

## کدام کشورها بیشترین درآمد گردشگری را در سال ۲۰۲۳ کسب کردند؟

گروه گردشگری - بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، رتبه‌بندی کشورها از نظر بیشترین هزینه صرف شده توسط گردشگران، بیشترین درآمد کسب شده از این محل و بیشترین بازدیدکنندگان مشخص شد. گردشگران چینی در حالی بیشترین هزینه سفر را در سال ۲۰۲۳ با پرداخت حدود ۱۸۳ میلیارد یورو داشتند که ایران هیچ سهمی از گردشگران چینی نداشته است. سازمان جهانی گردشگری با انتشار گزارشی، رتبه‌بندی کشورها را از نظر بیشترین هزینه صرف شده توسط گردشگران، بیشترین درآمد کسب شده از این محل و بیشترین بازدیدکننده، منتشر کرد. بر پایه گزارش سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل متحد (UNWTO)، در میان گردشگران اروپایی، آلمانی‌ها، بریتانیایی‌ها و ایتالیایی‌ها بیش از سایر اروپایی‌ها در سفرهای خارجی خود هزینه کردند. این گزارش حاکیست که گردشگران چینی بیشترین هزینه سفر را در سال ۲۰۲۳ پرداخت کردند و مجموع آن به حدود ۱۸۳ میلیارد یورو رسید. با بازگشایی دوباره مرزها برای سفرهای بین‌المللی، آنها از آمریکایی‌ها پیشی گرفتند که سال گذشته ۱۱۴ میلیارد یورو صرف سفرهای خارجی خود کرده بودند. این در حالی است که گردشگران ایالات متحده در سال ۲۰۲۲ جایگاه اول را کسب کرده بودند. آلمانی‌ها با صرف ۱۰۴ میلیارد یورو جایگاه سوم را به خود اختصاص دادند و بریتانیایی‌ها با پرداخت ۱۰۲ میلیارد یورو در رتبه چهارم قرار گرفتند. گردشگران کانادا، ایتالیا، هند، روسیه و کره جنوبی در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. وقتی نوبت به درآمد حاصل از گردشگری می‌رسد، ایالات متحده با کسب ۱۶۴ میلیارد یورو صدرنشین است. پس از آن، اسپانیا با درآمد ۸۶ میلیارد یورو، بریتانیا با ۶۹ میلیارد یورو، فرانسه با ۶۴ میلیارد یورو و ایتالیا با ۵۲ میلیارد یورو قرار دارند. امارات عربی متحده، ترکیه، استرالیا، کانادا، ژاپن، آلمان، عربستان سعودی، ماکائو (چین)، هند و مکزیک هم در رتبه‌های بعدی هستند. دو کشور اروپایی در سال گذشته میلادی جایگاه مهم‌ترین مقصد گردشگران خارجی را به خود اختصاص دادند. فرانسه با جذب ۱۰۰ میلیون گردشگر خارجی پر بازدیدترین کشور جهان باقی ماند. انتظار می‌رود این اعداد در سال ۲۰۲۳ و همچنین با برگزاری مسابقات المپیک در ژوئیه و اوت تکرار شود. اسپانیا هم با جذب ۸۵ میلیون گردشگر رتبه دوم را به خود اختصاص داد. آمریکا (۶۶ میلیون نفر)، ایتالیا (۵۷ میلیون نفر) و ترکیه (۵۵ میلیون نفر) در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در مجموع، هفت مقصد از ۱۰ مقصد پر بازدید از جمله بریتانیا، آلمان و اتریش در اروپا قرار دارد که این امر اروپا را به یکی از محبوب‌ترین مناطق گردشگری جهان تبدیل کرده است. چین که سالهاست به عنوان یک مقصد گردشگری برتر مطرح بوده است، هنوز با دوران اوج خود که پیش از همه‌گیری ویروس کرونا تجربه کرده بود، فاصله دارد. شمار گردشگران خارجی این کشور از ۶۵.۷ میلیون نفر در سال ۲۰۱۹ به ۲۵.۵ میلیون نفر در سال ۲۰۲۳ رسیده است.

## کشف مومیایی سالم در مقبره مشهور



گروه گردشگری - باستان شناسان یک مومیایی بسیار سالم ۲۲۰۰ ساله را در مقبره نقاشی شده مشهور واقع در ایتالیا کشف کردند. «آرت‌نت» نوشت، این مقبره نخستین بار سال گذشته در «جیوگلیانو»، شهری واقع در شمال غربی اناپل، در نزدیکی یک گورستان روم باستانی کشف شد. زمانی که باستان‌شناسان برای نخستین بار با این مقبره مهر و موم شده مواجه شدند، از یک دوربین بسیار کوچک برای مشاهده فضای داخلی مقبره از طریق شکاف‌های موجود در دیوارهای آن استفاده کردند و پس از مشاهده نقاشی‌ها تصمیم گرفتند وارد مقبره سنگی شوند که برای حدود دو هزار سال، بسته باقی مانده بود. باستان‌شناسان از کشف دیوارهایی که روی آن تصاویری از موجودات افسانه‌ای نقاشی شده است، شگفت‌زده شدند. از این رو این مقبره به دلیل وجود تصویری از «سربروس» سگ سمر افسانه‌ای که از جهان زیرین یونانیان باستان حفاظت می‌کرد، «مقبره سربروس» نام گرفت. روی بخشی از این مقبره تصویری از دو موجود افسانه‌ای غیر معمول نقاشی شده است. در این نقاشی‌ها موجوداتی با سر و بال‌تانه انسان و پانین تنه اسب و دم ماهی به تصویر کشیده شده‌اند. کارشناسان معتقدند این دو موجود افسانه‌ای احتمالاً دو شخصیت اساطیری از خدایان دریا را نشان می‌دهند که معمولاً با تاج‌هایی از پنجه‌های خرچنگ به تصویر کشیده می‌شوند. البته در نقاشی‌های روی دیوار این مقبره این دو شخصیت در حالی که سعی دارند سیر بزرگی را در دست بگیرند، نمایش داده شده‌اند. دو کودک بال‌دار شبیه به اکیوپید» (خدای عشق در اساطیر رومی است) نیز این نقاشی را تکمیل کرده‌اند. پیش‌تر اعلام شده بود در این مقبره، هم مجرای هم پیدا شده است که به عنوان محلی برای قرار دادن پیشکش‌های مخصوص مردگان ساخته شده است. کاوش‌ها اخیر در این مقبره اما به کشف یک مومیایی بسیار سالم منجر شده است. این جسد در حالی پیدا شد که با پارچه پوشانده شده بود و به همراه اشیاء نفیسی از جمله ظروف عطر دفن شده بود. اکنون دانشمندان رشته‌های مختلف در این محوطه برای کشف اسرار آن همکاری می‌کنند. یک متخصص درین گیاه‌شناسی بررسی محتویات کوزه‌های شیشه‌ای را آغاز کرده است، در حالی که یک باستان‌شناس نساجی در حال تجزیه و تحلیل پارچه کنن برای تعیین کیفیت و منشأ آن است. در حال حاضر، محققان گمان می‌کنند این مقبره سنگی با توجه به طراحی مجلل آن توسط خانواده‌ای با نفوذ ساخته شده است. با ادامه کاوش‌ها و تحلیل‌های بیشتر این مقبره، امید است که یافته‌ها بتواند بینش جدیدی در حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی ناپل باستانی ایجاد کند.

شجاعی در پاسخ به این سوال که چرا هیچگاه جذب انبوه گردشگر به ایران اتفاق نمی‌افتد؟ اعلام کرد: جذب گردشگر زمانبر است و ما نیز در مسیر درست گام برمی‌داریم. ۲۱ اینفلونسر چینی را به ایران آوردیم که محتوای آن‌ها در فضای مجازی ۱۴۰ میلیون بازدید خورد و این عدد الان بیشتر شده است. این اقدام همان آگاهی بخشی عمومی در بازار هدف گردشگری ایران است.

او افزود: سال گذشته نیز در شنژن، گوانجو و شانگهای، «رود شو» گردشگر یابسان و چین را برگزار کردیم و در هر شهر ۷۰ تا ۱۷۰ آنس چینی با آنس‌های گردشگری ایران وارد مذاکره شدند. آن‌ها می‌خواستند گردشگر به ایران بفرستند و دفاتر گردشگر یابانی هم می‌خواستند گردشگر چینی جذب کنند. الان هم نمایشگاه شکوه ایران در چین در حال برگزاری است که از موزه شهر ممنوعه چین به عنوان یکی از پرتراфик‌ترین موزه‌های جهان با روزانه ۶۰ هزار بازدیدکننده چینی آغاز شد و اکنون به شانگهای رفته است و شش ماه در آن کشور برپا است که باز هم به معنای آگاهی بخشی به عموم مردم دربار ایران است.

مدیرکل دفتر بازاریابی و تبلیغات گردشگری خارجی معاونت گردشگری در پاسخ به این سوال که با توجه به تلاش‌های صورت گرفته در بازار چین چرا هنوز آمار گردشگران ورودی از چین به ایران بسیار پایین است؟ گفت: گردشگری چوب جادو نیست که به جایی بزیند و یک دفعه همه چیز حل شود. بته گوجه فرنگی هم نیست که سه ماهه دو شود. گردشگری کاشت درخت گردو است. بنابراین ما باید همان راهی را برویم که فرانسه، اسپانیا، آمریکا، دوبی و ترکیه در گردشگری رفته‌اند. آن‌ها تبلیغات وسیع بعد که دیدند همه با کشورشان آشنا شدند بخش خصوصی را برای جذب گردشگر با خود همراه کردند. پروازها را اضافه و خدمات هتلینگ را تقویت کردند. بعد هم قیمت بکیج‌های تور را پایین آوردند و تولید اوت کردند و مدار تورلیسر آوردند و قم تورهایی مختلف اجرا کردند. مسقط هم دارد همین کار را می‌کند. راهکارها شبیه هم است و البته ابتکار و خلاقیت هم در آن هست. ولی ۷۰ درصد راه یکی است. پس باید این مسیر را طی کنیم و چاره‌ای هم ننداریم.

مدیرکل دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی معاونت گردشگری همچنین در پاسخ به این سوال که اولویت‌ها برای جذب انبوه گردشگران چینی به ایران چیست؟ افزود: اولین کاری که باید در هر بازار اتفاق بیفتد آگاهی بخشی نسبت به یک مقصد است. یعنی گردشگر چینی باید بداند ایران چه دارد و چرا باید به ایران سفر کند؟ دو مین مرحله دسترس‌پذیری از مبدا چین به ایران با برقراری پروازهای بیشتر است و در مرحله سوم باید کیفیت خدمات گردشگری در ایران با توجه به علائق و سلاقی گردشگران چینی افزایش بیابد.

مدیرکل دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی:

## نیازمند افزایش پروازها هستیم

کاهش ورود گردشگران چینی به ایران و قرار دادن ایران در فهرست ممنوعیت سفر برای اتباع چین به ایران که خبر آن پیشتر در گفتگو با حرمت‌الله رفیعی رییس انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی ایران منتشر و در فضای مجازی و ایرال شده بود، سرانجام موجب شد که سفارت چین در تهران اعلام کند، هشدار سفر به ایران را برداشته است.



این مقام مسئول گردشگری خارجی در معاونت گردشگری درباره کاهش ورود گردشگران چینی به ایران بر صنعت گردشگری کشور گفت: عمده گردشگران ما از کشورهای همسایه تانین می‌شود و آمار گردشگران چینی در مقایسه با گردشگران ورودی از عراق، ترکیه، افغانستان، پاکستان، عمان، کویت و ازمنستان اصلا عدد قابل‌اعتنایی نیست. این اتفاق البته مختص ایران نیست و در آمریکا هم بیشترین گردشگر ورودی به آن کشور نه از چین که از مکزیک است.

شجاعی درخصوص فعالیت‌های صورت گرفته از سوی ایران در بازار گردشگری چین افزود: روابط ایران و چین در حوزه تعامل گردشگر بسیار خوب است و بخش خصوصی دو کشور یکدیگر را می‌شناسند. دیکن‌شانگهای، گوانجو، شنژن و شین، ایران را می‌شناسند و مانیز در این بازارها با استفاده از اینفلونسرهای چینی تولید محتوا کرده‌ایم. بنابراین بازار گردشگری

چین تا حدودی ایران را می‌شناسد. او درباره کاستی‌های زیرساختی گردشگری ایران برای جذب انبوه چین به ایران وارد شونده. چون چینی‌ها امکان سفر زمینی و دریایی به ایران ندارند. در حال حاضر ۴ پرواز در هفته مختص به چین است که آمار بسیار کمی است. مدیرکل دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی معاونت گردشگری همچنین در پاسخ به این سوال که اولویت‌ها برای جذب انبوه گردشگران چینی به ایران چیست؟ افزود: اولین کاری که باید در هر بازار اتفاق بیفتد آگاهی بخشی نسبت به یک مقصد است. یعنی گردشگر چینی باید بداند ایران چه دارد و چرا باید به ایران سفر کند؟ دو مین مرحله دسترس‌پذیری از مبدا چین به ایران با برقراری پروازهای بیشتر است و در مرحله سوم باید کیفیت خدمات گردشگری در ایران با توجه به علائق و سلاقی گردشگران چینی افزایش بیابد.

چین تا حدودی ایران را می‌شناسد. او درباره کاستی‌های زیرساختی گردشگری ایران برای جذب انبوه چین به ایران وارد شونده. چون چینی‌ها امکان سفر زمینی و دریایی به ایران ندارند. در حال حاضر ۴ پرواز در هفته مختص به چین است که آمار بسیار کمی است. مدیرکل دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی معاونت گردشگری همچنین در پاسخ به این سوال که اولویت‌ها برای جذب انبوه گردشگران چینی به ایران چیست؟ افزود: اولین کاری که باید در هر بازار اتفاق بیفتد آگاهی بخشی نسبت به یک مقصد است. یعنی گردشگر چینی باید بداند ایران چه دارد و چرا باید به ایران سفر کند؟ دو مین مرحله دسترس‌پذیری از مبدا چین به ایران با برقراری پروازهای بیشتر است و در مرحله سوم باید کیفیت خدمات گردشگری در ایران با توجه به علائق و سلاقی گردشگران چینی افزایش بیابد.

این مقام مسئول گردشگری خارجی در معاونت گردشگری درباره کاهش ورود گردشگران چینی به ایران بر صنعت گردشگری کشور گفت: عمده گردشگران ما از کشورهای همسایه تانین می‌شود و آمار گردشگران چینی در مقایسه با گردشگران ورودی از عراق، ترکیه، افغانستان، پاکستان، عمان، کویت و ازمنستان اصلا عدد قابل‌اعتنایی نیست. این اتفاق البته مختص ایران نیست و در آمریکا هم بیشترین گردشگر ورودی به آن کشور نه از چین که از مکزیک است.

شجاعی درخصوص فعالیت‌های صورت گرفته از سوی ایران در بازار گردشگری چین افزود: روابط ایران و چین در حوزه تعامل گردشگر بسیار خوب است و بخش خصوصی دو کشور یکدیگر را می‌شناسند. دیکن‌شانگهای، گوانجو، شنژن و شین، ایران را می‌شناسند و مانیز در این بازارها با استفاده از اینفلونسرهای چینی تولید محتوا کرده‌ایم. بنابراین بازار گردشگری

## آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده شرکت شاینا توسعه خودرو کیش (سهامی خاص)

شماره ثبت ۱۳۹۵۵ شناسه ملی ۱۴۰۰۸۷۷۲۹۹۱

بدینوسیله از کلیه سهامداران شرکت دعوت می‌شود تا در جلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده که راس ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۴۰۳/۵/۲۷ در مرکز اصلی شرکت به آدرس: جزیره کیش، بلوار خیام، پشت‌خانه گستر، خیابان باباطاهر، قطعه TS۵۶ طبقه همکف تشکیل می‌گردد، حضور بهم رسانند.

دستور جلسه:

- انتخاب اعضای هیئت مدیره
- انتخاب بازررس
- انتخاب روزنامه

هیئت مدیره

## کاشی و سرامیک بالکانو

نصب کاشی و سرامیک

با کیفیت عالی و سریعترین زمان

قابل توجه پروژه های بزرگ «بازسازی و مرزده کاری منازل»

رضا پورمند ۰۹۳۶۸۲۳۳۱۸۹۴

نصب و راه اندازی دوربینهای مدار بسته  
پشتیبانی دوربینهای مدار بسته  
رفع اشکال  
مشاوره رایگان

۰۷۶۴۴۸۰۵ - ۰۷۶ و ۰۷۱۹۱۰۹۲۶۷۵

## دستگاه کرایولیپولیز

کویتیشن RF

## لاغری در کوتاه ترین زمان

مشاوره

۰۹۱۲۰۲۱۷۷۸۷

نوبت دهی

۰۹۳۴۷۶۸۵۸۹۹



Ariasalamat.kish



- ام اسکالپ
- کویتیشن آر اف
- لیپوپرو
- اتاق ورزش

فیابان کاشانی، نرسیده به میدان سنایی، جنب برج مونا سافتمان تندیس، درمناگاه آریا سلامت



نصب و راه اندازی دوربینهای مدار بسته  
پشتیبانی دوربینهای مدار بسته  
رفع اشکال  
مشاوره رایگان

۰۷۶۴۴۸۰۵ - ۰۷۶ و ۰۷۱۹۱۰۹۲۶۷۵

تیام رایان کیش  
اینترنت پرسرعت...  
Tiyamnet  
Tiyam.ir

Tiyamnet

Tiyam.ir