

پایلت در دست اقدام قرار دارد، افزود: تشکیل دبیرخانه جاده ابریشم با همکاری شهرداری سمنان مهمترین اقدامی است که با شکل گیری آن هسته عملیاتی مشخصی ایجاد می شود و امکان برنامه ریزی و پیگیری امور راهپایا خواهد کرد. شالبالیان همچنین در نظر گرفتن مشوق های ساخت تاسیسات و مراکز اقامتی مورد نیاز استان سمنان را نیز یکی دیگر از گام های پیش رو عنوان و در همین راستا توجه به تولید محتوا را نیز در راس امور ضروری برای معرفی استان مطرح کرد. معاون گردشگری وزارت میراث فرهنگی تلاش برای تبدیل استان سمنان به عنوان گردشگری و خروج آن از محور گذر صرف بودن را نیز مطرح کرد و افزود: با پیوستن به ائتلاف جاده ابریشم استان سمنان می تواند از برند حاصل برای معرفی هر چه بیشتر به عنوان مقصد گردشگری داخلی و سپس گردشگری خارجی بهره مند شود. باید تکیه بر محتوای سازی از تمامی ابزارهای اطلاع رسانی و معرفی استفاده کنیم. معاون گردشگری تصریح کرد: همکاری با اعضای ائتلاف به منظور برگزاری نشست های متوالی و پیگیری اقدامات، تامین زیرساخت های لازم، تعریف تورهای آشناسازی گردشگری و نیز توجه به موضوع تامین امنیت و فعال کردن برند جاده ابریشم و کاروانسراهای تاریخی به

استان سمنان نیز در دستور کار قرار گرفت. معاون گردشگری همچنین ضمن تشریح اقدامات برای استفاده از فرصت های جاده ابریشم در فضای بین الملل و جذب گردشگر، از تلاش برای بهره مندی متوازن از تمامی بازارهای ورودی گردشگری خبر داد و گفت: علاوه بر بازارهای نوظهور، بازارهای سنتی و قدیمی گردشگری ایران همانند اروپا دارای اهمیت

افزود: سکونتگاه ۶۳ هزار ساله در سمنان داریم و امیدواریم با توجه به ظرفیت های موجود بتوانیم سمنان را که به عنوان نام پندیده ایران در اجلاس اتحادیه بین المللی شهرهای در مسیر جاده ابریشم معرفی شده بود، به عنوان مقصد گردشگری تبدیل کنیم چراکه بهترین ساختار شکن در حوزه اقتصاد، گردشگری است و می تواند منطقه را سفیر چین از جاده سنگفرش که بخشی از راه ابریشم است، دیدن کرد.

او افزود: در سمنان داریم و امیدواریم با توجه به ظرفیت های موجود بتوانیم سمنان را که به عنوان نام پندیده ایران در اجلاس اتحادیه بین المللی شهرهای در مسیر جاده ابریشم معرفی شده بود، به عنوان مقصد گردشگری تبدیل کنیم چراکه بهترین ساختار شکن در حوزه اقتصاد، گردشگری است و می تواند منطقه را سفیر چین از جاده سنگفرش که بخشی از راه ابریشم است، دیدن کرد.

کاروانسراها نیز بخشی از این مهم هستند و مرمت آنها را در دست داریم. همچنین بقایایی از نماندر تال هاداریم و تپه حصار نیز قابلیت ثبت جهانی دارد. سمنان مهد عرفان است و مجموعه شیخ خران و شیخ بسطام در حال طی کردن مسیر ثبت جهانی هستند.

تلاش برای تجمیع تمامی ظرفیت های دولتی و خصوصی استان سمنان به منظور بهره مندی از فرصت حاصل گفت. حسین موسوی شهردار سمنان در این نشست ضمن اشاره به توانمندی ها، میراث کهن، اقلیم و فرهنگ باستانی استان سمنان گفت: عضویت سمنان به عنوان نماینده ایران در اتحاد بین المللی شهرهای جاده ابریشم ۲۰۲۳ اقبالی است که نصیب استان مان شده است و حالا باید با تعریف اقدامات لازم نسبت به این موضوع ادای مسئولیت داشته باشیم تا بستری برای بهره مندی فراهم آوریم.

تلاش برای تجمیع تمامی ظرفیت های دولتی و خصوصی استان سمنان به منظور بهره مندی از فرصت حاصل گفت. حسین موسوی شهردار سمنان در این نشست ضمن اشاره به توانمندی ها، میراث کهن، اقلیم و فرهنگ باستانی استان سمنان گفت: عضویت سمنان به عنوان نماینده ایران در اتحاد بین المللی شهرهای جاده ابریشم ۲۰۲۳ اقبالی است که نصیب استان مان شده است و حالا باید با تعریف اقدامات لازم نسبت به این موضوع ادای مسئولیت داشته باشیم تا بستری برای بهره مندی فراهم آوریم.

کاروانسراها نیز بخشی از این مهم هستند و مرمت آنها را در دست داریم. همچنین بقایایی از نماندر تال هاداریم و تپه حصار نیز قابلیت ثبت جهانی دارد. سمنان مهد عرفان است و مجموعه شیخ خران و شیخ بسطام در حال طی کردن مسیر ثبت جهانی هستند. کرم زاده همچنین به اجلاس اتحادیه بین المللی شهرهای در مسیر جاده ابریشم اشاره کرد و گفت: تمام این عوامل سبب شد تا سمنان به عنوان نماینده ایران در این اجلاس حاضر شود. در این میان خواهرخواندگی سمنان با «جیانگ شی» چین را پیشنهاد دادیم. در دشن ژن هم حضور یافتیم و ملاقات های b2b داشتیم. به شانگهای هم رفتیم و با ۷۰ آژانس چینی و مقامات آنها دیدار داشتیم. همچنین در اسپن نشست

سایر مدیران کل معاونت گردشگری نیز به موضوعاتی از جمله راه اندازی سراسری جاده ابریشم در چین اشاره کردند. تاریخی باقیمانده در استان سمنان، توسعه زیرساخت ها، تعریف بسته های سرمایه گذاری و نیز راه اندازی تم پارک ها با ظرفیت جاده ابریشم اشاره کردند.



معاون گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی گفت: نگاه ما به بازارهای ورودی گردشگری کشور متوازن است همانطور که بازارهای نوظهور دارای اهمیت است بازارهای سنتی همانند اروپا را نیز در اولویت قرار دارند.



راه های مبارزه با فقر معرفی شده است. کشور ترکیه هم تلاش کرده با تمرکز بر جذب توریست های بین المللی و سرمایه گذاری در بهبود زیرساخت های حمل و نقل، اقامتی و غیره درآمدهای حاصل از ورود توریست بین المللی را از جایگزین درآمد های دیگر کند، چنانکه می بینم شهروندان ایرانی از جمله بر تعدادترین گردشگران حاضر در این کشور هستند، مانند همین چند روز پیش که اصلا در شهر وان هیچ هتل خالی پیدای نمی شد تنها به مدد

هم وطنان! از سال ۲۰۰۴ صنعت گردشگری در ترکیه رونق پیدا کرده است و رشد پایدار آن توانسته به مکانیسم های انگیزشی و مقرراتی که در این کشور برای آن لحاظ شده، نسبت داده شود. این صنعت در اقتصاد ترکیه دارای اهمیت بالایی است تا جایی که در سال ۲۰۱۵ هز بهای بخش گردشگری حدود ۵ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور را تشکیل داده بود و با احتساب مشارکت غیر مستقیم سفر و گردشگری در اقتصاد ترکیه، میزان مشارکت آن در سال ۲۰۱۵ به حدود ۱۳ درصد از تولید ناخالص داخلی آن رسید. با اتخاذ سیاست های جدید اقتصادی، هر ساله بر شمار گردشگران خارجی این کشور اضافه شده به شکلی که در سال ۲۰۱۴ شمار گردشگران خارجی ترکیه به رقم بی سابقه ۴۱ میلیون رسید. هر چند بعد از آن در سال های ۲۰۱۵ - ۲۰۱۶

با حوادث سیاسی داخلی و خارجی از جمله کودتای نافرجام ۱۵ جولای، تنش با آمریکا و روسیه و... اوضاع امنیتی - اقتصادی ترکیه به شدت رو به آشوب رفت تا جایی که این موضوع به کم شدن شدید حضور توریست های خارجی انجامید. رجب طیب اردوگان، رئیس جمهور ترکیه اوایل ۲۰۲۰ گفته بود که صنعت توریسم این کشور که مدتی بود به علت حملات شدید داخلی و خارجی دچار افت شده بود رو به بهبودی است و پیش بینی کرد که تا آخر امسال با جذب ۴۰ میلیون گردشگر به اوج می رسد. وی اعتقاد دارد که تا به امروز که با برنامه ریزی ها و سیاست های جدید اقتصادی، هر ساله جزو ۱۰ اقتصاد بزرگ دنیا شود رئیس انجمن آژانس های گردشگری ترکیه هم پیش بینی کرد که تعداد ورودی گردشگران به محیط جامعه ترکیه باز گردد و دیگر خبری از محیط وحشت زده

حاصل از صنعت گردشگری این کشور به بیشتر از ۳۰ میلیارد دلار برسد. رئیس انجمن آژانس های گردشگری ترکیه با اشاره به اینکه هدف ۵۰ میلیون گردشگر تا سال ۲۰۲۳ می باشد، بیان کرد: چنانچه بتوانیم هزینه سرانه مستقیم هر گردشگر را به ۱ هزار دلار بیشتر کنیم، به معنی واقعی یک کشور گردشگری می توانیم داشته باشیم. موانع سیاسی کشورها هم عامل اثر گذار در جذب گردشگر و سرمایه گذاری خارجی می باشد به دلیل اینکه با ملایم تر شدن موضع خیلی از کشورهای اروپایی علیه ترکیه بازتاب مثبتی در صنعت گردشگری داشته و توریست های اروپایی در ترکیه بیشتر شده اند. از طرفی رویم روابط این کشور با روسیه سبب شد تا ثابت و امنیت آرام آرام به محیط جامعه ترکیه باز گردد و دیگر خبری از محیط وحشت زده

جامعه ترکیه در زمان وقوع عملیات توریستی هولناک نباشد که در نتیجه آن روند سفر توریست های خارجی مجددا صعودی شد. وزارت فرهنگ و گردشگری ترکیه گفت که در ده ماه اول سال ۲۰۲۰ میلادی بیشتر از ۴۱ میلیون گردشگر خارجی به این کشور سفر کرده اند که بیشترین رقم در تاریخ ترکیه محسوب می شود. بر اساس آمار وزارت فرهنگ و گردشگری ترکیه میزان ورود گردشگران خارجی بیشتر از حد انتظار و پیش بینی ها بوده به ۲۲.۴۳ درصد بیشتر شده است. شمار گردشگران خارجی ترکیه در سال جاری از بیشترین میزان ثبت شده در سال ۲۰۱۴ هم که حدود ۴۱ میلیون نفر بود، زیادتز شده است. سازمان آمار ترکیه گفته که بیش از ۵ میلیون و ۲۱۷ هزار نفر از گردشگران از شهر و ندان ترک مقیم خارج بوده اند.

برحسب گزارش های انتشار پیدا کرده گردشگران روس بارشده ۱۶.۰۹ درصد در دیف اول، گردشگران آلمانی و انگلیسی هم به ترتیب با ۱۱.۶۸ و ۶.۰۷ درصد بیشتر شده و در جایگاه دوم و سوم گردشگران خارجی ترکیه جای گرفته اند. هر چند در این آمارها گردشگران ایرانی لحاظ نشده اند اما آن ها نیز از جمله مسافران پر شمار این کشور هستند. ورود گردشگران خارجی به ترکیه در پی کم شدن پول ملی لیر و پایین کشیدن قیمت خدمات تفریحی و اقامتی برای اتباع خارجی و هم افزایش نسبی شاخص های امنیتی در سال جاری میلادی به طور چشمگیری بیشتر شده است. شهرهای آنتالیا، موغلا، استانبول، آرتوین و ادیرنه به ترتیب بالاترین افزایش جذب گردشگر را در ترکیه داشته اند. در سال گذشته میلادی ۳۲.۴ میلیون توریست خارجی به ترکیه آمده اند و ۲۶.۲ میلیارد

دلار ارز خارجی وارد این کشور شده است. همین طور این صنعت سهم مهم و قابل توجهی در اشتغالزایی این کشور داشته است و با در نظر داشتن پیشرفت این صنعت اشتغالزایی هم رو به افزایش بوده است که پیش بینی شده با برنامه ریزی های انجام شده گردشگری سهم قابل توجهی در بازگویی نیروی کار و درآمدزایی این کشور داشته اند. به شکلی که بر اساس اعلام سازمان آمار، در حال حاضر بیش از ۲۰ درصد جمعیت شاغل ترکیه در قسمت گردشگری فعالیت می کردند که پیش بینی می شود که این رقم در سال ۲۰۲۳ به بیشتر از ۹۰۰ هزار نفر برسد. دولت ترکیه سعی می کند با رفع مشکلات و کشف و ارتقای پتانسیل های صنعت گردشگری مسیر ارتقای و جذب سرمایه گذار را همواره تر کرده و در این خصوص نیز گام های اثر گذاری برداشته است.

چالش های ده گانه صنعت گردشگری



مورد نیاز را و با توجه به استانداردهای بین المللی به او ارائه دهند. **تنوع غذایی محدود:** این مساله در حالی به عنوان چالش ورود گردشگر محلی و سنتی در ایران وجود دارد که این تنوع و گستردگی بدون شک در هیچ کشور دیگری دیده نمی شود. اما متأسفانه شاهد این موضوع هستیم که منوی رستوران ها در ایران به ویژه منوی رستوران ها در هتل ها و مکان های گردشگری تنها به چند نوع غذا محدود می شود. این موضوع در حالی یکی از نقاط ضعف در گردشگری ایران است که در لحاظ شاخص رقابت پذیری مجمع جهانی اقتصاد، ایران رتبه نهم دنیا از لحاظ تعداد سایت های فرهنگی میراث جهانی را در اختیار دارد.

این زمینه نداشته اند. **وضعیت نامطلوب سرویس های بهداشتی:** یکی از مسائل مهم در گردشگری، توجه به بهداشت به خصوص وضعیت سرویس های بهداشتی است؛ سرویس های بهداشتی یکی از معضلات اساسی گردشگران خارجی در ایران است که تجربه سفر را برای آن ها ناخوشایند می کند. استفاده از سرویس بهداشتی ایرانی برای گردشگران خارجی دشوار است و به همین خاطر ترجیح آن ها به استفاده از سرویس عمومی فرنگی است؛ تنها مکان هایی که این امکانات برای گردشگران خارجی فراهم شده است هتل ها و مراکز اقامتی هستند و در بقیه اماکن این امکانات به ندرت وجود دارد.

کمبود مراکز رفاهی و کیفیت ارائه خدمات آن ها: ارائه خدمات بی کیفیت در مراکز توریستی و کمبود بی عدم وجود مراکز رفاهی بین راهی در جاده های کشور می تواند مهم ترین چالش ورود گردشگر به ایران باشد. جنبه نرم افزاری با کیفیت خدمات ارائه شده به گردشگر در ارتباط است؛ از آنجاکه گردشگران در ایران در چند دسته قرار می گیرند و اهداف مختلفی از سفر خود دارند (سیاحت، زیارت، تجمعات) هر کدام به نوع متفاوتی از خدمات مختلف احتیاج خواهند داشت. به همین دلیل تمامی مراکز و مشاغل فعال در حوزه گردشگری باید بتوانند به انواع سلیقه های گردشگر خدمات

نقش گردشگری در اقتصاد ترکیه

توسعه گردشگری در کشور توجه به زیرساخت های حمل و نقل به ویژه زیرساخت های جاده ای است؛ سیستم حمل و نقل درون شهری و برون شهری در ایران برای گردشگران از ضعف های زیادی رنج می برد؛ به عنوان مثال یکی از موارد عدم وجود وسیله حمل و نقل با ظرفیت بین اتوبوس و ورامنت است که در کشور وجود ندارد. وسیله حمل و نقل عمومی که برای گردشگران مورد استفاده قرار می گیرد باید از لحاظ ظاهری زیبا و شیکلی بوده و از لحاظ فنی سالم باشد؛ همچنین بهره مندی از امکانات اولیه و اساسی نظیر سیستم گرمایش و سرمایش از دیگر ویژگی های یک وسیله نقلیه مناسب است؛ اما متأسفانه یکی از مواردی که مورد شکایت گردشگران خارجی در ایران بوده است. **نیروی انسانی:** مورد بعدی چالش ورود گردشگر به ایران مربوط به نیروی انسانی مربوط به آن بوده؛ یک باور غلطی که در کشور ما وجود دارد این است که برای فعالیت و کار در مشاغل مربوط به گردشگری نیاز به آموزش و تخصص نیست. همین باور غلط و عدم تخصص و مهارت نیروی انسانی فعال در حوزه گردشگری کشور، ضربه بزرگی به صنعت گردشگری ایران وارد کرده است؛ مهم ترین معضل در این زمینه عدم آموزش به نیروی انسانی فعال در این صنعت است. نیروی انسانی فعال در صنعت گردشگری ایران از کارکنان فرودگاه تا کارکنان هتل ها و رانندگان تاکسی، هیچ کدام آموزش مناسب در

مورد نیاز را و با توجه به استانداردهای بین المللی به او ارائه دهند. **تنوع غذایی محدود:** این مساله در حالی به عنوان چالش ورود گردشگر محلی و سنتی در ایران وجود دارد که این تنوع و گستردگی بدون شک در هیچ کشور دیگری دیده نمی شود. اما متأسفانه شاهد این موضوع هستیم که منوی رستوران ها در ایران به ویژه منوی رستوران ها در هتل ها و مکان های گردشگری تنها به چند نوع غذا محدود می شود. این موضوع در حالی یکی از نقاط ضعف در گردشگری ایران است که در لحاظ شاخص رقابت پذیری مجمع جهانی اقتصاد، ایران رتبه نهم دنیا از لحاظ تعداد سایت های فرهنگی میراث جهانی را در اختیار دارد. **مقتاسب سازی اماکن توریستی:** نکته اول، عدم متناسب سازی این اماکن برای استفاده افراد معلول و کم توان، البته که این مساله در کشور فراگیر بوده و تنها محدود به سایت های تاریخی و فرهنگی نیست بلکه در وسایل حمل و نقل عمومی و معابر وجود داشته و قابل لمس است. برای دستیابی به استانداردهای گردشگری در مقیاس جهانی و احترام به حقوق گردشگر، باید به این مسائل توجه شده و تدابیر لازم در مورد آن اندیشیده شود. نکته دوم طراحی یک مسیر مشخص در سایت های تاریخی و موزه ها است؛ در واقع در اماکن تاریخی و موزه ها در کشور به طراحی مسیر، برنامه و هدف مشخص برای گردشگر توجه نشده است. در صورتی که به این نکات ساده توجه شود همچنان در مخاطب ایجاد می شود و او در طول بازدید به حال خود رها نمی شود تا به صورت شانسی از قسمت های مختلف بازدید کند. **زیرساخت مالی نامساعد:** آخرین چالش ورود گردشگر به ایران به مسائل و مبادلات مالی مربوط می شود؛ چالشی که گردشگران در ایران با آن مواجه هستند عدم امکان خرید در ایران به وسیله کارت های اعتباری است.

توسعه گردشگری در کشور توجه به زیرساخت های حمل و نقل به ویژه زیرساخت های جاده ای است؛ سیستم حمل و نقل درون شهری و برون شهری در ایران برای گردشگران از ضعف های زیادی رنج می برد؛ به عنوان مثال یکی از موارد عدم وجود وسیله حمل و نقل با ظرفیت بین اتوبوس و ورامنت است که در کشور وجود ندارد. وسیله حمل و نقل عمومی که برای گردشگران مورد استفاده قرار می گیرد باید از لحاظ ظاهری زیبا و شیکلی بوده و از لحاظ فنی سالم باشد؛ همچنین بهره مندی از امکانات اولیه و اساسی نظیر سیستم گرمایش و سرمایش از دیگر ویژگی های یک وسیله نقلیه مناسب است؛ اما متأسفانه یکی از مواردی که مورد شکایت گردشگران خارجی در ایران بوده است. **نیروی انسانی:** مورد بعدی چالش ورود گردشگر به ایران مربوط به نیروی انسانی مربوط به آن بوده؛ یک باور غلطی که در کشور ما وجود دارد این است که برای فعالیت و کار در مشاغل مربوط به گردشگری نیاز به آموزش و تخصص نیست. همین باور غلط و عدم تخصص و مهارت نیروی انسانی فعال در حوزه گردشگری کشور، ضربه بزرگی به صنعت گردشگری ایران وارد کرده است؛ مهم ترین معضل در این زمینه عدم آموزش به نیروی انسانی فعال در این صنعت است. نیروی انسانی فعال در صنعت گردشگری ایران از کارکنان فرودگاه تا کارکنان هتل ها و رانندگان تاکسی، هیچ کدام آموزش مناسب در

مورد نیاز را و با توجه به استانداردهای بین المللی به او ارائه دهند. **تنوع غذایی محدود:** این مساله در حالی به عنوان چالش ورود گردشگر محلی و سنتی در ایران وجود دارد که این تنوع و گستردگی بدون شک در هیچ کشور دیگری دیده نمی شود. اما متأسفانه شاهد این موضوع هستیم که منوی رستوران ها در ایران به ویژه منوی رستوران ها در هتل ها و مکان های گردشگری تنها به چند نوع غذا محدود می شود. این موضوع در حالی یکی از نقاط ضعف در گردشگری ایران است که در لحاظ شاخص رقابت پذیری مجمع جهانی اقتصاد، ایران رتبه نهم دنیا از لحاظ تعداد سایت های فرهنگی میراث جهانی را در اختیار دارد. **مقتاسب سازی اماکن توریستی:** نکته اول، عدم متناسب سازی این اماکن برای استفاده افراد معلول و کم توان، البته که این مساله در کشور فراگیر بوده و تنها محدود به سایت های تاریخی و فرهنگی نیست بلکه در وسایل حمل و نقل عمومی و معابر وجود داشته و قابل لمس است. برای دستیابی به استانداردهای گردشگری در مقیاس جهانی و احترام به حقوق گردشگر، باید به این مسائل توجه شده و تدابیر لازم در مورد آن اندیشیده شود. نکته دوم طراحی یک مسیر مشخص در سایت های تاریخی و موزه ها است؛ در واقع در اماکن تاریخی و موزه ها در کشور به طراحی مسیر، برنامه و هدف مشخص برای گردشگر توجه نشده است. در صورتی که به این نکات ساده توجه شود همچنان در مخاطب ایجاد می شود و او در طول بازدید به حال خود رها نمی شود تا به صورت شانسی از قسمت های مختلف بازدید کند. **زیرساخت مالی نامساعد:** آخرین چالش ورود گردشگر به ایران به مسائل و مبادلات مالی مربوط می شود؛ چالشی که گردشگران در ایران با آن مواجه هستند عدم امکان خرید در ایران به وسیله کارت های اعتباری است.