



آمادگی اتاق بازرگانی اصفهان برای ارائه بسته‌های پیشنهادی حوزه گردشگری به مجلس شورای اسلامی

کمیسیون گردشگری، صنایع دستی و فرش اتاق بازرگانی اصفهان اقدام به برگزاری نشست با حضور نماینده مجلس شورای اسلامی نمود.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان **مجتبی محفوظی**، عضو کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی در این نشست با بیان اینکه صنعت گردشگری در حال حاضر برای تمامی کشورهای جهان از اهمیت ویژه ای برخوردار است، گفت: با این وجود در کشور ما این صنعت مورد کم لطفی قرار گرفته است. مسئول کمیته میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی مجلس با بیان اینکه از زمان تصدی این کمیته تاکنون تلاش زیادی برای شناساندن اهمیت صنعت گردشگری، پتانسیل های بالای این صنعت در ایران، ضرورت توجه و استفاده از این ظرفیت و تشریح منافع حاصل از استفاده حداکثری از این پتانسیل به اعضاء کمیسیون فرهنگی انجام گرفته است ابراز امیدواری کرد با روی کارآمدن دولت جدید و تشکیل جلساتی در این حوزه با وزیر میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و معاون مربوطه، این صنعت توسعه یابد. محفوظی گفت: برای توسعه و رونق صنعت گردشگری کشور می توان از اصفهان به عنوان قطب میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کشور شروع کرد. عضو کمیسیون فرهنگی مجلس اصفهان را یکی از ظرفیت های ویژه گردشگری کشور دانست و تاکید کرد: اصفهان در این صنعت از دیگر استان های کشور جلوتر بوده که نشان از پشتکار و تلاش مردم این استان دارد.

محفوظی در ادامه با تاکید بر اینکه رفع اثرات تحریم ها علیه کشورمان در صورت قدرت بیشتر صنعت گردشگری به راحتی ممکن بود، افزود: بخش اعظمی از مشکلات صنعت گردشگری تنها از طریق هزینه کردن دولت قابل حل است اما باید توجه داشت طی دو سال گذشته تحت تاثیر کرونا و تحریم های ظالمانه، درآمدهای دولت کاهش یافته است. وی با بیان اینکه پیگیری رفع مشکلات قانونی صنعت گردشگری از طریق وزارتخانه مربوطه و مرکز پژوهش های مجلس خواهم بود، اظهار نمود: بنده به عنوان عضوی از جامعه گردشگری کشور پیگیری راهکارهای خروج این صنعت از خوددگی و رونق آن هستم.

در ابتدای این نشست نیز **علی کرباسی زاده**، مشاور عالی رئیس اتاق بازرگانی اصفهان گفت: پارلمان بخش خصوصی اصفهان با مشارکت تمامی ذینفعان گردشگری استان، چشم اندازی برای توسعه این صنعت در استان ترسیم کرده و در این مسیر در حال حرکت است.

وی با تاکید بر ضرورت توجه به این صنعت در کشورمان افزود: براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری از هر 11 فرصت شغلی در دنیا یک شغل مستقیماً در حوزه صنعت گردشگری فعال بوده و 9 درصد تولید ناخالص جهانی در این حوزه است. همچنین 6 درصد کل صادرات جهانی در کشورهای مختلف و 6 درصد صادرات کشورهای کمتر توسعه یافته مربوط به حوزه گردشگری است.

شهرهای تاریخی ایران دارای 500 میلیون نفر مخاطب در دنیا هستند

کرباسی زاده با اشاره به عبور تعداد گردشگران خارجی از 1.2 میلیارد نفر تصریح کرد: 37 درصد انواع گردشگران خارجی گردشگران فرهنگی-تاریخی هستند و ما در شهرهایی مثل اصفهان، یزد، شیراز، کرمان و دیگر شهرهای تاریخی حدود 500 میلیون نفر مخاطب در دنیا داریم.

دبیر ستاد احیای گردشگری اصفهان در ادامه با بیان اینکه گردشگران فرهنگی-تاریخی دنیا مراکز و جاذبه های تاریخی دنیا را بازدید کرده و در حال بازدید دوم و سوم از این اماکن هستند، کمبود مقاصد گردشگری را یکی از موارد موجود بیان و تصریح کرد: در این شرایط جاذبه های فرهنگی و تاریخی ایران مقاصد بکر برای چنین گردشگرانی است. وی همچنین با اشاره به عبور تعداد گردشگران داخلی دنیا از مرز 6 میلیارد نفر افزود: گردشگری دارای بیشترین تاثیر در حوزه انتقال فرهنگ، دوستی میان ملت ها، کاهش تنش و تسخیر بین کشورهای همسایه و بیشترین اثر در کاهش التهابات اجتماعی و اصلاح روحیه شهروندان است.

آمار جذب گردشگر در کشورهای مختلف

کرباسی زاده همچنین به مقایسه آمار جذب گردشگر در کشورهای مختلف دنیا در سال 2019 پرداخت و گفت: در حالیکه در برخی کشورها همچون امارات میزان جذب گردشگر با 9 میلیون نفر جمعیت، 21 میلیون بوده و یا در مالزی با 33 میلیون نفر جمعیت 26 میلیون نفر در ترکیه با 84 میلیون نفر جمعیت 51 میلیون نفر جذب گردشگر صورت گرفته، این رقم در ایران با 85 میلیون نفر جمعیت در بهترین شرایط 9 میلیون نفر برآورد می شود.

دبیر ستاد احیای گردشگری اصفهان همچنین اشتغال حوزه گردشگری در کشورهای امارات، مالزی، ترکیه و ایران را به ترتیب 600 هزار نفر، 1 میلیون و 700 هزار نفر، 2 میلیون و 300 هزار نفر و 1 میلیون و 700 هزار نفر بیان و تاکید کرد: در کشورمان همانگونه که در بخش های تولید، اداری، نیروی انسانی و سازمانی با کاهش بهره وری مواجه هستیم، این کاهش در حوزه گردشگری نیز به شدت مشهود است.

مقایسه هزینه سرانه تبلیغات و برندینگ گردشگری بین المللی در ایران و سایر کشورها

کرباسی زاده در ادامه با مقایسه سهم کل اشتغال، سرمایه گذاری و سهم گردشگری در GDP کشورهای مذکور تاکید کرد در حالیکه در سال 2019 امارات برای سرانه گردشگر خود 10 دلار هزینه تبلیغات کرده است این رقم در مالزی و ترکیه 6 دلار و در ایران 2 دهم دلار بوده است.

سرانه جذب گردشگرها در کشورهای مختلف

مشاور عالی رئیس اتاق بازرگانی اصفهان همچنین گفت: سازمان جهانی گردشگری بر اساس تعداد گردشگر و بودجه هزینه شده در حوزه تبلیغات و بازاریابی، کشورها را به دسته های پیشرو، موفق و نوظهور و خواهان موفقیت تقسیم بندی کرده است که در این گزارش کشورهای پیشرومانند فرانسه، اسپانیا، آلمان بین 1 تا 2 دهم دلار در این زمینه برای هر گردشگر هزینه کرده اند، کشورهای نوظهور در این زمینه مثل استرالیا، ترکیه و دبی به ازای هر گردشگر 4 تا 10 دلار بودجه دارند و این رقم در کشورهای خواهان موفقیت مانند قبرس و نیوزلند بین 10 تا 46 دلار و در مقاصد خاورمیانه مثل مراکش، تونس و الجزایر بین 4 تا 5 دلار است این در حالی است که سرانه جذب هر گردشگر خارجی در کشورما رقمی حدود 20 سنت است.

کرباسی زاده با اشاره به تبلیغات سوء کشورهای مختلف علیه ایران در حوزه گردشگری، افزایش هزینه در زمینه بازاریابی و تبلیغات کشور در این صنعت را بسیار ضروری عنوان کرد و خواستار توجه جدی به میحت ساماندهی تعطیلات کشور شد. وی تصریح کرد: با ساماندهی درست تعطیلات فصلی و آخرهفته می توان اقتصاد گردشگری را متحول کرد.

دبیر ستاد احیای گردشگری اصفهان گفت: بر اساس پیش بینی های صورت گرفته گردشگری خارجی تا سال 2027 به حالت عادی پیش از پاندمی کرونا بازخواهد گشت لذا

سازمان جهانی گردشگری برنامه ریزی برای توسعه گردشگری داخلی و گردشگری غیر متمرکز توسعه گردشگری در روستاها، شهرها و مقاصد حومه ای و افزایش تعطیلات آخر هفته برای افزایش تحرکات گردشگری داخلی را توصیه می کند.

وی ترسیم چشم اندازی 4ساله از صنعت گردشگری کشور را در برنامه ریزی دقیق در این زمینه موثر دانست و از اعلام آمادگی کمیسیون گردشگری، صنایع دستی و فرش اتاق بازرگانی اصفهان برای کمک به توسعه این صنعت در کشور به وی و ZWJ&ژ از طریق ارائه بسته های پیشنهادی به مجلس شورای اسلامی خبر داد.

در ادامه این نشست روسای انجمن ها و اتحادیه های حوزه گردشگری به بیان موانع و راهکارهای توسعه این صنعت پرداختند.