

ایجاد مثلث طلایی گردشگری ایران می توان این ضریب را افزایش داد و حتی از پتانسیل های روستاها و ظرفیت شهرهای این سه استان نیز بهره مند شد. جمالی نژاد وجود ظرفیت های حیات وحش در مسیر این سه شهر را نیز در افزایش ضریب ماندگاری گردشگران موثر دانست. وی گفت: گردشگری به صورت مستقیم درآمدی برای شهرداری نداشته اما بصورت غیر مستقیم در توسعه اقتصاد شهری موثر است و باید مراکز با انجام اقدامات پژوهشی، تأثیر ورود گردشگر بر توسعه اقتصاد بررسی نمایند. شهردار اصفهان تسریع در برند سازی شهری و ایجاد دبیرخانه برند در شهر اصفهان در استان های یزد و فارس را نیز مفید دانست. جمالی نژاد در ادامه تشکیل دبیرخانه ادیان و اقوام در شهر اصفهان را در رفع ایران هراسی گردشگران و توسعه گردشگری اثر بخش ذکر کرد. وی در پایان به ارایه پیشنهاد تشکیل شرکت سهامی بازاریابی و برندینگ مثلث طلایی گردشگری، آنرا برای تبلیغات و سرمایه گذاریها و برپایی نمایشگاه های مشترک موثر خواند.

محمد رضا عظیمی زاده، شهردار یزد نیز با اشاره به اینکه شهرداری ها امروزه جذب شبکه گردشگری شده اند گفت: شهرداری اصفهان در ارایه خدمات گردشگری و حمایت از این صنعت به الگوی کشوری تبدیل شده است. وی افزود: حاصل این جلسه به اشتراک گذاشتن تجربیات، امکانات و سرمایه هاست و باید کاری کرد که منافع گردشگری سه استان مذکور برای دیگر استان ها قابل استفاده باشد. عظیمی زاده در ادامه با اشاره به پتانسیل های گردشگری شهر یزد از جمله بافت تاریخی ویژه آن تصریح کرد: ایجاد شبکه حمل و نقل سریع، روان و در دسترس، وجود زیرساخت های مطمئن برای مجتمع های اقامتی و بین راهی از طریق سرمایه گذاری های مشترک، در اختیار قرار دادن اقامتگاه های ارزان تر به گردشگر توسط شهرداری ها، ارایه امتیازات ویژه به سرمایه گذاران و هتلداران توسط شهرداری ها و ساخت هتل های زنجیره ای با یک برند خاص در اصفهان، یزد و فارس می تواند تأثیرات خوبی در جذب گردشگر سه استان داشته باشد.

وجود بالغ بر 350 میلیون مشتری بالقوه گردشگری برای استان های یزد، اصفهان و فارس

همچنین **علی کرباسی زاده**، نایب رییس کمیسیون گردشگری و برند شهری اتاق بازرگانی اصفهان، فلسفه وجودی تشکیل مثلث طلایی گردشگری ایران را وجود مخاطبین مشترک بین گردشگران فرهنگی و تاریخی استان های اصفهان، یزد و فارس بیان کرد و گفت: پکیج سفرهای خارجی معمولاً بین حداقل دو مقصد گردشگری تا 5 مقصد است که می تواند شامل چند شهر در یک کشور یا کشورهای همجوار باشد. وی با اشاره به اینکه بحران های خاورمیانه، تحریم های موجود و تبلیغات سوء دشمنان بر علیه کشورمان موجب شده تا جزو کشورهای فعال در حوزه گردشگری قرار نگیریم افزود: با وجودی که 35 درصد گردشگران دنیا فرهنگی تاریخی هستند و با اینکه استان های اصفهان، یزد و فارس دارای بالغ بر 350 میلیون مشتری بالقوه است، این افراد از این استان ها بازدید نکرده اند. کرباسی زاده تشکیل کمیسیون مشترک مثلث طلایی ایران گردشگری را اتفاق مبارکی دانست و تصریح کرد: با برنامه ریزی جامع مشترک بین استان های اصفهان، یزد و فارس می توان به برنامه ریزی پایدار در حوزه گردشگری رسید. وی در ادامه مذاکره با دو ایر لاین آلمانی به منظور ایجاد خط پروازی مستقیم به اصفهان و فارس، مذاکره به منظور ایجاد کنسولگری های کشورهای هدف در این سه استان، پیگیری ارتباط با شرکت های روابط عمومی بین المللی که مشاور تبلیغات و برندینگ بسیاری از مقاصد گردشگری دنیا هستند و... را از دستاوردهای سفر هیات اعزامی به نمایشگاه اسفندماه برلین در حوزه گردشگری عنوان نمود.

محمد رضا رجالی، رییس کمیسیون گردشگری و برند شهری اتاق بازرگانی اصفهان نیز با ظرفیت های بسیار مناسب سه استان مثلث طلایی گردشگری، همکاری و استفاده از توانمندی های شرکت های بین المللی را برای توسعه این صنعت در سه استان بسیار مفید دانست و افزود: به عنوان نمونه خطوط هوایی برلین (air berlin) می تواند این استانها را به بیش از 190 نقطه مقصد گردشگری جهان وصل نماید و از آنجا که این شرکت از خطوط هوایی ارزان قیمت جهان بوده، می تواند گردشگران بسیار زیادی را با هزینه کم به کشور منتقل نماید.

وی همچنین استفاده از خدمات کنسولگری کشورهای مقصد را در این سه استان مثلث طلایی گردشگری را ضروری دانست و تصریح کرد: با استفاده از خدمات کنسولی در این سه استان می توان می توان هزینه و زمان صدور روادید را برای گردشگران خارجی و تجار ایرانی کاهش داد که این امر می تواند سبب تسهیل ورود گردشگر و همچنین فعالیت های تجاری با کشورهای مقصد گردد.

رییس کمیسیون گردشگری و برند شهری اتاق بازرگانی اصفهان، توسعه ناوگان حمل و نقل زمینی را همراه با تقویت خطوط هوایی داخلی و بین شهری و همچنین عملیاتی و اجرایی شدن قطار پر سرعت اصفهان - تهران از اقدامات مهم برای توسعه خدمات گردشگری این سه استان عنوان کرد.

تاکید بر نقش منفی بانک ها در کاهش انگیزه سرمایه گذاری در بخش گردشگری

در ادامه **اصغر ظریفکار فرد**، رییس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی استان فارس نیز هدف از تشکیل این مثلث را استفاده بهینه از پتانسیل های گردشگری استان های اصفهان، فارس و یزد بیان نموده واز فراهم نبودن زیر ساخت های لازم در گردشگری ابراز تاسف نمود و گفت: با تشکیل این مثلث گردشگری می توان زیرساخت های لازم را فراهم نمود. وی با بیان اینکه امروز در صنعت گردشگری با چالش های زیادی روبرو هستیم گفت: یکی از این مشکلات سرمایه گذاری است و بالا بودن سود بالای بانکی به سپرده ها موجب کاهش انگیزه برای سرمایه گذاری در گردشگری شده است. ظریفکار فرد جذب گردشگر داخلی را نیز برای رونق صنعت گردشگری موثر دانست.

رشد 800 درصدی ورود گردشگر خارجی به یزد

همچنین محمد رضا داد، رییس کمیسیون گردشگری و گسترش خدمات توریسم اتاق بازرگانی یزد گفت: آمار گردشگر خارجی به استان یزد از سال 1392 تاکنون با رشد 800 درصدی مواجه بوده و در سال گذشته تعداد گردشگران خارجی این استان به 113 هزار نفر رسیده است. وی با اشاره به مشکلات گردشگری این استان همچون کمبود هتل، فراهم نبودن زیرساخت های لازم و... افزود: فلسفه تشکیل مثلث طلایی گردشگری ایران شناسایی و ارایه راهکارهای لازم و برنامه ریزی به منظور رفع این مشکلات است.

تاکید بر لزوم ایجاد برنامه مدون در حوزه گردشگری

علی لوافان، رییس هیات مدیره مجمع هتلداران اصفهان نیز رشد صنعت گردشگری در سال های گذشته را مرهون افزایش تعامل و مودت بین بخش های خصوصی و دولتی ذکر کرد و اظهار داشت: تعامل بخش خصوصی و دولتی نیاز به ساختاری ماورای سازمان دارد تا آنها بتوانند همکاری لازم را داشته باشند. وی در ادامه تصریح کرد: ما به گردشگری فصلی و دوره ای نیاز نداشته و نیازمند یک برنامه مدون برای توسعه پایدار گردشگری هستیم. لوافان نگاه دانش محور به صنعت گردشگری را موجب استحکام و هویت بخشی به این صنعت ذکر کرد. وی در پایان سخنان خود بر استفاده از ظرفیت دانشگاه ها به منظور ظرفیت سنجی و نیاز سنجی علمی صنعت گردشگری تأکید کرد.

تاکید بر استفاده از های سیزن ها برای توره های گردشگری

همچنین **سید موید محسن نژاد**، معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی استان فارس ضمن بیان توانمندی های گردشگری استان فارس از جمله وجود جامعه هتلداران استان با بیش از 7 هزار تخت اقامتی، وجود اتحادیه مهمانپذیر داران با بیش از 9 هزار تخت اقامتی، وجود دفاتر خدمات مسافرتی و... پیشنهاداتی را در حوزه مثلث طلایی گردشگری ارایه داد از جمله وجود غذاهای متناسب با ذایقه گردشگر خارجی، همچنین سرویس های بهداشتی فرنگی در مجتمع خدمات رفاهی بین راهی، لحاظ بحث آموزش به پرسنل این

مجتمع ها، تعبیه تابلوهای راهنما و معرفی اماکن تاریخی در فواصل این سه استان، ترویج گردشگری با ایجاد تورهای ارزان قیمت گردشگری بین استان های اصفهان، فارس و یزد، ایجاد خطوط پروازی بین المللی، برگزاری جشنواره ها و مناسبات استانی در زمان لوسیزن، حضور مشترک سه استان در نمایشگاه های بین المللی و... در ادامه این برنامه از سه کتاب بازاریابی شهری، برندسازی شهری اصفهان و راهنمای برند شهری اصفهان رونمایی شد و همچنین توضیحاتی در ارتباط با برند شهر اصفهان و نحوه طراحی آن به حضار ارائه شد.