگران چینی بدون نیاز به اخذ رواید و پرداخت وجه بتوانند تا ۷۲ ساعت از جاذبه های گردشگری تهران و شهرهای همجوار دیدار کنند. با توجه به علاقه ویژه گردشگران چینی به استفاده از تورهای تلفیقی و دیدار از چند مقصد، هم آنان قادر خواهند بود از جاذبه های گردشگری ایران دیدن کنند و هم ما نیز توانسته ایم وقت بلااستفاده آنان را در سالن ترانزیت مدیریت نموده و از این طریق درآمد قابل توجهی را برای متصدیان گردشگری کشور ایجاد کنیم. دیدن ایران حتی برای چند ساعت می تواند تقاضای آتی آنان را برای سفر طولانی مدت به مقصد ایران فراهم کند. (این برنامه برای اتباع سایر کشورها نیز می تواند اجرایی شود)

این تجربه ای است که هم اکنون قطر، بحرین، امارات، عمان، ترکیه و سایر کشورهای همسایه ما در کمترین زمان ممکن انجام می دهند. بدون نیاز به صدور رواید و غالباً بدون اخذ وجه و فقط با اخذ گذرنامه و صدور برگ کارتکس ورود، شما می توانید وارد آن کشور شوید. در همه فرودگاه های بین المللی کشورهای یاد شده این امکان نیز فراهم است تا با خودرو بدون راننده (رنت کار) در مدت تعیین شده سفر کنید.

هدف، ارابه تسهیلات برای خرج کردن پول بیشتر توسط گردشگران و ارتقاء سطح رضایتمندی آنان برای سفر مجدد است.

به نظر می رسد از این بازار به راحتی نمی توان گذشت. خیلی هم سخت نیست! کمی پیگیری می خواهد. هماهنگی، تبیین و توجیه دستگاه های مرتبط و حضور با برنامه ذینفعان در بخش غیر دولتی

در انتظار اقدام خواهیم ماند!

جنگل های ارسباران

قبلاها وسعت جنگل بیش از چیزی بود که اکنون می بینیم اما در حال حاضر به دلیل تخریب جنگل ها، این منطقه تنها به سه شهر کلیبر، ورزقان و اهر محدود شده است.

چرا باید این جنگل را ببینیم؟

جنگل های ارسباران یکی از بکرترین و انبوه ترین جنگل های ایران است. این جنگل ها بازمانده جنگل های میلیون ساله هیرکانی هستند که از دوره سوم زمین شناسی باقی مانده اند. تنوع حیات وحش این منطقه آنقدر بالاست که به آن موزه حیات وحش ایران می گویند.

در کل ایران فقط این ناحیه سیاه خروس دارد و دیدن خرس قهوه ای حتما گذشته از ترس و هیجانش تجربه متفاوتی در زندگی ست. البته اینجا افعی هم زیاد دارد که باید خیلی مراقبش بود. همچنین اگر در این منطقه مارال (آهو) دیدید تعجب نکنید چون یکی از ماموریت های این منطقه احیای این نسل از آهوست. بین سال های ۱۳۵۰ و ۱۳۵۲، ارسباران به عنوان منطقه ممنوعه و بعد منطقه حفاظت شده، تحت حفاظت و نظارت اعلام شد. ۲۲۰ گونه پرنده، ۳۸ گونه خزنده، ۵ گونه دوزیست، ۴۸ گونه پستاندار و ۲۲ گونه ماهی در این منطقه زندگی می کنند که بز، گراز، خرس قهوه ای، وشق (سیاه گوش) و پلنگ از جمله آنهاست.

حیات وحش جنگل ارسباران

بخش های جنوبی این منطقه بیشتر مرتع است و بخش های جنگلی در ارتفاع



۷ کیلومتری از بی نظیرترین مناطق ایران، جنگل های ارسباران است، منطقه ای در شمال آذربایجان شرقی با ۱۲ هزار کیلومتر وسعت که موزه حیات وحش ایران هم لقب گرفته. سازمان جهانی یونسکو این منطقه را به عنوان ذخیره گاه زیست کره معرفی کرده و جنگل های هیرکانی آن همچنان در انتظار ثبت جهانی توسط یونسکو به سر میبرد.

جنگل ارسباران کجاست؟

ارسباران منطقه ای کوهستانی در مرز ارمنستان و آذربایجان است. این منطقه از شمال کوه قوشا داغ در جنوب شهر اهر تا رود ارس گسترده شده. فاصله اش با شهرهای نزدیک چقدر است؟ برای رفتن به ارسباران باید خودتان را به تبریز برسانید. فاصله منطقه ارسباران تا تبریز ۲۲۱ کیلومتر است و خود تبریز تا کلیبر که بیشتری ها از آن به منطقه ارسباران می روند ۱۷۴ کیلومتر، چیزی در حدود ۲ ساعت و نیم است. وقتی به کلیبر رسیدید اگر یک ساعت و نیم بروید به ارسباران می رسید. این منطقه حفاظت شده تا کلیبر ۴۶ کیلومتر فاصله دارد.

قبلا به ارسباران قره داغ و قره جه داغ می گفتند و این اسم را به خاطر کثرت کوه های این ناحیه به آن داده بودند.

۱



اگر با خودروی شخصی میروید، از همان ابتدای ورودی تبریز تابلوهایی به سمت اهر و کلیبر وجود دارد. کلیبر شهری ست سرسبز با دامنه‌های مه گرفته. این شهر که به پایگاه بابک خرم‌دین هم معروف است، پوشیده از جنگل و مرتع است. داخل شهر می‌شود جاهایی مثل مسجد جامع را دید. پل خدا آفرین یکی دیگر از جاهای دیدنی کلیبر است.

به تازگی، از داخل شهر کلیبر راهی به سمت جانانلو کشیده شده که مردم و گردشگران از آن مسیر به سمت رود ارس و مرزهای آذربایجان و ارمنستان می‌روند. در این مسیر و در فاصله ۵ کیلومتری، کاروانسرای به نام شاه عباسی وجود دارد که چندان بزرگ نیست. اما دیدنش هم خالی از لطف نیست. اما مشهورترین جاذبه های گردشگری کلیبر، قلعه بابک، آینالو و مکیدی دره‌سی است.

قلعه بابک

قلعه بابک در زمان ساسانیان ساخته شده و اسمش را از بابک خرم‌دین، رهبر مبارزان با خلیفه عباسی گرفته. این دژ تاریخی در ارتفاعات ارسباران واقع شده و کفایت سه کیلومتر از کلیبر به سمت جنوب غربی خارج شوید تا به دره سی، یکی از زیباترین دره‌های ایران برسید. کمی بعد از اینکه دره‌سی را پشت سر گذاشتید، به کمپ قلعه بابک و هتل بابک می‌رسید. از آنجا می‌توانید با ۵۰ هزار تومان، با جیب به اول مسیر پیاده‌روی بروید.

البته اگر کوهنورد هستید می‌توانید از دره‌سی با طی یک مسیر تقریباً سه ساعته به قلعه بابک برسید. بعد از این مسیر، حدود یک ساعت پیاده روی دارید تا به



کمتر از ۸۰۰ متر قرار گرفته‌اند. در کنار تنوع جانوری، تنوع گیاهی این منطقه هم کم نیست. ۱۵ درصد از گونه‌های گیاهی ایران مختص این ناحیه است. بلوط، کیکم، سماق، زرشک، انار وحشی، سیب وحشی، گلابی وحشی و بوته‌های تمشک و زغال‌اخته و در کل هزار و ۴۰۰ گونه گیاهی و قارچی در این ناحیه وجود دارد. خرداد که بروید زغال‌اخته‌ها رسیده‌اند و اواسط تابستان را اگر برای سفر انتخاب کنید، می‌توانید طعم ترش قره قورت‌ها را بچشید.

منطقه ارسباران

هوای ارسباران خنک است. اینطور معروف است که دمای هوای تبریز را چک کنید و دمای هوا هرچه قدر بود، دمای هوای کلیبر و ارسباران ۱۰ درجه از آن خنک‌تر است، انقدر که در روزهای داغ تابستان دلت می‌خواهد کمی از هوای خنک اینجا را با خودت ببری.

چطور خودمان را به ارسباران برسانیم؟

از تهران به تبریز و همچنین از مشهد به تبریز قطار هست. راه دیگر خرید بلیط هواپیماست. یک راه هم رفتن به ترمینال غرب و سوار شدن اتوبوس‌های تبریز است. از تبریز هم هر روز ساعت ۱۴ و ۱۶ برای کلیبر اتوبوس هست.



جنگل‌های سرسبز. در این منطقه امکاناتی برای گردشگران نیز وجود دارد که از جمله آنها کانکس‌های اقامتی رایگان است. عمارت آینالو، به جا مانده از دوره قاجار یکی از جاذبه‌های این منطقه است.

پارک جنگلی مکیدی

اگر مسیر دره قلعه بابک را همین‌طور به سمت غرب بروید به پارک جنگلی مکیدی می‌رسید. مکیدی تا چند سال پیش جنگلی بکر و دست‌نخورده و پر از درختان فندق و خرگوش بود، اما با ساخته شدن آلاچیق و بوفه و پارکینگ از آن بکری سال‌های قبل کمتر در آن خبری هست.

کجا اقامت کنیم؟

یک راه اقامت در آلاچیق‌های عشایر در منطقه کلیبر است. راه دیگر اقامت در هتل آپارتمان آنزاست. قیمت اتاق دو تخته این هتل شبی ۱۵۷ هزار تومان است. همچنین بیشتری‌ها در کمپ بابک چادر می‌زنند.

قلعه برسید و باید از پله‌هایی هم بالا بروید. در مسیری که به طرف قلعه بابک می‌روید، در تابستان، به عشایر شاهسون برمی‌خورید که به ییلاق آمده‌اند. دیدن زندگی آنها، نان پختن، شیر دوشیدن از دام‌ها، پختن آش دوغ، خوردن شیر و ماست و سرشیر محلی و از بهترین چیزهاست.

منطقه آینالو

در ۴۵ کیلومتری کلیبر و در بخش خداآفرین، منطقه حفاظت‌شده آینالو قرار گرفته. دورتادور این منطقه که هنوز دست‌نخورده مانده است را برای حفاظت از مارال‌ها و آهوها سیم کشیده‌اند. این منطقه پرست از مراتع و





ایران ارزان‌ترین مقصد گردشگری جهان

بر اساس گزارش جدید رقابت‌پذیری سفر و گردشگری مجمع جهانی اقتصاد، ایران ارزان‌ترین مقصد گردشگری در بین ۱۴۰ کشور جهان است. تغییرات نرخ ارز در کشورمان موجب شده ایران در شاخص رقابت‌پذیری قیمت‌ها رتبه اول جهان را داشته باشد.

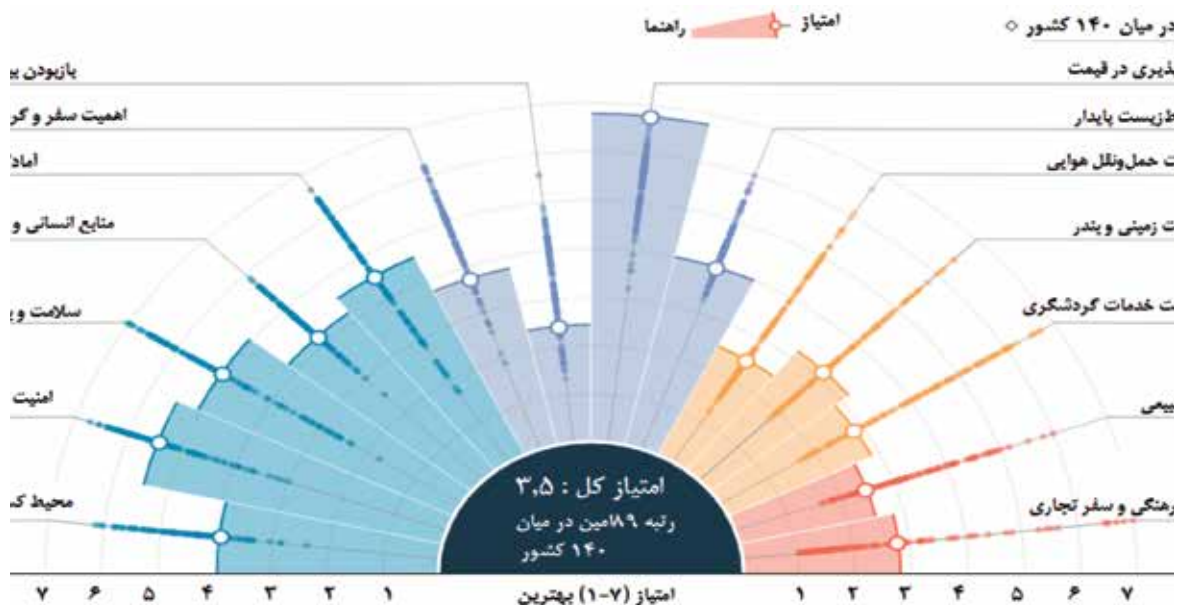
عوارض پایین فرودگاهی، سوخت ارزان و قدرت خرید بالای گردشگر خارجی در ایران، کشورمان را از نظر رقابت‌پذیری قیمتی در رتبه اول قرار داده است. بیشترین گردشگران خارجی ایران، از عراق هستند و در سال ۱۳۹۶ سهم ۲۷ درصدی از تعداد گردشگران

ورودی به کشور را داشته‌اند.

بیشترین گردشگرانی هم که از اروپا به ایران می‌آیند، آلمانی‌ها هستند. در سال ۱۳۹۶، تقریباً ۶۳ هزار گردشگر آلمانی به ایران سفر کردند.

منبع: اِرانیکو

شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۹



- بهبود امتیاز و رتبه ایران در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۹
- بهبود امتیاز یک دهم واحدی و رسیدن از امتیاز ۳,۴ به ۳,۵ در گزارش سال ۲۰۱۹
- ارتقاء ۴ پله‌ای رتبه در سال ۲۰۱۹ و کسب رتبه ۸۹ در میان ۱۴۰ کشور جهان
- کسب رتبه یازدهم در میان ۱۵ کشور خاورمیانه و شمال آفریقا
- بهترین امتیازهای ایران متعلق به زیرشاخص قیمت رقابتی (امتیاز ۶,۷ بالاترین و رتبه اول در جهان) ایمنی و امنیت (امتیاز ۵,۴) و سلامت و بهداشت (امتیاز ۵,۰)
- بالاترین رشد امتیاز متعلق به زیرشاخص آمادگی فناوری ارتباطات و اطلاعات (ict) با ۰,۷ واحد



صنعت توریسم درمانه ایران، چوب مشکلات بخش گردشگری را مے خورد

توسعه متناسب صنعت گردشگری و نظام سلامت از جمله ضرورت‌های رشد صنعت گردشگری سلامت است. بسیاری از کارشناسان اعتقاد دارند که اگر صنعت گردشگری ایران نیز مثل نظام سلامت از رشد قابل قبولی برخوردار بود، در آن صورت کشور ما به یکی از کشورهای مدعی جهان در عرصه توریسم درمانی تبدیل می‌شد. دکتر علیرضا اسپید، نایب رئیس شورای عالی نظام پزشکی کشور از جمله همین افراد است که در گفت‌وگو با مدتورپرس تاکید می‌کند که تا وقتی توسعه متناسب صنعت گردشگری و نظام سلامت در دستور کار جدی قرار نگیرد، نمی‌توان به توسعه توریسم درمانی در ایران امیدوار بود. مشروح این گفت‌وگو را از نظر می‌گذرانید.

واقعیت این است که کشور ما از زیرساخت‌های مناسبی در صنعت گردشگری برخوردار نیست. بنابراین برای توسعه گردشگری سلامت، نیاز داریم که در وهله اول، مشکلات صنعت گردشگری را حل کنیم و در وهله دوم، ارتباط عمیق و منطقی بین صنعت گردشگری و نظام سلامت برقرار کنیم. در شرایطی که زیرساخت‌های مناسبی در حوزه درمان داریم، اما صنعت گردشگری سلامت ایران از زیرساخت‌های استاندارد برخوردار نیست، زیرا زیرساخت‌های صنعت گردشگری در کشور نتوانسته است همگام با بخش درمان، توسعه پیدا کند. در واقع، صنعت توریسم درمانی ایران، چوب مشکلات بخش گردشگری را می‌خورد. حتی برخی مسئولان نیز توسعه صنعت گردشگری را چندان جدی نگرفته‌اند و نیاز به این توسعه را چندان حس نکرده‌اند که همین مساله نیز روی توسعه صنعت گردشگری سلامت، تاثیر مستقیم گذاشته است.

در شرایطی که به گفته شما صنعت گردشگری سلامت ایران از زیرساخت‌های

وقتی اوضاع نظام سلامت در کشورهای همسایه را رصد می‌کنیم، با استناد به آمارهای مستند به روشنی می‌بینیم که نظام سلامت ایران در اغلب حوزه‌های درمانی، یک سر و گردن از کشورهای همجوارش بالاتر است و وضعیت بسیار مطلوبی نیز در سطح جهانی دارد. حال سوال اینجاست که چرا با وجود دستاوردهای درخشان ایران در عرصه‌های مختلف نظام سلامت، نتوانسته‌ایم متناسب با این دستاوردها در حوزه توریسم درمانی نیز موفق باشیم؟

بینید صنعت توریسم درمانی، حاصل ادغام هوشمندانه دو صنعت بسیار پیشرفته است. یکی صنعت گردشگری است که باید بسیار پیشرفته باشد تا بتواند رضایت گردشگران را جذب کند که در این حوزه، اوضاع مطلوبی نداریم و اصول استاندارد صنعت گردشگری در کشورمان تعریف نشده است.

بخش دوم صنعت گردشگری سلامت به وضعیت نظام سلامت برمی‌گردد که در این حوزه مشکلی نداریم و استانداردهای خوبی در این حوزه داریم. در واقع، عمده مشکل توریسم درمانی ایران در همان بخش اول یعنی صنعت گردشگری است.





پزشکی و امکانات درمانی هم از موقعیت خوبی برخوردار هستیم که همین عوامل از جمله نقاط مثبت گردشگری سلامت ایران است. با این وجود چون زیربنای مناسبی در صنعت گردشگری شکل نگرفته است، عمده گردشگران سلامت از جمله افرادی هستند که دنبال درمان ارزان قیمت می‌گردند و یا اینکه آشنایانی در ایران دارند. درحقیقت می‌توان گفت از آنجا که در کشور ما در طی دهه‌های مختلف، کار خاصی برای جذب سیستماتیک گردشگران سلامت انجام نشده است، در نتیجه صنعت توریسم درمانی ایران نمی‌تواند توریست‌های سلامت را به شکل هدفمند و برنامه‌ریزی شده جذب کند.

تاکنون چه اقدامات موثری برای جذب توریست سلامت در ایران انجام شده است و به نظرتان چه اقدامات دیگری باید انجام شود تا بتوانیم مقصد اول سفرهای درمانی در منطقه باشیم؟

هم اکنون برخی پروتکل‌ها و تفاهم نامه‌ها با کشورهای عمان، افغانستان و عراق برای اعزام بیماران منعقد شده است و برخی گردشگران سلامت هم از کشورهای ارمنستان و جمهوری آذربایجان به استان‌های همجوار ایران مراجعه می‌کنند. اینگونه اقدامات پراکنده در مقابل پتانسیل بزرگی که در بخش توریسم درمانی داریم، بسیار ناچیز است. در واقع به دلیل توسعه نیافتن بخش گردشگری، نتوانسته‌ایم که از پتانسیل‌های گسترده خود در بخش توریسم درمانی بهره ببریم. به همین منظور باید اصلاح مولفه‌های موثر بر صنعت گردشگری سلامت، سریع‌تر انجام شود تا در صنعت توریسم درمانی، سهمی متناسب با توانمندی‌هایمان در نظام سلامت داشته باشیم.

برای توسعه گردشگری سلامت، نیاز داریم که در وهله اول، مشکلات صنعت گردشگری را حل کنیم و در وهله دوم، ارتباط عمیق و منطقی بین صنعت گردشگری و نظام سلامت برقرار کنیم

در کشور ما در طی دهه‌های مختلف، کار خاصی برای جذب سیستماتیک گردشگران سلامت انجام نشده است، در نتیجه صنعت توریسم درمانی ایران نمی‌تواند توریست‌های سلامت را به شکل هدفمند و برنامه‌ریزی شده جذب کند

استانداردی برخوردار نیست، اما شاهد هستیم که در همین شرایط نیز توریست‌های سلامت زیادی از کشورهای همسایه به ایران سفر می‌کنند. فکر می‌کنید چه عاملی باعث شده است که این توریست‌ها، کشور ما را برای سفر درمانی انتخاب کنند؟

باید در نظر داشته باشید که با توجه به نرخ ارز در ایران، جذابیت زیادی برای گردشگران سلامت داریم و هزینه درمانی در ایران بسیار ارزان تمام می‌شود. مراکز درمانی ایران نیز از ظرفیت زیادی برای جذب بیمار خارجی برخوردار هستند و در حوزه دانش پزشکی نیز اختلاف فاحشی با کشورهای منطقه داریم. از نظر تخصص





در گفت‌وگوی با کارشناسان، نقش صنعت گردشگری در ارزآوری برای کشور بررسی شد؛

درآمد پایدار با اقتصاد گردشگری

نقیسه امامی

صنعت گردشگری دارای اقتصاد منحصر به خود است و فقط معنای سفر را متبادر نمی‌کند اما در ایران به آن توجه نشده است. دنیا گردشگری را به‌عنوان صنعت و مسیر نوین در اقتصاد شناخته و به همین دلیل گردشگری به همه بخش‌ها از جمله سلامت، ورزش و صنعت اضافه شده است. با وجود اینکه کارشناسان گردشگری معتقد هستند که صنعت گردشگری در کشور ما از پتانسیل و ظرفیت‌های قابل توجهی برای جذب گردشگر برخوردار است اما پیشرفت‌های قابل توجهی در این صنعت اتفاق نیفتاده است. این در حالی است که بسیاری از کشورهای جهان صنعت گردشگری را برای توسعه‌شان همواره مورد توجه قرار داده‌اند.

آنچه امروزه در صنعت گردشگری به آن توجه می‌شود ابعاد اقتصادی است چراکه با ورود توریست و ارز به هر کشور، زنجیره‌ای از استفاده کالا و خدمات آن کشور نیز شکل می‌گیرد و این می‌تواند علاوه بر ارزآوری، به فعال شدن اقتصاد کشور نیز منجر شود. اما با وجود اهمیت دنیا به این صنعت، برنامه‌ریزی صحیح و مناسبی برای آن در کشور اتخاذ نشده است

که به سایر بخش‌ها دمیده می‌شود، گفت: «گردشگری دارای سه ماهیت مولد، کاتالیزور و شتاب‌دهنده است. برنامه‌ریزی از طریق متدولوژی گردشگری به همراه استفاده از جاذبه‌ها خواهد بود. برای ورود به بخش گردشگری باید اقتصاد گردشگری را بشناسیم. اقتصاد گردشگری پویاست و می‌توانیم سرعت آن را افزایش دهیم. اقتصاد گردشگری که مبتنی بر داشته‌ها و استعدادها باشد، مولد نیز می‌شود. در دنیا هر بخشی که بخواهد اقتصاد سایر بخش‌ها را تقویت کند از متدولوژی گردشگری استفاده می‌کند.»

محب خدایی با تأکید بر اینکه باید بهره‌وری از زیرساخت‌های موجود در صنعت گردشگری بالا برود، افزود: «در کشورهایی که صنعت گردشگری، صنعتی شاخص محسوب می‌شود، به دنبال بهره‌وری وضع موجود رفته‌اند. ما در ایران شناختی از محصولات گردشگری نداریم. مدیریت شهرهای ما بر اساس مدیریت شهر ایده آل است و بر اساس مدیریت شهر گردشگر نیست. تأسیسات شهری ما بر اساس جمعیت ساکن شهری ساخته شده است و نه بر اساس جامعه‌ای که حجم بیشتری در آن بتوانند ساکن شوند.»

وی تصریح کرد: «یکی از مباحث اقتصاد گردشگری صادرات کالای تولیدشده و یا خدمات مهندسی است. تولید امروز به‌صورت رورباتیک درآمده و اشتغال زیادی ایجاد نمی‌کند اما ارائه خدمات اشتغال زیادی را باعث می‌شود. اگر ما به جای فرستادن پزشک به دیگر کشورها، بیمار به کشور بیاوریم، زنجیره‌ای از خدمات در اقتصاد فعال می‌شود که منجر به ارزآوری به کشور می‌شود.»

معاون سرمایه‌گذاری و گردشگری سابق سازمان میراث فرهنگی و گردشگری معتقد

محمد محب خدایی معاون سرمایه‌گذاری و گردشگری سابق سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در این گفت‌وگو با اشاره به اهمیت اقتصاد گردشگری گفت: «اقتصاد گردشگری به دو اصل داشته‌ها و استعدادها استوار است. این نکته‌ای است که مقام معظم رهبری در اقتصاد مقاومتی بر آن تأکید داشتند. اقتصاد گردشگری معادل اقتصاد مقاومتی است. داشته‌های ما در صنعت گردشگری شامل تاریخی، فرهنگی، طبیعی و اقتصادی می‌شود و همه این موارد می‌تواند در اقتصاد گردشگری پویا و فعال باشند. استعدادها هم شامل هنر افراد می‌شود که در اقتصاد گردشگری به‌عنوان شاخص عمل می‌کنند. این نکته‌ای است که متأسفانه در ایران به آن توجه نشده است.»

وی گردشگری را مانند روحی دانست



است: «اقتصاد ما فقط با گردشگری متحول می‌شود درحالی‌که اقتصاد گردشگری عدالت محور است و درآمد آن بر اساس وزن هر بخش توزیع می‌شود ولی ما به مفاهیم عمیق گردشگری توجه نکردیم.»

وی با اشاره به شکل‌گیری مناسب بوم گردی در صنعت گردشگری، گفت: «خانه‌هایی به دلیل وجود اقتصاد کشاورزی در کشور ایجاد شد و کشاورزان در آن‌ها استقرار پیدا کردند .

اکنون کشاورزی بعضی از مناطق به دلیل کمبود آب از بین رفته ولی خانه‌ها و روستاها باقی مانده‌اند. با سناریوی بوم گردی به جای آنکه خانواده از راه کشاورزی درآمدزایی کنند، از طریق سفر مردم درآمدزایی می‌کند. اگر در بخش بوم گردی هنرمندان نیز وارد شوند به بالا رفتن ظرفیت‌ها کمک می‌کنند. این در حالی است که بسیاری از توریست‌های خارجی علاقه‌مند به دیدن فضای بوم گردی ما هستند. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری نیز به آن‌ها مجوز داده و در منطقه شناخته شده هستند.»

محب خدایی با تأکید بر اینکه صنعت گردشگری توسط بخش خصوصی می‌تواند احیا شود، گفت: «ماقبل از احیای زیرساخت‌های گردشگری نیاز به تفکر داریم زیرا تفکر به ما روش‌ها را ارائه می‌دهد. در گردشگری نقطه‌ای به نام نقطه «سربه‌سر» وجود دارد که درآمد منهای هزینه، صفر می‌شود و خیلی از کشورها این نقطه را با درآمد گردشگری داخلی پر می‌کنند و هر میزان درآمدی که باقی بماند، سود محسوب می‌شود و به همین دلیل می‌توانند امتیازهایی به گردشگران خارجی بدهند زیرا این امتیازها از محل سود خواهد بود و نه هزینه.»

وی تصریح کرد: «تأکید نظام به اقتصاد مقاومتی، ضرورت آن را می‌رساند. اگر باوجود تحریم‌ها حجم بالایی از گردشگر به کشور وارد شود، ارزآوری خواهیم داشت. گردشگر فقط در زمان وقوع جنگ به کشوری سفر نمی‌کند. صادرات چمدانی نیز از طریق گردشگری صورت می‌گیرد. وجود گمرک در کشورها همواره به معنای صادرات نیست بلکه از طریق چمدان هم صادرات انجام می‌شود.»

* درآمدهای ناچیز ایران در گردشگری

ارزآوری صنعت گردشگری در زمانی بیشتر می‌تواند اهمیت خود را نشان دهد که ما به دلیل وجود تحریم‌ها، با مشکل ورود ارز به کشور روبه‌رو شده‌ایم زیرا در صورت داشتن زیرساخت‌های قوی و برنامه‌ریزی مدون می‌توانستیم از درآمدزایی که توریسم می‌توانست نصیب کشور کند، بهره‌مند شویم.

محمدحسین ایمانی خوش‌خو کارشناس اقتصاد گردشگری نیز به اهمیت ارزآوری در صنعت گردشگری اشاره کرد و گفت: «رویکرد اقتصادی به گردشگری یکی از رویکردهایی است که کشورهای گردشگر پذیر که در این صنعت سرمایه‌گذاری

کرده‌اند، به آن توجه می‌کنند. اگرچه گفته می‌شود این رویکرد نمی‌تواند رویکردی جامع در توسعه صنعت گردشگری باشد اما آن‌قدر آمار و ارقام درآمدهای گردشگری زیاد است که نمی‌توان آن را نادیده گرفت. اما باید توجه کرد هر بخش درآمدزایی برای پایداری باید به نکاتی توجه کند تا پیامدهای منفی آن را به حداقل برساند. گردشگر در ورود به کشورهای مهمان با خود ارز به همراه می‌آورد ولی پیامدهای اقتصادی، سیاسی و فرهنگی منفی آن را نیز باید مدنظر داشته باشیم و برای آن برنامه‌ریزی کنیم.»

ایمانی خوش‌خو با تأکید بر اینکه ایران ظرفیت ارزآوری به کشور را از راه گردشگری داراست، گفت: «ما وقتی منابع گردشگری را در کشور داریم و تقاضا برای ورود به کشور هم وجود دارد، پتانسیل ما در درآمدزایی ارزی را بیان می‌کند. اما نکته‌ای که ما در کشور به آن توجه نکرده‌ایم، نداشتن عزم ملی برای اینکه بپذیریم گردشگری می‌تواند منبع خوبی برای درآمدزایی برای کشور باشد.»

این استاد دانشگاه اضافه کرد: «درآمدهای گردشگری ایران بسیار مبلغ ناچیزی است در برابر درآمدهای هنگفتی که این صنعت در دنیا دارد. درحالی‌که ما در زمان تحریم و نوسانات ارزی می‌توانستیم از صنعت گردشگری استفاده کنیم. در دوران

مواردی در ایران که برای گردشگران خارجی عجیب است

بسیار بالایی دارد. در عین حال رفع موانع حضور گردشگران خارجی در کشور هم می تواند جزو اولویت های کشور به حساب بیاید. از همین رو نگاه خارجی هایی که به کشورمان سفر می کنند، موضوعی شایسته توجه و تدقیق است. چه مواردی که به چشم آنها ایراد محسوب شده و چه مواردی که از آن تعریف تمجید کرده اند.

متن پیش رو تجربه یک گردشگر کانادایی در سفر به ایران است. این متن در یکی از سایت های معروف گردشگری دنیا منتشر شده است.

فهرست غذا

فکر می کنم جهانگردان همه با من هم نظر باشند که غذای ایرانی مشتاقان بسیاری دارد. در واقع همه جهانگردان متعجب هستند که چرا غذاهای ایرانی درست و حسابی در جهان معرفی نشده است. با وجود این شاید خیلی ها از فهرست غذایی که بیشتر شامل گوشت و برنج است هم شکایت داشته باشند. شاید خود ایرانیان غذاهایی مثل جوجه کباب را کمتر در خانه درست کنند و طبعاً به همین دلیل در رستوران ها بیشتر آن ها را سفارش بدهند، اما برای توریستی که راهی به خانه ایرانیان ندارد و روزی دو بار باید بیرون غذا بخورد این غذاها بسیار آزاردهنده است.

یادی از غذاهای گیاهی نمی کنم که زیاد در ایران متداول نیست و به ندرت در فهرست غذاها دیده می شود. البته اگر با جیب پر از پول سفر می کنید کمتر به این مشکل برخورد می کنید. رستوران های گران قیمت تنوع غذایی مناسبی در فهرست غذایشان دارند که مشتری هایشان را راضی نگه دارند، اما امثال من و شما که شاید پول کافی نداشته باشیم پس باید چه کار بکنیم؟

یک گردشگر کانادایی از جذابیت ها و مشکلات گردشگری ایران نوشته و تجربه های جالب خود در سفر به ایران را به اشتراک گذاشته است.

تجربه بسیاری از کشورها ثابت کرده که جذب گردشگر خارجی، از مهم ترین الزامات توسعه پایدار و متوازن است. گردشگری، صنعتی پنهان است که قابلیت ارزآوری بالایی برای کشور دارد. رونق این صنعت حتماً یکی از راه های کاهش وابستگی اقتصاد کشور به نفت هم است.

چیزی که از سال ها پیش همیشه در اسناد بالادستی اقتصادی کشور وجود دارد و به نوعی یک هدف استراتژیک اقتصادی محسوب می شود. با این توضیح، رونق گردشگری می تواند در ردیف اول راهکارهای دستیابی به اقتصاد مقاومتی هم جا خوش کند. با این اوصاف ارائه درست جذابیت های گردشگری کشور برای جذب گردشگران خارجی، اهمیت





خوب در ایران غیرممکن است. مکان هایی نیز هست که شیرقهوه درست می کنند، منتهی فکر نکنید هر کجا رفتید می توانید آن را پیدا کنید.

ماجرای چاقو

مردم ایران اغلب غذاهایشان را با قاشق و چنگال می خورند. همان طور که شاید دیدن تکه گوشت با قاشق برای شما تعجب آور است، برنج خوردن ما با چنگال هم ممکن است برای آن ها عجیب باشد. پس مشکل کجاست؟ هیچ جا! کار خودتان را انجام دهید.

در بیشتر موارد کمتر پیش می آید که ایرانی ها در کنار بشقاب غذا روی میز چاقو نیز قرار دهند. اگر در این موقعیت قرار گرفتید خجالت را کنار بگذارید و از خدمتکار رستوران بخواهید برای شما یک چاقو بیاورد. این راه، همیشه مشکل را حل می کند.

مصائب قهوه خورها

اگر قهوه خور باشید، از بخت بدتان، نوشیدن قهوه در ایران چندان متداول نیست. برخی نیز از جایگزینی چای خوش طعم دم کرده ایرانی به جای این نوشیدنی ها مسرور می شوند، اما تجربه نشان داده که اعتیاد به قهوه هرگز از بین نمی رود. نسکافه را در بعضی مکان ها می توانید پیدا کنید، اما مطمئن آن چیزی که شما دنبالش هستید، نیست. شما قهوه می خواهید، قهوه خوش طعم و اصیل. اگر در اصفهان باشید بخت با شما یار است. آنجا قهوه های حرفه ای پیدا می شود، خصوصا در کافی شاپ های مناطق ارمنی نشین. گاهی اوقات کافه تریا هتل شما هم اسپرسو درست می کند. حداقل یک بار می توانید آن را هم امتحان کنید. شاید به امتحانش بیارزد. البته این حرف ها به این معنا نیست که پیدا کردن قهوه

ماجرای پول

اولش که وارد ایران می شوید، وقتی دلار یا یورو خود را به ریال تبدیل می کنید، حس می کنید یک میلیونر واقعی هستید، اما بعدا می فهمید که این طوری ها هم نیست. طبیعی است که الفبای زبان فارسی فرق دارد و احتمالا شما قادر به خواندن آن نیستید. حدس زدنش آسان است که شما اعداد را هم نمی توانید بخوانید، زیرا آن ها هم متفاوت نوشته می شود. از قضا تقریبا همه مغازه ها در برچسب قیمت از اعداد فارسی استفاده می کنند. تنها یک راه می ماند آن هم این که قیمت ها را از آن ها بپرسید، اما وقتی این کار را کردید معمولا قیمت ها شما را گیج می کند، چرا؟

پول اصلی ایران ریال است، اما در زندگی روزانه همه تومان را به کار می برند. هر ده ریال معادل یک تومان است. شما در رستوران های ایران، حداقل ۳۰۰ هزار ریال یعنی ۳۰۰۰۰ تومان برای یک وعده غذایی باید بپردازید. آنچه باعث پیچیده تر شدن مساله می شود این است که مردم ایران قیمت ها را به تومان بیان می کنند. از آن بدتر این که گاهی به هر هزار تومان می گویند یک تومان. مثلا اگر جایی غذایی خریدید و طرف گفت ۳۰ تومان باید بدهید، منظورش ۳۰ هزار تومان یا همان ۳۰۰ هزار ریال است.

تلاش کردم این مساله را به برخی از جهانگردان یاد بدهم، اما نتوانستم. شما هم اگر به چنین مشکلی خوردید، از صاحب مغازه بخواهید قیمت را روی کاغذ یا ماشین حساب شان به ریال بنویسند. تنها راهی که می توانید کارتان را راه بیندازید همین است. یادتان باشد که کارت های اعتباری بین المللی در ایران کار نمی کنند و مغازه های نادری نیز دلار یا یورو قبول می کنند. پس خودتان را برای سر و کله زدن با ریال و تومان آماده کنید.

معضلی به نام سرویس بهداشتی

اغلب سرویس های بهداشتی در ایران به سبک ایرانی است. توالت فرنگی در این کشور کمتر متداول است. دستمال توالت هم به ندرت در دستشویی های عمومی ایران پیدا می شود. بنابراین خودتان را آماده هر دوی این وضعیت کنید. مشکل دستمال البته راحت حل می شود، کافی است همیشه خودتان دستمال همراه داشته باشید. البته این را هم بگویم که شما در خانه ها و هتل ها به ندرت با این مشکل مواجه می شوید. بیشتر خانه های ایرانی و همه هتل ها دارای توالت فرنگی و دستمال توالت هستند.

خدمات مشتری

خدمات مشتری در ایران پدیده جدیدی است و در بیشتر مکان ها وجود ندارد. باید پافشاری کنید. اگر در هتل اقامت دارید و چیزی باب میل تان نیست، بروید و اعتراض

ادامه در صفحه ۲۶

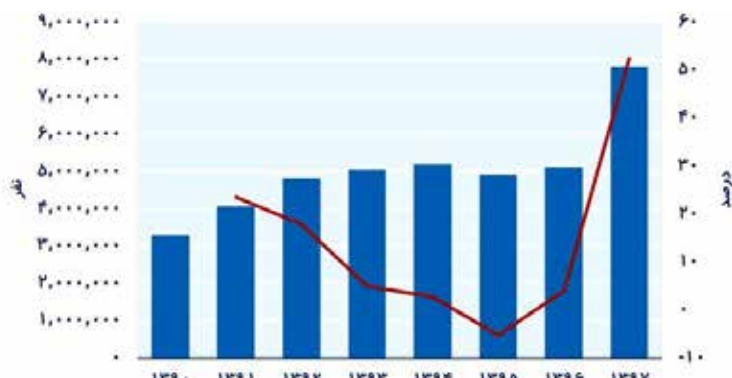


چند نفر به ارزان ترین مقصد گردشگری جهان سفر می کنند؟

جذب کنند. کشورهای منطقه آسیا پاسیفیک با ۲۹ درصد و آمریکا با ۲۴ درصد در رده بعدی قرار دارند. کمترین سهم نیز مربوط به خاورمیانه با پنج درصد و آفریقا با سه درصد است.

رقابت در جذب گردشگر خارجی

مجمع جهانی اقتصاد، هر دو سال یک بار، رقابت پذیری کشورهای در سفر و گردشگری را بررسی و در گزارشی با عنوان «رقابت پذیری گردشگری و سفر» منتشر می کند که در آن چهار زمینه اصلی «توانمندسازی محیط»، «سیاست ها و شرایط سفر و گردشگری»، «زیرساخت» و «منابع طبیعی و فرهنگی» با استفاده از ۱۴ بخش، در ۱۴۰ کشور، بررسی می شوند. یافته های گزارش جدید مجمع جهانی اقتصاد نشان می دهد حمل و نقل هوایی، دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات و باز بودن روابط بین المللی پیش برنده های رشد صنعت گردشگری در جهان هستند. پیشرفت های صورت گرفته در زیرساخت های حمل و نقل هوایی، افزایش ظرفیت مسیرها و خطوط هوایی را به دنبال داشته است. باز بودن روابط بین المللی به کشورهای کم درآمد کمک کرده تا از منافع گردشگری بهره مند شوند. رشد فزاینده کاربران اینترنت و موبایل هم کمک می کند تا اقتصادهای بیشتری بتوانند از خدمات دیجیتال در صنعت گردشگری استفاده کنند.



بر اساس گزارش جدید رقابت پذیری سفر و گردشگری که توسط مجمع جهانی اقتصاد منتشر می شود، ایران ارزان ترین مقصد گردشگری در بین ۱۴۰ کشور جهان است. سهم ایران از گردشگری خارجی، در حدود هفت میلیون و ۸۰۰ هزار نفر در سال ۱۳۹۷ بوده است.

سازمان جهانی گردشگری می گوید تعداد گردشگر ورودی در سطح جهان در سال ۲۰۱۸ به یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون نفر رسیده است. همچنین این هفتمین سالی است که در آن، رشد صادرات گردشگری بیشتر از رشد صادرات کالاهای تجاری بوده است. گردشگری خارجی از آنجایی اهمیت اقتصادی پیدا می کند که ارزش پرداخت های این گردشگران در کشورهای مقصد را بررسی کنیم. در سال ۲۰۱۷ این رقم به ۱۳۳۲ میلیارد دلار رسیده است.

ارزش اقتصادی گردشگری، کشورها را در رقابتی برای جذب گردشگر قرار داده است. آمارهای سازمان جهانی گردشگری نشان می دهد تا به اینجا، اروپا برنده این رقابت بوده، به طوری که کشورهای اروپایی توانسته اند در سال ۲۰۱۷، ۳۸ درصد این مخارج را



دارد، اما توانسته با عملکرد قابل قبول در سایر ابعاد، این ضعف را پوشش دهد. به عنوان مثال، تسهیل دسترسی به **ICT** گردشگری این کشور را یاری کرده است. همچنین محیط کسب و کار، نیروی انسانی و بازار کار در امارات به گونه ای است که شرایط برای رشد سرمایه گذاری در بخش سفر و گردشگری این کشور را فراهم کرده است.

برگ برنده ایران در گردشگری چیست؟

ایران هشتاد و نهمین کشور رقابت پذیر در زمینه گردشگری و سفر در جهان است و رتبه یازدهم کشورهای منطقه منا در بین ۱۵ کشور را به خود اختصاص داده است. یکی از شاخص هایی که در سیاست های سفر و گردشگری، بررسی می شود، شاخص رقابت پذیری قیمت هاست. تغییرات نرخ ارز در کشورمان موجب شده ایران در این شاخص، رتبه اول جهان را داشته باشد. عوارض پایین فرودگاهی، سوخت ارزان و قدرت خرید بالای گردشگر خارجی در ایران، کشورمان را از نظر رقابت پذیری قیمتی در رتبه اول قرار داده است. علاوه بر این، منابع طبیعی و فرهنگی، دیگر نقطه قوت ایران در جذب گردشگر خارجی هستند.

و شمال آفریقا، بیش از ۸۴ میلیون و ۶۰۰ هزار نفر بوده که هر کدام به طور متوسط ۹۹۶ دلار در کشور مقصد، هزینه کرده اند. سهم صنعت گردشگری و سفر در تولید ناخالص داخلی این منطقه، ۳.۹ درصد یا حدود ۱۱۹ میلیارد دلار است.

امارات متحده عربی، رقابت پذیرین کشور منطقه در زمینه گردشگری و سفر است و رتبه ۳۳ جهان را هم به خود اختصاص داده است. امارات بهترین عملکرد در زمینه توانمندسازی محیط را در منطقه دارد و همین موضوع رقابت پذیری سفر و گردشگری در این کشور را بهبود داده است. امارات از نظر منابع فرهنگی و طبیعی، رتبه ۱۰۳ دنیا را

کدام کشورها در جذب گردشگر، برنده هستند؟

در گزارش جدید مجمع جهانی اقتصاد هم مانند سه گزارش قبلی، اسپانیا، رتبه اول رقابت پذیری سفر و گردشگری را به خود اختصاص داده است. در ۱۰ کشور اول این فهرست، کشورهای اروپایی سهم بیشتری دارند. بعد از اسپانیا، کشورهای فرانسه، آلمان، ژاپن، آمریکا، انگلیس، استرالیا، ایتالیا، کانادا و سوئیس، در رتبه های بعدی قرار دارند.

اقتصاد گردشگری منطقه منا

مجموع گردشگران خارجی وارد شده به کشورهای منطقه منا یعنی خاورمیانه

رتبه ایران در جهان	رتبه ایران در منا	شاخص	رتبه
۱۳	۱۲۱	محیط کسب و کار	۱۳
۱۱	۷۴	ایمنی و امنیت	۱۱
۱۲	۸۹	یهداشت و سلامت	۱۲
۱۰	۱۰۰	سرمایه انسانی و بازار کار	۱۰
۱۰	۷۹	فناوری اطلاعات و ارتباطات	۱۰
۱۲	۱۱۵	اولویت دهی به سفر و گردشگری	۱۲
۱۰	۱۱۸	باز بودن روابط بین المللی	۱۰
۱	۱	رقابت پذیری قیمت	۱
۱۳	۱۰۷	پایداری محیط	۱۳
۱۳	۸۶	زیرساخت حمل و نقل هوایی	۱۳
۱۰	۷۹	زیرساخت زمینی و پایانه ها	۱۰
۱۳	۱۰۸	زیرساخت خدمات گردشگری	۱۳
۴	۹۹	منابع طبیعی	۴
۲	۳۳	منابع فرهنگی و سفرهای تجاری	۲

رتبه ایران در گزارش رقابت پذیری سفر و گردشگری ۲۰۱۹، مجمع جهانی اقتصاد منطقه منا، شامل کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا است.

درآمد ۲۰۰ میلیارد دلاری جهان از گردشگری غذا



و فروشنده های دوره گرد گرفته تا رستوران های لوکس و درجه یک را پوشش می دهد و هر کسی که به هر شکلی با غذا سروکار دارد، قسمتی از این صنعت محسوب می شود. علاقه گردشگران به غذا و گردشگری غذا تا جایی پیش رفته که ۸۶ درصد گردشگران، غذا را به عنوان یکی از بهترین تجربیات گردشگری خود معرفی کرده اند. توجه به این آمار نشان می دهد غذا می تواند سمبل و نماد و برندی برای معرفی مقصد گردشگری باشد.

در عین حال نباید فراموش کرد گردشگری غذا سهم چشمگیری در گردشگری دارد، چنان که حدود ۲۰۰ میلیارد دلار از اقتصاد گردشگری دنیا به گردشگری غذا باز می گردد و هر گردشگری بین ۱۵۰ تا ۲۰۰ دلار در سفرهای خود برای خوراک هزینه می کند.

اما چرا با وجود تنوع غذایی که در ایران وجود دارد، باز شاهد منوهای تکراری در رستوران ها و هتل ها و سرو انواع کباب کوبیده و پنجه و جوجه کباب هستیم؟ این در حالی است که غذاهای ایرانی یکی از سه مکتب غذایی در دنیا به حساب می آیند و در کنار غذاهای چینی و رومی قرار می گیرند اما جای خالی آنها در منوی رستوران های داخلی احساس می شود و هنوز جایی در حوزه بین المللی ندارند.

تمام این مسائل می تواند دریچه کوچکی باشد تا بتوان نگاه های کلان به گردشگری غذا و درآمدهایی داشت که می توان از این بخش از گردشگری به دست آورد. قطعاً توسعه گردشگری غذا می تواند گشایش های ویژه ای در معرفی فرهنگ، آداب و رسوم و اقوام مختلف ایران به جهانیان داشته باشد و در کنار آن



هر چه از سفر و لذت های آن بگوییم کم است. دیدن جاذبه ها و مکان های جدید، آشنا شدن با اقوام و آداب و رسوم مختلف، خرید سوغات و در رأس همه این موارد، کشف غذاهای جدید و چشیدن آنها قطعاً یکی از زیباترین تجربیات سفر است؛ مخصوصاً برای ما ایرانی ها که بیش از ۲۵۰۰ نوع غذا در فرهنگ مان جای دارد.

«غذا» به عنوان نخستین نیاز هر انسان، فقط یک ماده مصرفی نیست بلکه در خود، فرهنگ و آداب و رسوم مردم بومی یک منطقه را جای داده است. بر همین اساس یکی از معیارهای مهم سفر، غذاست و گردشگری غذا یکی از انواع گردشگری است که با توجه به افزایش زمان اوقات فراغت و نیاز انسان ها به یک محیط همنشینی، روز به روز در حال رشد است.

غذا حتی در بحث فلاسفه نیز بسیار مورد تحقیق قرار گرفته است به گونه ای که «فولر باخ» یکی از نظریه پردازان فلسفی آلمان در این ارتباط می نویسد: «به جای سخنان پرشور بر ضد گناه، به مردم غذای خوب بدهید. انسان آن چیزی است که می خورد.»

گردشگری غذا

گردشگری غذا یکی از فعالیت های عمومی و همه جانبه است و تمام جنبه های غذا از دستگاه های فروش خودکار



شاهد اشتغالزایی و درآمدزایی های بیشتری برای نقاط مختلف کشور باشیم.

تجربیات جهانیان در عرصه گردشگری غذا

بهره جستن از گردشگری غذا عنوان جدیدی در دنیای امروز به حساب نمی آید چرا که بسیاری از کشورها مانند ژاپن با بهره گیری از مراسم سنتی خود همچون مراسم چای تاکنون توانسته اند گردشگران بسیاری را به سوی خود جذب کنند و در عین حال فرهنگ و تمدن خود را به جهانیان بشناسانند.

گردشگری غذا حتی پا را فراتر گذاشته و بخشی از گردشگری ماجراجویانه را در دنیا به خود اختصاص داده است. انجمن بین المللی تجارت سفرهای ماجراجویانه اخیرا نتایج یک بررسی گسترده را بر اساس نظرسنجی از ۲۸۱ تورگردان داخلی و خارجی و آژانس مسافرتی از ۵۴ کشور که سالانه به بیش از سه هزار و سیصد مسافر خدمات سفر ماجراجویانه ارائه می کنند منتشر کرد.

طبق این بررسی ها ۵۰ درصد از مسافران اعلام کرده اند که از ترکیب تجربه غذا در خارج از برنامه های مرسوم و عادی خود با یک فعالیت بدنی جدی لذت می برند. ۵۱ درصد نیز اعلام کرده اند که اجرای یک برنامه مسافرتی را که ترکیبی از یک ماجراجویی و فعالیت جسمی و لذت چشیدن غذایی متفاوت باشد، به یک برنامه سفر ماجراجویی بدون غذا ترجیح می دهند.

ایتالیا، فرانسه، پرو، اسپانیا، تایلند و هند از این مهم بهره جسته و در این راه پیش قدم شده اند. حتی اسکاتلند سال ۲۰۱۵ را سال گردشگری غذا و نوشیدنی اعلام کرد که هدف از آن ارتقای صنعت گردشگری غذا و آشپزی با اتکا به سنت های تغذیه در این کشور است.

کشورهای دیگر نیز از «گردشگری غذا» به عنوان یک جاذبه قابل اتکا بهره برده اند. هند را به عنوان کشور ادویه های رنگارنگ می شناسیم و قطعا یکی از جاذبه های این کشور گشت زنی در بازارها و همراه شدن با بو و عطرهای مختلف از گل ها و ادویه های مختلف است. این گشت زنی خالی از لطف نیست، چنانکه در عین خرید ادویه تمایل برای چشیدن طعم آن نیز بیشتر می شود. از این رو حضور در کنار دکه یا رستورانی که غذاهایی که با این ادویه ها درست می شود، احساس می شود. بنابراین در عین خرید و سود رسانی گردشگران از طریق خرید ادویه، گردشگری غذا در بخش رستوران‌داری نیز با توسعه و رونق همراه می شود.

حتی طبق گزارش سازمان جهانی جهانگردی (UNWTO) در سال ۲۰۱۴ درآمدهای حاصله از پرداخت گردشگران بین المللی در اقامت، غذا و نوشیدنی، تفریحات، خرید و دیگر سرویس ها و کالاها، یک هزار و ۲۴۵ میلیارد دلار (بالغ بر ۹۳۷ میلیارد یورو) تخمین زده می شود که نشان از افزایش ۳,۷ درصدی در قیمت های واقعی، با توجه به نوسانات نرخ ارز و تورم دارد.

سفره افطار

البته بحث غذای حلال نیز توانسته جای خود را در گردشگری غذا باز کند چنانکه مالزی با شعار «غذای حلال» وارد صنعت گردشگری شد و از این راه توریست های بسیاری را نیز جذب کرد به طوری که دولت مالزی در نظر دارد با توسعه جایگاه گردشگری غذا امکان جذب ۳۶ میلیون گردشگر تا سال ۲۰۲۰ را فراهم کند.

آنها مالزی را یکی از معدود کشورهایی که قادر به عرضه غذاهای متنوع است معرفی کرده اند و معتقدند بهشت تنوع غذایی در جهان به واسطه ویژگی هایی است که این کشور دارد. برگزاری جشنواره میراث



دارد. با یک حساب سر انگشتی، سهم غذا برای یک گردشگر خارجی، چیزی حدود ۲۰ تا ۵۰ درصد هزینه های روزانه او را در بر می گیرد. این سهم برای گردشگری یک امتیاز است. حال آنکه برخی کشورها مانند ترکیه و مالزی از این مهم بهره های لازم را می برند چنانکه درآمد ترکیه از فروش غذا به گردشگران در سال ۲۰۱۴ حدود ۶,۵ میلیارد دلار بوده است که با درآمد ایران از ورود گردشگران خارجی در آن سال برابری می کند. در واقع می توان گفت درآمد ترکیه از فروش غذا به گردشگران معادل کل درآمد گردشگری ایران است.

راه و رسم پرویی

پرو هم از این تجربه عقب نمانده و از گردشگری غذا به عنوان ترفند جدیدی بهره می جوید که در کنار مناطق تاریخی و باستانی، گردشگران را به سمت این کشور می کشاند. کشور پرو از بیش از دو هزار نوع سوپ و ۲۵۰ پیش غذای سنتی و هزاران نوع خوراک محلی برخوردار است.

به اعتقاد متولیان گردشگری این کشور، پرو به داشتن متنوع ترین رژیم های غذایی دنیا شهرت داشته و این تنوع موجب جذب گردشگران از موزه ها به سمت رستوران های این کشور خواهد شد. تبحر و مهارت آشپزهای پرو در تهیه غذاهای متنوع در سطح آشپزهای فرانسوی، چینی و هندی است اما کمتر گردشگری برای چشیدن طعم غذاهای پرویی به این کشور مسافرت می کند.

به هر حال چه بخواهیم و چه نخواهیم در هر تور گردشگری و با هر هدفی، وعده های غذایی یکی از برنامه های اصلی سفر است، بنابراین چه بهتر است که به این بخش، بیش از گذشته و با نگاهی خاص نگریده شود.



غذای «آسه آن» نیز در این کشور یکی از راه های رسیدن به این هدف است که هر سال سه غذای بومی این کشور را به منظور توسعه گردشگری غذا به گردشگران عرضه می کند. در این جشنواره همچنین سرآشپزهایی از این کشور و دیگر کشورها به معرفی غذا و فرهنگ ۱۰ کشور جنوب شرق آسیا می پردازند.

در عین حال برگزاری سفره افطار در ماه رمضان از دیگر برنامه هایی است که کشورهای مسلمان همچون ترکیه، مالزی و لبنان از آن بهره می جویند و به واسطه برگزاری جشنواره های سفره های افطار در ماه رمضان در صد جذب گردشگران مسلمان بر آمده اند. سفره های رنگارنگ با تنوع بسیار که شامل انواع آش، حلوا، شیرینی و پیش غذاست، سبب شده تا این جشنواره ها تبدیل به یکی از جاذبه های گردشگری در کشورهای مختلف شود.

رونق سفره های افطار در ماه رمضان نه تنها می تواند برای گردشگران کشورهای اسلامی جذاب باشد بلکه برای سایر گردشگران نیز جذابیت های خاص خود را دارد. در ماه رمضان کشورهای مسلمان مانند مصر، مالزی، ترکیه و به ویژه در استانبول بر معرفی سفر در رمضان تاکید و تبلیغات بسیار می شود که منجر به موفقیت های بسیاری در این خصوص شده است. غذاهای محلی و سنتی که در کشورهای دیگر از جمله ترکیه پخت می شوند با انجام تبلیغات مناسب به گردشگران معرفی شده اند.

برگزاری بازار حراج ها و فروش با تخفیف های فوق العاده از جمله ترفندهای این کشورها برای جذب گردشگر است. می توان گفت بازارهای رمضان با ارائه خوراکی های رنگارنگ، از مرغ کبابی گرفته تا سوپ صدف و انواع پلو و نوشیدنی های رنگ به رنگ، دسرها و شیرینی های مختلف به عنوان یک جاذبه گردشگری مورد توجه صنعت گردشگری این کشورها قرار گرفته و گردشگران بسیاری را به خود جذب می کند.

تاکید جهانیان برای توسعه گردشگری غذا از آن روست که غذا سهمی انکارناپذیر در تعیین مطلوبیت هر سفر



ادامه از صفحه ۲۳

درآمد پایدار با اقتصاد...

تحریم‌ها که عمده بخش‌های صنعتی که وابسته به خارج هستند، می‌توانستند برای ورود گردشگر خارجی برنامه‌ریزی کنند که کمترین وابستگی را به منابع خارجی دارد ولی این فرصت‌ها را استفاده نکردیم.» وی با اشاره به رتبه گردشگری ایران در قیاس با کشورهای همسایه گفت: «ما در این صنعت از کشورهای جنوبی، ترکیه و بعضی از کشورهای شمالی فاصله داریم زیرا آن‌ها از ۲۰ سال قبل تصمیم گرفتند گردشگری کشورشان را توسعه دهند و برای آن برنامه‌ریزی کردند. اما چنین تصمیم‌گیری را از سوی مسئولان خود شاهد نبوده‌ایم.» ایمانی خوش‌خو در پایان بیان کرد: «ما از نظر منابع طبیعی از کشورهای اروپایی هم جلوتر هستیم به طوری که از نظر مجموعه منابع طبیعی، تاریخی و فرهنگی جزو ۱۰ کشور اول دنیا هستیم که از این ظرفیت استفاده نشده و متأسفانه در دنیا در زمینه صنعت گردشگری رتبه نزدیک به ۱۰۰ را در میان دیگر کشورها داریم.» چنانچه گردشگری به‌عنوان صنعتی تأثیرگذار در اقتصاد پذیرفته شود و جایگاه آن مانند دیگر کشورهای گردشگر پذیر شناخته شود، به‌طور قطع می‌تواند به ارزآوری کمک کند. اما جای بسی تأسف که کشوری با سابقه تاریخی و طبیعی ایران در رتبه نزدیک به ۱۰۰ در میان کشورهای دیگر از نظر گردشگری ایستاده و نتوانسته در این صنعت حرفی برای گفتن داشته باشد.

مواردی در ایران که برای...

کنید. این مسئولیت را بر دوش خدمتکاران نگذارید، سرشان شلوغ تر از این حرف هاست که این چنین مسائل یادشان بماند.

ترافیک خارج از قاعده

احتمالاً شنیدید که رانندگی در ایران چندان جالب نیست. انتظار نداشته باشید ماشین‌ها برای شما بایستند، حتی وقتی از خطوط عابر پیاده عبور می‌کنید. ماجرا این است که باید ماشین‌ها را مجبور کنید بایستند و اصلاً نگران تصادف احتمالی نباشید. رانندگان ایرانی به خوبی از پدال ترمز استفاده می‌کنند.

بیشتر ببینید تا کاری انجام دهید

اگر از شهرهایی همچون اصفهان، یزد و شیراز می‌گذرید، در نظر داشته باشید که هر کدام شان هزاران مکان برای دیدن دارند. احتمالاً بعد از دیدن این اماکن خسته می‌شوید و نیازمند استراحت هستید. متأسفانه اغلب هتل‌ها امکانات استخر شنا ندارند. اگر با آژانس مسافرتی مسافرت کنید قبل از رسیدن این موارد را باید گوشزد کنید. نهایت امر این که گردشگری در ایران نیازمند بازاریابی حرفه‌ای بیشتری است و حتماً نیازمند ساختارهای بیشتری هم است. با این همه، اما ایران فعلاً کشوری بکر و اصیل است، دقیقاً به همین خاطر باید به ایران بیایید، قبل از آن که همه به ایران بیایند.

۶ سد صنعتی نشدن صنایع دستی

پژوهش‌های مجلس در گزارشی به بررسی مسائل و مشکلات حوزه صنایع دستی پرداخته و آنها را در ۶ بخش خلاصه کرده است که شامل مشکلات مربوط به هنرمندان و صنعتگران، مشکلات اجتماعی-فرهنگی، مشکلات مربوط به طراحی و تولید، مشکلات مربوط به توزیع و فروش (بازار)، مشکلات مرتبط با بازاریابی و برندسازی و مشکلات مربوط به دولت و سازمان‌های ذی‌ربط می‌شود. در زیرمجموعه مربوط به هنرمندان و صنعتگران عدم ثبات شغلی به دلیل نوسانات بازار، عدم اشاعه خدمات تامین اجتماعی و بیمه هنرمندان و صنعتگران، کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش فعالان صنایع دستی و کمبود دانش فنی در زمینه نیازهای بازار بیان شده است.

همچنین بی‌علاقه بودن و مشارکت نداشتن نسل جوان در حوزه صنایع دستی، شناخت ناکافی جامعه از صنایع دستی و عدم فرهنگ‌سازی و آموزش جامعه در حوزه حمایت از تولیدات داخلی در بخش مشکلات اجتماعی-فرهنگی عنوان شده است. ضمن اینکه مشکلات مربوط به طراحی و تولید به دلیل کمبود خلاقیت و نوآوری در تولید محصولات، متنوع نبودن محصولات و تشابه در طرح‌ها و الگوهای تولیدی، طراحی ضعیف و ناهماهنگ با بازار روز دنیا، عدم بهره‌گیری از الگوهای جدید و قدیمی بودن طراحی محصولات تولیدی، عدم تناسب آموزش‌های صنایع دستی با نیازهای بازار، تاکید صرف بر جنبه‌های هنری و تزئینی محصولات صنایع دستی، کاربردی نبودن محصولات، تجهیزات نامناسب با سطح تکنولوژی پایین، تحمیل هزینه‌های اضافه به دلیل پراکندگی مناطق تولیدی و دوری از بازار، عدم امکان تولید انبوه در زمان کوتاه به دلیل فقدان کارگاه‌های مدرن و مجهز، نبود سیستم بسته‌بندی مناسب، نامناسب بودن وضعیت استاندارد و بی‌توجهی به سطح کیفی تولید و مواد اولیه برای محصولات، عدم نظارت بر کیفیت محصولات تولیدی، گران بودن مواد اولیه تولید و بالا رفتن قیمت تمام‌شده محصولات و گرانی ابزار تولید و کمبود این ابزار اظهار شده است.

چهارمین مشکلی که به آن پرداخته شده مشکلات مربوط به توزیع و فروش (بازار) است که شامل بالا بودن بهای تمام‌شده محصولات صنایع دستی در رقابت با تولیدات خارجی، فقدان رقابت‌پذیری تولیدات صنایع دستی در بازارهای داخلی و جهانی، حضور صنایع دستی کپی‌کاری شده (به‌خصوص

باوجود آنکه صنایع دستی از بعد اقتصادی به دلیل ایجاد درآمد و اشتغال‌زایی، مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته و بسیاری از صاحب‌نظران با توجه به سهولت آن نسبت به صنایع دیگر بر تقویت، توسعه و حمایت از آنها تاکید دارند؛ اما این اتفاق در جهان در حالی در حال رخ دادن است که اقتصاد ایران به‌عنوان یکی از اقتصادهای تک محصولی، به دلیل افت قیمت نفت در یکی دو سال اخیر از یکسو با بحران کاهش درآمدهای ارزی مواجه شده و از سوی دیگر عمده محصولات صادراتی کشور به دلیل عدم فرآوری و خام‌فروشی؛ ارزش افزوده چندانی برای اقتصاد کشور نداشته‌اند.

با این حال همچنان به اهمیت صنایع دستی به‌عنوان یک صنعت ارزآور در کشور توجه نمی‌شود، در صورتی که تجارت صنایع دستی می‌تواند سهمی عمده و چشمگیری در رشد اقتصادی و افزایش درآمدهای ارزی کشور از محل صنایع غیرنفتی داشته باشد. اما متأسفانه در عمل شاهد آن هستیم که حوزه صنایع دستی در مقام اجرا در عرصه تجاری و تعاملات با طرفین خارجی حرفی برای گفتن ندارد. بر همین اساس مرکز



توسط چینی‌ها) با قیمت ارزان، استقبال مصرف‌کنندگان از تولیدات خارجی نسبت به نمونه‌های مشابه داخلی، استقبال ضعیف گردشگران ورودی از محصولات صنایع دستی، عدم تناسب محصولات با علایق و سلیقه‌های هدف و ضعف و محدودیت کانال‌های توزیع (فقدان بازارچه‌های متمرکز و یکپارچه در سطح ملی و محلی، عدم دسترسی راحت به بازارهای عمده تقاضا) است.

مشکلات مرتبط با بازاریابی و برندسازی بخش دیگری از مشکلاتی است که به تفکیک شناخت ناکافی بازارهای داخلی و جهانی و نیازها و ترجیحات بازارهای هدف و همچنین نحوه ورود به آنها، ضعف تحقیق و پژوهش در حوزه صادرات و بازارهای صنایع دستی، عدم ارتباط با بازارهای (کشورهای) دارای قدرت خرید بالا به دلیل مشکلات سیاسی، ضعف تحقیقات بازار مصرف برای شناسایی نیازها و خواسته‌های بازار، عدم آشنایی با فنون، روش‌ها و مهارت‌های بازاریابی تولیدات صنایع دستی، ضعف و فقدان تبلیغات و بازاریابی مناسب داخلی و خارجی، ناآشنایی هنرمندان با تجارت الکترونیک و شیوه‌های نوین تبلیغ محصولات و ضعف برندسازی و فقدان برندهای معتبر و مورد اعتماد اشاره شده است. مشکلات مربوط به دولت و سازمان‌های ذی‌ربط نیز از جمله فقدان قوانین بیمه‌ای مناسب، هم‌خوان نبودن گزارش‌های گمرک از حجم و رقم کالاهای صادراتی با اظهارنامه‌های مالیاتی، تبدیل ریالی درآمدهای ارزی ناشی از صادرات صنایع دستی به نرخ ارز مرجع (بحث ارز و بازگشت ارز حاصل از صادرات)، فقدان نگرش تجاری به این بخش در سطوح کلان، حضور غیرفعال سازمان صنایع دستی، میراث‌فرهنگی و گردشگری در سیاست‌گذاری مربوط به صنایع دستی، حجم بالای واردات صنایع دستی و ورود بی‌رویه صنایع دستی خارجی، عدم ارائه تسهیلات ارزان و کم‌بهره برای حمایت از تولیدکمبود قوانین و سازوکارهای حمایتی و تسهیلگر از سوی دستگاه‌ها و نهادهای مختلف، فقدان قوانین لازم برای برخورد با تولیدات مشابه

خارجی و حمایت از تولیدات داخلی، تمرکز بر معرفی صنایع دستی به‌عنوان یک کالای لوکس، ضعف تسهیلات تشویقی و استراتژی‌های حمایتی از هنرمندان و صنعتگران، ضعف و فقدان پژوهش‌های کاربردی در این حوزه، پراکندگی متولیان صنایع دستی در کشور، کم‌بودن اختیارات معاونت صنایع دستی و ضعف اثرگذاری این معاونت، وجود دلال‌های شمار صنایع دستی، فقدان برنامه‌ریزی‌های جامع، عدم سرمایه‌گذاری کلان، فقدان بانک اطلاعاتی جامع از هنرمندان و صنعتگران، فعالیت انفرادی غالب فعالان صنایع دستی و عدم انسجام و وحدت در پیگیری مطالبات، نداشتن اتحادیه، صنف یا تشکل قوی و اثرگذار در بین تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان، عدم حضور فعال بخش غیردولتی در حوزه صنایع دستی (به‌ویژه در زمینه صادرات، فقدان نظام آماری دقیق و منسجم، فقدان استانداردهای قیمت‌گذاری و ارتباط ضعیف و کم‌رنگ بین حوزه گردشگری و صنایع دستی موجب بروز ششمین مشکل از سری مشکلاتی شده که مرکز پژوهش‌های مجلس آنها را بیان می‌کند. بسیاری از فعالان صنایع دستی معتقدند امروزه رویکرد غالب کشورهای توسعه‌یافته بر رشد و فراگیری صنایع خلاق مانند صنایع دستی و هنرهای سنتی است. در حالی که بسیاری از آنها برخلاف ایران ظرفیت‌های بومی در این حوزه را ندارند اما ایران با وجود داشتن پتانسیل‌های لازم همچنان در خانه اول نگاه سنتی به این صنعت دست و پا می‌زند

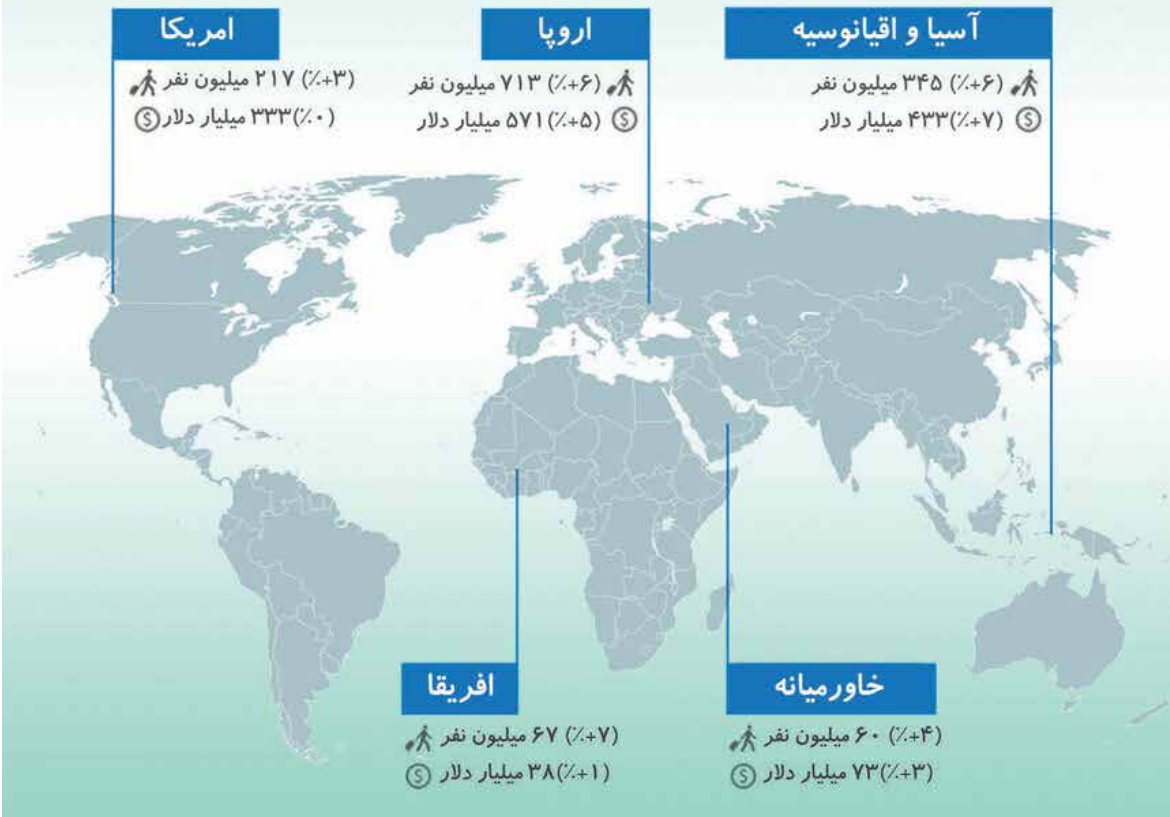
منبع: دنیای اقتصاد





آمار سفر گردشگران دنیا از نگاه سازمان جهانی گردشگری

آمار گردشگران ورودی دنیا و درآمد حاصل از آن در سال ۲۰۱۸



مقاصد گردشگری با بیشترین جستجو در گوگل در سال ۲۰۱۸

ایتالیا
در صدر لیست مقاصد گردشگری در سال ۲۰۱۸ ایتالیا قرار دارد. یکی از دلایل این امر بیشترین تعداد جستجو برای ایتالیا در گوگل است. هر چه سفر به ایتالیا است.

پاریس در فرانسه
فرماندهای جهان در مورد سفر به پاریس از تمام مقاصد جستجوئی بسیار زیادی در گوگل انجام داده اند. سفر کردن به پاریس از تمام مقاصد بسیار محبوبست. ۵۰٪ از نتیجه جستجو شوق و وسعت است. اما برخی نیز هست.

ایسلند
سویس مانند در لیست محبوبترین مقاصد گردشگری ۲۰۱۸ ایستاد. ایسلند مقاصد سفر به ایسلند و تصور همان شمالی شگفتی آفتابی ایسلند، یکی از عجایبها با بیشترین جستجو در وسایط گوگل بوده است.

بهاما
یکی از توریست‌ها که سفرهایش به این کشور را ادامه می‌دهد، می‌گوید: این است. سفر به آنتاگونیس دو ماهه‌ای برای یکی دیگر از توریست‌ها است که بیشترین جستجو را در گوگل به خود اختصاص داده است.

ایرلند
شهرهای حایل بسیار دیدنی، خانه‌های سفید ان و پروازهای آزاد، ایرلند را به مقاصد گردشگری تبدیل کرده است.

Google


محبوبترین مقاصد گردشگری ۲۰۱۸ که بیشترین جستجو را در وسایط گوگل داشته‌اند، شامل عالی ترین نقاط اروپا، کره‌های ایسلندی و بزرگ ترین شهرهای ایالات متحده آمریکا هستند و باید حتماً به این نکته اشاره کنیم که با وجود هشدارهای بسیار زیاد در مورد تعداد بسیار زیاد گردشگران در ایسلند، مردم همچنان هنوز هم به طرز فوق‌العاده‌ای در مورد این کشور کنجکاوند.

طلای عظیم‌زاده

برندی عظیم و باشکوه



نشانی دائمی: مشهد مقدس، بازار رضا، بازار دوم (از سمت میدان مقدس)، طبقه دوم، شماره ۲/۶۸۳

  @talaye_azimzadeh – www.talaye-azimzadeh.com

موبایل: ۰۹۱۵۲۰۲۰۷۳۰

تلفن دفتر فروش: ۰۵۱-۳۳۶۸۷۱۰۰

تراشگاه و فروشگاه فیروزه نیشابور

فیروزه نیشابور، عقیق یمن، سنگهای زینتی معدنی



عبدالصمد رحیمی مقدم و پسران

مشهد: میدان بیت المقدس - بازار رضا - بازار اول - طبقه دوم - پلاک ۲/۶۹۴ و ۲/۷۹۲
تلفن: ۰۵۱-۳۳۶۴۸۹۱۵ موبایل: ۰۳۲ ۳۱۴ ۰۹۱۵ عبدالصمد رحیمی: ۲۸۱۹ ۵۱۲ ۰۹۱۵
نمابر: ۰۵۱-۳۳۶۶۳۲۴۶

مشهد: ساحه الیبت المقدس - سوق الرضا، سوق الاول، طابق الثانی، الرق ۲/۶۹۴ و ۲/۷۹۲
الهاتف: ۰۵۱-۳۳۶۴۸۹۱۵ موبایل: ۰۳۲ ۳۱۴ ۰۹۱۵ +۹۸۹۱۵۵۱۲۲۸۱۹
الفاکس: ۰۵۱-۳۳۶۶۳۲۴۶ +۹۸۲۳۶۶۳۲۴۶

No.2/694&2/792,2 nd flour 1,1 st Market,Bazar Reza,
Beyt - AL - Moghaddas Round, Mashhad,iran
Tel: +9851-33648951 Fax:+ 9851-33663246
Mobail: +989153140532 +989155122819