

گردشگری صنعتی خواب آلود که بیدارش باید کرد...

ایران کشوری با بیش از ۱/۱ میلیون متر مربع مساحت دارای میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری منحصر به فرد و غیر قابل جایگزینی است که از گذشته دور تاکنون از ارزش و احترام خاصی برخوردار است اما جای تامل دارد صنعتی که می تواند سبب شکوفایی اقتصاد و توسعه همه جانبه شود چر امروزی مهتری است.



راهبرد گردشگری پایدار در دنیای امروز، رهیافت جامعه‌های است که خواهان رشد بلندمدت صنعت گردشگری بدون اثرات مخرب بر زیست‌بوم‌های طبیعی است و بر این نکته تأکید دارد که در قالب توسعه گردشگری، انسان قادر خواهد بود که جوانب خاصی از محیط را در جهت مثبت یا منفی دستکاری کند.

سلامت، به‌بینیم که این صنعت در گذشته به سفر بیماران از کشورهای کمتر توسعه یافته به کشورهای پیشرفته برای دریافت درمان‌هایی که در سرزمین مبدأ وجود نداشت، اطلاق می‌شد.

اما امروزه شاهد تغییرات کمی و کیفی چشمگیری در این نوع سفر هستیم. حالا مردم برای دسترسی به خدمات پزشکی و درمانی، از کشورهای غربی تر و ثروتمندتر به کشورهای کمتر توسعه یافته سفر می‌کنند.

مدرس دانشگاه گردشگری تصریح کرد: این تغییر الگو بیشتر به دلیل هزینه‌های پایین درمان، دسترسی بودن پروازهای کم‌هزینه، دوره کوتاه انتظار برای دریافت خدمات پزشکی، افزایش بازارپای خدمات پزشکی، دسترسی به اطلاعات آنلاین روی داده است. از این رو روی هم اکنون شاهد این هستیم

غیره شرایط بسیار خوبی برای انواع زیر مجموعه‌های گردشگری به خصوص اکوتوریسم و گردشگری ماجراجویانه دارد.

وی با بیان اینکه گردشگری در ایران، یکی از زیباترین و در عین حال در دسترس‌ترین رویدادی است که می‌توان آن را با کم‌ترین هزینه برپا کرد و بیشترین درآمد را از طریق آن کسب کرد، افزود: اگر این پتانسیل

جایگاه اصلی و واقعی خود را در تمامی شهرها و روستاهای ایران پیدا کند، و به صورت ملموس در جامعه دنبال داشته باشد چارطی سال‌های گذشته تاکنون مورد بی‌مهری قرار گرفته و به آن توجه خاصی نشده است که امید دارد در دولت مردمی سیزدهم با ارائه راهکارهای مناسب توسط مسئولان امر شاهد شکوفایی این صنعت ارزشمند باشیم.

بر همین اساس ارتقاء جایگاه صنعت گردشگری در برنامه‌های کلان توسعه کشور و مشخص کردن سهم آن در رشد اقتصاد ملی از یک سو، و افزایش زمینه مشارکت و سرمایه‌گذاری مردم و همراهی بخش خصوصی در طرح‌های حوزه گردشگری از سوی دیگر می‌تواند به رونق و توسعه این صنعت در دوران پساکرونا کمک کرده و نقش بسزایی ایفا کند.

همچنین سند تحول دولت که به توجه همزمان به گردشگری داخلی در کنار جذب گردشگر خارجی تأکید دارد و توسعه گردشگری خانوادگی را هدف قرار داده در این چارچوب می‌تواند راه گشای بوده و محرک موتور گردشگری به عنوان صنعت پیشران اقتصادی باشد.

ایران و توسعه گردشگری
در این ارتباط فریا ملکی یکی از مدرسان دانشگاه گردشگری در گفت‌وگو با خبرنگار ایرنا اظهار داشت: ایران با داشتن آثار تاریخی، هنری، مذهبی و معماری فراوان و همچنین جاذبه‌های متعدد طبیعی و فرهنگی و اقلیم چهار فصل جایگاه بسیار بالایی در جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد.

گردشگری صنعتی خواب آلود که بیدارش باید کرد
ملکی با تأکید بر اینکه کشور ما به دلیل موقعیت مناسب و دسترسی از دو سمت به دریا و طبیعت متنوع شامل جنگل، دره، غار، رودخانه، دریاچه، کوهستان و

گذر زمان و پیشرفت این صنعت، شاخه‌های مختلفی از گردشگری هم‌چون گردشگری ورزشی، مذهبی و سلامت پدید آمده‌اند. آن چه میان این شاخه‌ها تفاوت ایجاد کرده انگیزه افراد از گردشگری و جلودگیری از سیل مهاجرت روستاییان به سمت شهرها و مراکز است. بنابراین خواهد شد، افزود: نحوه برخورد ما با توریست درمانی چه در کسوت شرکت تسهیل گردشگری سلامت چه در کسوت پزشکی، پرستار، مترجم یا حتی واسطه و هم‌چنین نحوه سیاست‌گذاری مقامات دولتی تعیین‌کننده مسیر رشد و دست‌یابی به نفع جمعی ما از طریق این صنعت است.

ملکی ادامه داد: در این میان ایجاد زیرساخت‌های مناسب و تمرکز بر ارائه خدمات درمانی با کیفیت از یک سو و مسئولیت‌پذیری تک‌تک افراد حاضر در فرایند مدیکال توریسم از سویی دیگر سبب ترقی و پیشرفت درخشان این مرز و بوم و توریسم درمانی در ایران می‌شوند.

ایران و توسعه گردشگری
وی با تأکید بر اینکه کشور ما ایران با داشتن آثار تاریخی، هنری، مذهبی و معماری فراوان و همچنین جاذبه‌های متعدد طبیعی و فرهنگی و اقلیم چهار فصل جایگاه بسیار بالایی در جذب گردشگران دارد، افزود: گردشگری در ایران، یکی از زیباترین و در عین حال در دسترس‌ترین رویدادی است که می‌توان آن را با کم‌ترین هزینه برپا کرد و بیشترین درآمد را از طریق آن کسب کرد.

نویسنده کتاب گردشگری فرهنگی اورامانات (غرب کشور) اظهار داشت: اگر این پتانسیل جایگاه اصلی و واقعی خود را در تمامی شهرها و روستاهای ایران پیدا کند، و به صورت ملموس در جامعه نمود پیدا کند، یعنی توانستیم در امر آگاهی‌رسانی و بستری اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در زمینه توسعه گردشگری گام مهمی برداریم.

چشم‌اندازی از صنعت گردشگری سلامت
ملکی ادامه داد: صنعت گردشگری که پس از صنایع نفت و خودروسازی در رتبه سوم قرار داشته، تأثیرات مثبتی بر اقتصاد کشورها از طریق ارزآوری دارد.

نویسنده کتاب گردشگری فرهنگی اورامانات (غرب کشور) اظهار داشت: اگر این پتانسیل جایگاه اصلی و واقعی خود را در تمامی شهرها و روستاهای ایران پیدا کند، و به صورت ملموس در جامعه نمود پیدا کند، یعنی توانستیم در امر آگاهی‌رسانی و بستری اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در زمینه توسعه گردشگری گام مهمی برداریم.

توسعه پایدار گردشگری، چرا و چگونه؟
وی با بیان اینکه گردشگری پایدار نقش به‌سزایی در تنظیم روابط بین مکان گردشگری و گردشگران دارد، افزود: این رابطه می‌بایست پویا و سازنده باشد تا آسیب‌های محیطی

گردشگری را به حداقل رسانده و در نهایت رضایت بازدیدکنندگان ناحیه فراهم آورد و به رشد اقتصادی ناحیه کمک کند. توسعه‌ی گردشگری پایدار بر بهبود زنجیره عرضه و تولیدات محلی، تشویق صنایع و حرفه‌های محلی، توسعه متناسب با ظرفیت زیست‌محیطی و افزایش ثبات درآمد گردشگری تأکید دارد.

جایگاه صنعت گردشگری در جوامع امروزی
ملکی با اشاره به اینکه امروزه صنعت گردشگری بیش از پیش پیشرفت کرده و به جایگاه واقعی خود نزدیک شده است، ادامه داد: دولت‌ها و جوامع امروزی به اهمیت این صنعت و جایگاه مهم آن در مسائل سیاسی و اقتصادی پی برده‌اند و می‌توان این صنعت را جز پنج صنعت اول، مهم و پولساز جهان برشمرد.

وی با تأکید بر اینکه توسعه مسایل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و هر شهروند باید مسئول محیط پیرامون خودش باشد، گفت: بحث توریسم درمانی پتانسیل و موقعیت شهرها را به توجه به درمان بیماری وارد شدن افراد خارجی برای مداوا و توسط لیدرها سبب ایجاد امنیت و استفاده درست از خدمات گردشگری نیز خواهد شد.

سخت‌آزمی
مدرس دانشگاه گردشگری تصریح کرد: راهبرد گردشگری پایدار یعنی مراقبت از منابع برای بلندمدت صنعت گردشگری بدون اثرات مخرب بر زیست‌بوم‌های طبیعی است و بر این نکته تأکید دارد که در قالب توسعه گردشگری، انسان قادر خواهد بود که جوانب خاصی از محیط را در جهت مثبت یا منفی دستکاری کند.

ملکی با بیان اینکه توجه به عوامل یاد شده و بکارگیری آن در تدوین برنامه جامع گردشگری می‌تواند به توسعه پایدار صنعت گردشگری در ایران کمک کند، گفت: در این ارتباط می‌بایست با حضور در دوره راهنمایان ایرانیگردی و جهانگردی با مفاهیم اکوتوریسم و توسعه پایدار گردشگری بیشتر آشنا شده و سفرهای مسئولانه‌تری را تجربه کرد.



www.ttgroup.ir @Toptours_Group 021-8586 ttgroup.ir

نصب و راه‌اندازی دوربین‌های مدار بسته
پشتیبانی دوربین‌های مدار بسته
رفع اشکال
۰۷۶ ۴۴۴ ۲۰۰ ۶۶

نصب و راه‌اندازی شبکه
پشتیبانی شبکه
مشاوره رایگان
۰۷۱ ۳۶۹۰۴

تیام رایان کیش
اینترنت پرسرعت...
www.webotel.ir
www.tiyam.com

تیام رایان کیش
اینترنت پرسرعت...
www.webotel.ir
www.tiyam.com



گروه هتل‌های تاپ تورز



هتل ویدا



هتل بزرگ کوروش

ایجاد تمرکز بیشتر برای یکپارچگی در انتخاب مقصد گردشگری خوراک خواهد شد. معماری برند، هویت برند، تصویر برند و کیفیت برند باعث ایجاد تعهد و ارزش دید گردشگران داخلی و خارجی شده و نقش کلیدی بر برندسازی گردشگری خوراک در ایجاد دگرسانی و یا برتری برای محصول و یا مقصد گردشگری خوراک دارد.

دبیر کمیته خوراک انجمن صنفی آژانس‌های ایران تصریح کرد: ایجاد راهبردهای مدرن توسعه گردشگری خوراک، الگوسازی، بازارپای داخلی و برگزاری جشنواره‌ها و دیگر رویدادهای گردشگری خوراک نقش بسزایی در تدوین شاخص‌ها، معرفی هویت، شناسایی و معرفی جاذبه‌های گردشگری خوراک با رویکرد تعیین راهبرد برندسازی و جذب گردشگران داخلی و خارجی مقاصد گردشگری خوراک دارد. لاریجانی در خصوص این موضوع که برندسازی گردشگری خوراک چه میزان زمان خواهد برد، خاطر نشان کرد: تا امروز خوشبختانه همکاری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با تشکل‌های مرتبط با گردشگری خوراک بسیار خوب بوده است و این خود موجب شده نقشه تدوین راه گردشگری خوراک به زودی انجام شود. امیدواریم به زودی با برنامه‌ریزی دقیق و مدون این موفقیت برای این صنعت رقم بخورد.

دبیر کمیته خوراک انجمن صنفی آژانس‌های ایران مطرح کرد:

نقش مهم گردشگری خوراک در متمایز سازی مقاصد



گروه گردشگری - دبیر کمیته خوراک انجمن صنفی آژانس‌های ایران گفت: امروزه برندسازی در گردشگری خوراک این قابلیت را دارد که به یک استراتژی بازاریابی و اقتصادی مهم برای صنایع مرتبط مانند هتلداری و با عاملی مهم برای متمایزسازی مقاصد گردشگری تبدیل شود. زهرا لاریجانی در خصوص مفاهیم مرتبط با اصول و چرایی برندسازی گردشگری اظهار کرد: گردشگری خوراک موجب توسعه اقتصادی بومی و محلی می‌شود، اشتغال‌زایی را تقویت می‌کند و همچنین در امر رسیدن به توسعه پایدار نقش مهمی را دارد. گردشگری خوراک می‌تواند یک ابزار کلیدی در توسعه تصویر مثبت از یک کشور در سطح بین‌المللی باشد. از آنجایی که خوراک فرهنگ محلی بیان‌کننده شخصیت‌ها، ویژگی‌ها و انتقال فرهنگ است، می‌تواند به ابزاری برای برندسازی گردشگری خوراک در مقاصد تبدیل شود. دبیر کمیته خوراک انجمن صنفی آژانس‌های ایران ادامه داد: گردشگری خوراک می‌تواند با ایجاد یک برند به عنوان یک منبع بالقوه مهم در توسعه پایدار اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی در مقاصد‌های گردشگری شناخته شود. به عبارت دیگر غذا می‌تواند به عامل مهمی برای متمایزسازی مقاصد تبدیل شود. همچنین امروزه برندسازی در گردشگری خوراک می‌تواند به یک استراتژی بازاریابی و اقتصادی مهم برای صنایع رستوران‌داری، هتلداری، تفریح‌گاه‌ها و مقاصد گردشگری تبدیل شود.

لاریجانی در خصوص استانداردها و اهداف این برندسازی خاطر نشان کرد: استانداردهای این برندسازی تنوع غذایی، بازارپای، مدیریت مقصد، گردشگری خوراک، تنوع فرهنگی، نشاط و سرزندگی جوامع محلی، ارائه گردشگری خوراک شهری و روستایی است. یکی از مهمترین اهداف و عوامل در ساخت مدیریت برند گردشگری

نصب و راه‌اندازی دوربین‌های مدار بسته
پشتیبانی دوربین‌های مدار بسته
رفع اشکال
۰۷۶ ۴۴۴ ۲۰۰ ۶۶

نصب و راه‌اندازی شبکه
پشتیبانی شبکه
مشاوره رایگان
۰۷۱ ۳۶۹۰۴



تیام رایان کیش

اینترنت پرسرعت...
www.webotel.ir
www.tiyam.com