

توریست ایران متأثر می‌شود. در عراق اتفاقی می‌افتد گردشگری ایران متأثر می‌شود. به هر حال باید با همین اکوسیستم پیش رود. ۲۰ درصد توریست‌های ایران درآمدزا هستند.

لیلا اژدری، مدیرکل پیشین دفتر توسعه گردشگری نیز در این نشست درباره اهمیت تولید محتوای تبلیغاتی متناسب با نیاز و سلیقه بازارهای سودده، گفت: معرفی ایران بحث جدی است که علاوه آن در شناختن ایران در بازارهای جهانی حس می‌شود و هر چه کار کنیم باز جای کار دارد. کلیه تمام جذابیت‌ها و گوناگونی جاذبه‌ها، متأسفانه خیلی روی آن مانور نمی‌دهیم و تولید محتوا انجام ندهایم. او اضافه کرد: یک زمانی رسانه‌های مکتوب مورد مراجعه و منبع گردشگران بود، ولی با پیشرفت تکنولوژی و سرعت گذر اطلاعات و کم صبری انسان‌ها برای دسترسی سریع به محتوا، به فکر استفاده از تکنولوژی جدید افتادیم تا شکل و نوع محصولات معرفی تبلیغات گردشگری را متنوع کنیم.

اژدری اظهار کرد: شاید ۲۰ درصد توریست‌ها درآمدزا هستند و در مدیریت منابع شاید درست باشد که تمام منابع را روی این بازار ۲۰ درصدی بگذاریم، که اتفاقاً ۸۰ درصد درآمد گردشگری ایران را تأمین می‌کنند. بنابراین بهتر است که هزینه‌ها را به سمت بازارهای پرسود جهت دار کنیم. در پایان این نشست، از محصولات تبلیغ گردشگری ایران رونمایی شد.

گردشگری ایران گفت: سخن از درد ما می‌گویید، خیلی راه مانده تا به آنچه باید برسیم. رویترز یک مقاله کار می‌کنند هزاران بار دیده می‌شود. ما چقدر باید کار کنیم تا به اینجا برسیم. مسا تا بودجه مطلوب برای تبلیغات گردشگری خیلی فاصله داریم.

در این نشست همچنین نقدهایی به شیوه تبلیغ و تولید محتوای تبلیغی ایران از سوی خبرنگاران مطرح شد.

۲۷ مسئله در مسیر تبلیغ گردشگری ایران وجود دارد

سپس مدیرکل توسعه گردشگری خارجی درباره موانع و محدودیت‌هایی که برای تبلیغ گردشگری ایران وجود دارد، اظهار کرد: ما ۲۷ مسئله را احصا کرده‌ایم. زمانی از ایرلاین‌ها دعوت کردیم تا از ظرفیت آنها برای تبلیغ استفاده کنیم، اما فقط چهار ایرلاین در جلسه حاضر شدند، چون ظرفیت ناوگان هوایی در مسیرهای داخلی تکمیل است و برای کشورهای دیگر ظرفیت ندارد. در واقع ناوگان هوایی ما فرسوده و دچار مشکل است.

او با اشاره به تفاوت‌های ژئوپلیتیکی ایران و دیگر کشورها اظهار کرد: اگر در ترکیه اتفاق افتد، کسی درباره آن صحبت نمی‌کند، اما همان اتفاق برای ایران رخ دهد، همه دنیا درباره آن صحبت می‌کنند. از طرفی، گردشگری با حجم زیاد توسط شرکت‌های چندملیتی مدیریت می‌شود که در ایران فعالیت ندارند و مادر رزرواسیون دنیا نیستیم. در کنار همه اینها با مساله ایران‌هراسی و وقایع منطقه‌ای رو به روهستیم؛ ارمنستان و آذربایجان دچار مشکل می‌شوند،

دفتر توسعه گردشگری خارجی حمایت از رودشوهاست. شجاعی افزود: رودشو اخیر ایران قرار است در ویتنام، اندونزی و مالزی برگزار شود. سعی می‌کنیم زنجیره تأمین خدمات گردشگری را با خود ببریم. امیدواریم این پروژه ادامه یابد و تحلیل‌مان این است که این شیوه تبلیغاتی در مقطع کنونی درست است. به گفته مدیرکل توسعه گردشگری خارجی، رودشو بعدی شهریورماه در هند است و برای اقلیم عراق، عمان، ترکیه و روسیه هم برنامه داریم.

شجاعی در پاسخ به پرسشی درباره سرانجام تولیدات قبلی و ضرورت تولیدات جدیدتر و نحوه دسترسی به این محتواها، اظهار کرد: ۲۵ هزار قلم محتوای فیزیکی و ۲۸ هزار و ۳۰۰ گیگ در ۴۰ کشور در سال ۱۴۰۲ توزیع شد. در سه ماهه سال ۱۴۰۳ حدود ۲۲۰۰ قلم محتوای فیزیکی و ۷۴۰۰ گیگ محتوای دیجیتال در اختیار هیأت‌ها و در رویدادهای مختلف قرار گرفت. درست است که بخشی از این محتواها در آرشيو مانده است، اما در گذر زمان با توجه به رفتارشناسی و سلیقه‌ها، نوع محتواها هم باید تغییر کند. برای پویایی باید سراغ یکسری محتوای جدید از جنس دیگری برویم. او درباره محل عرضه و دسترسی محتواهای تبلیغی ایران، اظهار کرد: در محل عرضه محتواها ضعیف هستیم و ایسن ضعف را می‌پذیریم و روی آن کار می‌کنیم.

بودجه تبلیغات گردشگری ایران چه وضعی دارد؟

شجاعی درباره بودجه تبلیغات

در آئین رونمایی از محتواهای جدید تبلیغ گردشگری ایران مطرح شد:

ایران در رزرواسیون هتل‌های دنیانست!

همزمان با رونمایی محتواهای تبلیغاتی ایران برای ۲۸ کشور لغو روادید شده و کتابچه معرفی ایران به ۱۳ زبان، درباره وضعیت بودجه تبلیغ ایران و موانع و محدودیت‌های موجود در مسیر معرفی گردشگری کشورمان توضیحاتی ارائه شد.



یک‌زمانی رسانه‌های مکتوب مورد مراجعه و منبع گردشگران بود، ولی با پیشرفت تکنولوژی و سرعت گذر اطلاعات و کم‌صبری انسان‌ها برای دسترسی سریع به محتوا، به فکر استفاده از تکنولوژی جدید افتادیم تا شکل و نوع محصولات معرفی تبلیغات گردشگری را متنوع کنیم.

شدم. سال ۹۸ این تجربه را در عمان داشتیم که به گفته رییس انجمن صنفی

عمان رسیدیم. سال گذشته هم در چین این تجربه را داشتیم و امسال سیاست

دفتر خدمات مسافرتی تحت تأثیر آن، از دو سه پرواز در هفته به ۴۰ پرواز از

روسفیدی گردشگری بعد از کرونا

گردشگران بار دیگر در جاده‌ها، هوا و دریاهای حضور خواهند داشت و بودجه بیشتر مردم در سفر خرج خواهد شد. تحلیل موسسه اقتصاد مسترکارت نشان می‌دهد که مسافران همچنین به دنبال فرصت‌هایی هستند که اقامت خود را طولانی‌تر کنند و اوقات فراغت را برای مدت طولانی‌تری در اولویت قرار دهند. برای ۱۲ ماه اول بین مارس ۲۰۱۹ و فوریه ۲۰۲۰، میانگین مدت اقامت یک مسافر حدود چهار روز بود. از مارس ۲۰۲۴، میانگین طول یک سفر تفریحی به پنج روز نزدیکتر شده

است که به معنای تقویت اقتصادی برای مقاصد و جوامع میزبان آنان است. در حالی که چشم‌انداز کلی مسافران روشن به نظر می‌رسد، این مورد برای همه مقاصد صادق نیست. برخی از نقاط گردشگری و مناطق کمتر شناخته شده با چالش‌های فراوان مواجه هستند. شاخص توسعه سفر و گردشگری مجمع جهانی اقتصاد (TTDI) در سال ۲۰۲۴، محدودیت‌های مداومی را که بخش جهانی سفر و گردشگری با آن مواجه است، از جمله کمبود سرمایه‌گذاری در نیروی کار ماهر و

موسیقی و جشنواره‌ها اختصاص دارد. بخش جهانی سفر در حال تجربه بهبود قوی است و گردشگران به‌طور فزاینده‌ای هزینه بیشتری برای سفر در نظر می‌گیرند. علیرغم چشم‌انداز مثبت کلی، برخی از مقاصد با چالش‌هایی از جمله مسائل نیروی کار و مدیریت منابع در میان افزایش تعداد گردشگران و نگرانی‌های زیست‌محیطی مقابله می‌کنند. هزینه‌های مصرف‌کننده برای سفر تا مارس ۲۰۲۴، همچنان قوی و تفریح مسافران افزایش یافته است. با داشتن بازار کار قوی در سراسر جهان،

بلندمدت به اقدامات دیگری نیاز دارد. **پس از لغو روادید با ۲۸ کشور چه اتفاقی رخ داد؟** مدیرکل توسعه گردشگری خارجی، لغو روادید با ۲۸ کشور را اقدامی مثبت در گردشگری دانست و گفت: لغو روادید از ۱۵ بهمن ۱۴۰۲ آغاز شد که مقایسه ماه‌های اسفند و فروردین با مدت زمان مشابه سال قبل از آن، نشان می‌دهد ورود گردشگر از ۲۰ کشوری که لغو روادید شده‌اند، رشد داشت. دو کشور پس از لغو روادید، تغییری در وضعیت نداشتند و ۶ کشور در حد یک درصد رشد منفی داشتند که نشان می‌دهد پس از لغو روادید به اقدامات مکمل نیاز است. او ادامه داد: سه محتوای ارتباط با تبلیغ در کشورهایی که لغو روادید شده‌اند تهیه شده است که شامل این محتوا در اختیار تمام مراکز در ارتباط با گردشگران قرار می‌گیرد. این کتاب‌ها به زبان‌های بازارهای هدف ایران از جمله انگلیسی، چینی، عربی، روسی، ترکی، استانبولی، ژاپنی، ارمنی، فرانسه، پرتغالی و اسپانیولی تهیه شده و به صورت آنلاین قابل استفاده است.

آرش نورآقایی، مدیرکل توسعه گردشگری خارجی، گفت: این محتوا در اختیار تمام مراکز در ارتباط با گردشگران قرار می‌گیرد. این کتاب‌ها به زبان‌های بازارهای هدف ایران از جمله انگلیسی، چینی، عربی، روسی، ترکی، استانبولی، ژاپنی، ارمنی، فرانسه، پرتغالی و اسپانیولی تهیه شده و به صورت آنلاین قابل استفاده است.

وی در ادامه این نشست از تولید محتوایی متناسب با لغو روادید با ۲۸ کشور توضیحاتی داد و تأکید کرد که لغو روادید با این تعداد کشور در حمایت رئیس جمهور و وزیر امور خارجه شهید با وجود برخی مخالفت‌ها اتفاق افتاد. او خاطر نشان کرد: نگاه ما صرفاً افزایش گردشگری از طریق لغو روادید نبود، چون این موضوع در کوتاه‌مدت جواب می‌دهد و در

گروه گردشگری - مسلم شجاعی - مدیرکل توسعه گردشگری خارجی - به بهانه رونمایی از این اقدام تبلیغاتی در نشست خبری که در معاونت گردشگری برگزار شد، گفت: نسل جدیدی از محتواها در حال تولید است. در همین راستا کتابچه چندرسانه‌ای گردشگری که شامل ۹ کتابچه به ۱۳ زبان با ۱۰۸ فایل بی‌دی اف است، منتشر شد. این کتابچه، تعاملی است و با عنوان ایران «باشکوه» منتشر شده است.

آرش نورآقایی، مدیرکل توسعه گردشگری خارجی، گفت: این محتوا در اختیار تمام مراکز در ارتباط با گردشگران قرار می‌گیرد. این کتاب‌ها به زبان‌های بازارهای هدف ایران از جمله انگلیسی، چینی، عربی، روسی، ترکی، استانبولی، ژاپنی، ارمنی، فرانسه، پرتغالی و اسپانیولی تهیه شده و به صورت آنلاین قابل استفاده است.

وی در ادامه این نشست از تولید محتوایی متناسب با لغو روادید با ۲۸ کشور توضیحاتی داد و تأکید کرد که لغو روادید با این تعداد کشور در حمایت رئیس جمهور و وزیر امور خارجه شهید با وجود برخی مخالفت‌ها اتفاق افتاد. او خاطر نشان کرد: نگاه ما صرفاً افزایش گردشگری از طریق لغو روادید نبود، چون این موضوع در کوتاه‌مدت جواب می‌دهد و در

گروه گردشگری - آخرین گزارش مؤسسه اقتصادی مسترکارت، نشان داد که سال ۲۰۲۴ شاهد چندین رکورد در بخش گردشگری بودیم زیرا هزینه مصرف‌کنندگان برای سفرهای تفریحی همچنان قوی است. به گزارش اقتصاد کیش به نقل از ویفرام، داده‌ها نشان می‌دهد مسافران پس از همه‌گیری همچنان به دنبال تجربیات منحصر بفردی هستند که ریشه در فرهنگ‌های محلی دارد و به‌طور فزاینده‌ای اولویت آنان به رویدادهای به یاد ماندنی در ورزش،



گردشگری آینده، در درجه اول و مهمتر از همه، فراگیر و پایدار است. این گزارش توصیه‌هایی به تصمیم‌گیرندگان سفر و گردشگری ارائه می‌دهد. که چگونه این بخش می‌تواند نقش فعال‌تری در مقابله با چالش‌های اجتماعی در میان رفاه اجتماعی اقتصادی، صلح و تبادل فرهنگی داشته باشد. از آنجایی که این صنعت تقریباً یک‌دهم تولید ناخالص داخلی جهانی و اشتغال را به خود اختصاص می‌دهد، بخش‌های دولتی و خصوصی باید با یکدیگر همکاری کنند تا اطمینان حاصل شود که توسعه

گردشگری آینده، در درجه اول و مهمتر از همه، فراگیر و پایدار است. این گزارش توصیه‌هایی به تصمیم‌گیرندگان سفر و گردشگری ارائه می‌دهد. که چگونه این بخش می‌تواند نقش فعال‌تری در مقابله با چالش‌های اجتماعی در میان رفاه اجتماعی اقتصادی، صلح و تبادل فرهنگی داشته باشد. از آنجایی که این صنعت تقریباً یک‌دهم تولید ناخالص داخلی جهانی و اشتغال را به خود اختصاص می‌دهد، بخش‌های دولتی و خصوصی باید با یکدیگر همکاری کنند تا اطمینان حاصل شود که توسعه



شرکت آبران دانش

برگزاری دوره های آموزشی

افسر دوم بر روی کشتیهای با ظرفیت ناخالص ۵۰۰ یا بیشتر و کمتر از ۳۰۰۰ سفرهای نزدیک به ساحل

* شرایط ورود به دوره :

- داشتن حداقل ۱۸ سال سن
- داشتن گواهینامه سلامت پزشکی
- داشتن مدرک تحصیلی حداقل دیپلم (تمام رشته ها)

خوابگاه رایگان

شرکت آبران دانش شعبه بندر چارک

۰۹۱۷۳۶۴۲۰۸۳



TOPTOURS Group
تاپ تورز

گروه هتل های تاپ تورز



هتل ویدا



هتل بزرگ کروش

📞 021-8586
🌐 www.ttgroup.ir
📧 @Toptours_Group
📷 [ttgroup.ir](https://www.instagram.com/ttgroup.ir)



نصب و راه اندازی شبکه پشتیبانی شبکه مشاوره رایگان

۰۷۶۴۴۸۰۵ - ۰۷۶ و ۰۷۱۹۱۰۹۲۶۷۵

تیام رایان کیش
اینترنت پرسرعت...
TRK

Tiyamnet
Tiyam.ir