



در سمینار گردشگری و اثر آن در توسعه پایدار در اتاق بازرگانی مطرح شد؛ برند شهری اصفهان به زودی رونمایی می شود/ بر نیاید های گردشگری بیشتر از بایدها تکیه کنیم گردشگران چین بازار مناسبی برای گردشگری اصفهان است

سمینار گردشگری و اثر آن در توسعه پایدار و اکوسیستم های کارآفرینی با حضور مسوولین، منتخبین شورای شهر و فعالان این بخش به همت کمیسیون برند و گردشگری در سالن همایش های بین المللی اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد.

سمینار گردشگری و اثر آن در توسعه پایدار و اکوسیستم های کارآفرینی با حضور مسوولین، منتخبین شورای شهر و فعالان این بخش به همت کمیسیون برند و گردشگری در سالن همایش های بین المللی اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد.

سهل آبادی: برند شهری اصفهان به زودی رونمایی می شود

سید عبدالوهاب سهل آبادی رییس اتاق بازرگانی اصفهان در این سمینار گفت: اتاق بازرگانی با شعار اتاق برای همه و همه برای نجات اقتصاد در ترویج صنعت گردشگری در اصفهان از هیچ فعالیتی فروگذار نبوده است.

وی افزود: توسعه فرودگاه اصفهان به عنوان یکی از زیرساخت های گردشگری همواره مورد توجه هیات نمایندگان اتاق بازرگانی اصفهان بوده و در این راستا فعالیت های قابل توجهی صورت گرفته است.

سهل آبادی مهم ترین موضوع گردشگری را برند شهری اصفهان عنوان کرد و گفت: انتخاب برند شهری پس از دو سال فعالیت پیگیر توسط کمیسیون گردشگری و برند شهری اتاق صورت گرفت و به زودی رونمایی می شود.

رییس اتاق بازرگانی اصفهان با تاکید بر این نکته که استان اصفهان دیگر کشش ایجاد کارخانه ندارد، گفت: صنعت گردشگری به عنوان مزیت استان مورد توجه فعالان اقتصادی و مسوولین دولتی قرار گرفته است.

وی گردشگری سلامت را یکی دیگر از مزیت های اصفهان برشمرد و گفت: کشورهای عربی و اسلامی می تواند کشورهای هدف گردشگری سلامت اصفهان شوند و با راه اندازی شهرک سلامت می توان گردشگران قابل توجهی در این زمینه جذب کرد.

سهل آبادی خواستار استفاده از فرصت های پیش آمده برای استان توسط فعالان اقتصادی شد و گفت: استان اصفهان بیشترین مالیات را در بین استان ها پرداخت می کند و بیشترین نرخ بیکاری را دارد و چنانچه از پتانسیل ها استان استفاده شود شاهد کاهش نرخ بیکاری خواهیم بود.

ورود گردشگر به اصفهان 4 برابر سال 91 شده است

فریدون الهیاری مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان در این نشست از رشد 4 برابری گردشگران اصفهان نسبت به سال 91 خبر داد و گفت: استان اصفهان به غیر آثار تاریخی دارای جاذبه های بوم گردی است که گردشگران داخلی و خارجی قابل توجهی به آن جذب شده است. وی تصریح کرد: تعداد اقامتگاه های بوم گردی از 34 واحد سال 91 به 208 واحد در 18 شهرستان در سال 96 رسیده است.

جعفری: صنعت گردشگری اصفهان به حرکت تدریجی و مستمر نیاز دارد

جعفر جعفری استاد رشته گردشگری دانشگاه ویسکانسن امریکا در این نشست گفت: صنعت گردشگری نیاز به حرکت آرام و تدریجی دارد و نیابستی یک مرتبه شهر و مردم را غافل گیر و هیجانی رفتار کرد.

وی هم خوان و هم ساز بودن میهمان و میزبان را مولفه مهم صنعت گردشگری برشمرد و گفت: گردشگران را باید پذیرفت که مردم آنان را بپذیرند و بین گردشگر و مردم تناسب برقرار باشد.

جعفری با اشاره به تجربه بارسلونا و ونیز در جذب گردشگر بیش از ظرفیت شهر گفت: شهروندان این دو شهر با مشکلات متعددی برای زندگی روزمره روبرو شدند و خواستار ایجاد هتل ها و رستوران های کوچک متناسب با حجم گردشگر فعلی شد و گفت: ساخت هتل ها و ستوران های بزرگ در شرایطی که حجم گردشگر اندک است منطقی نیست.

نبود سرویس بهداشتی تمیز چالش گردشگران خارجی در اصفهان است

وی نبود سرویس بهداشتی تمیز در سطح شهر اصفهان را یکی از چالش های گردشگران خارجی دانست و گفت: برخی از اقامتگاه بین راهی اصفهان و تهران دارای سرویس بهداشتی بیش از استانداردهای بین المللی است.

گردشگران چین بازار مناسبی برای گردشگری اصفهان است

جعفری با اشاره به سفر 120 میلیون چینی در سال به اقاص نقاط جهان گفت: ایران باید جذب بخشی از این گردشگران را در دستور کار قرار دهد و برای آنان محیط و غذای مناسب فراهم کند.

وی تمرکز بر جمعیت مسلمان جهان و قرار دادن آنان به عنوان جامعه هدف گردشگری ایران را پیشنهاد کرد و گفت: برای جذب این جمعیت باید برنامه ریزی دقیقی صورت گیرد تا این بازار برای صنعت گردشگری ایران حفظ شود.

استاد رشته گردشگری دانشگاه، آشنایی مشاغل مرتبط با گردشگری با زبان گردشگران یکی از ملزومات این بخش برشمرد و گفت: در کشورهای گردشگر پذیر یک گارسون رستوران با پنج زبان برای پذیرایی از گردشگران آشنایی دارد.

رونق گردشگری بدون حضور در دهکده جهانی امکان پذیر نیست

وی برقراری ارتباط با کشورها را یکی از زیرساخت های صنعت گردشگری برشمرد و گفت: باید جزو دهکده جهانی باشیم تا صنعت گردشگری توسعه پیدا کند و نبودن در این دهکده امکان رشد و بالندگی به صنعت گردشگری را نخواهد داد.

وی صلح و امنیت، زیرساخت های فیزیکی، برنامه ریزی دقیق، ارتباطات گسترده را از ملزومات صنعت گردشگری برشمرد و گفت: برای توسعه صنعت گردشگری باید همه بخش ها همسو با هم رشد کنند.

بر نپایداری گردشگری بیشتر از بایدها تکیه کنیم

جعفری با اشاره به وجود نظرات متعدد و برخی مخالف صنعت گردشگری گفت: نباید هابی که مطلوب جامعه در صنعت گردشگری است باید مشخص شود و برای آن برنامه ریزی کرد. تمرکز بر بایدها ممکن است فرصت های بسیاری را از دست بدهد و از طرفی نتیجه چندانی حاصل نکند.

وی تاکید کرد: شهر اصفهان را آنچنان که دوست داریم باید به جهانیان معرفی کنیم و میزبان می تواند مهمان متناسب با فرهنگ خود را جذب کند.

وی اضافه کرد: ایران به صنعت گردشگری نیاز دارد که به افزایش کیفیت زندگی کمک کند و برای گردشگران یک جای مناسب برای دیدن و یک جای مناسب برای زندگی ایجاد کند.

سید عبدالحسین ساسان استاد اقتصاد دانشگاه اصفهان در این نشست گفت: استان صنعتی اصفهان دیگر کشش تولید آلودگی از سوی واحدهای صنعتی ندارد و به صنعت با کیفیت پاک نیاز دارد.

علی نادری مشاور عالی اتاق بازرگانی اصفهان در این نشست از توجه اتاق بازرگانی به توسعه پایدار استان خبر داد و گفت: صنعت گردشگری به عنوان یکی از مزیت های اصلی استان شناخته شده و کمیسیون گردشگری و برند شهری به دنبال رونق این صنعت در استان است.

وی ایجاد مثلث گردشگری ایران شامل شهرهای اصفهان، شیراز و یزد و ایجاد دبیرخانه مشترک در اتاق اصفهان را گامی عملیاتی در رونق این صنعت عنوان کرد.

مهدی مقدری منتخب شورای شهر اصفهان در این جلسه گفت: حکمرانی خوب در اقتصاد شهر می تواند زمینه توسعه بخش های مولد و خدماتی را فراهم سازد. وی افزود: ثبات، نفی خشونت، پایداری امنیت می تواند به توسعه صنعت گردشگری اصفهان کمک کند.

وی خواستار تدوین نقشه راه گردشگری برای سال 1400 اصفهان شد و گفت: شورای شهر و شهرداری می تواند ریل گذاری صنعت گردشگری اصفهان را با همکاری سازمان های متولی به خوبی انجام دهد.