



گردشگری کرمان فصلنامه

کمیسیون گردشگری و حمل و نقل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان

سال دوم / شماره پنج / تابستان ۱۳۹۳ / ۲۰ صفحه

Number 5 / 20 pages



رنگ یلان کوير لوت

- ۲ انتظارات صنعت گردشگری و برنامه ششم توسعه
- ۲ توریست خسته
- ۳ نگاهی به شعارهای روز جهانی جهانگردی در قرن ۲۱
- ۴ معرفی ژئوسایت جبلیه
- ۶ زنجیره ارزش گردشگری
- ۸ معرفی پایگاه اینترنتی گردشگری کرمان به زبان انگلیسی
- ۱۰ ناشناخته‌های کویر لوت؛ چشمه گزی هامون
- ۱۴ گردشگری سلامت
- ۱۸ اخبار



سخن مدیر مسئول

■ **سید محمد ابراهیم علوی**

مدیر مسئول - رئیس کمیسیون گردشگری و حمل و نقل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان و نایب رئیس کمیسیون گردشگری و خدمات اتاق ایران

انتظارات صنعت گردشگری و برنامه ششم توسعه

۱۱- تخصیص و پرداخت تسهیلات کم بهره با بازده زمانی ۱۵ ساله برای احداث و بازسازی هتل‌ها و محل‌های اسکان موقت، پرداخت تسهیلات با بازده زمانی ۵ ساله برای متقاضیان بازسازی خانه‌های دارای قدمت و ارزش تاریخی و کاروانسراهای بین راهی در سطح کشور.

۱۲- اعطای تسهیلات کم یا بدون بهره و طولانی مدت برای بخشی از فعالیت‌های گردشگری بویژه هتل‌های با استانداردهای بین‌المللی.

۱۳- مساعدت و حمایت از فعالان گردشگری بویژه تور گردانان، تامین هزینه‌های بازاریابی بین‌المللی و برقراری بیمه‌های درمانی قشر تور گردانان که عمدتاً به صورت پاره وقت فعالیت دارند.

۱۴- تعیین اعتبار بودجه مستقل سالانه برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری بویژه در حمل و نقل جاده‌ای، هوایی، دریایی.

۱۵- افزایش تخصیص تسهیلات کم بهره و حمایتی سالانه به فعالان بخش گردشگری.

۱۶- گسترش همکاری و تشکیل جلسات مشترک با سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با اتاق ایران و تشکیل و ثبت تشکلهای گردشگری از طریق اتاق‌های بازرگانی.

۱۷- هدایت فعالان صنعت گردشگری به اتاق ایران جهت عضویت و دریافت کارت بازرگانی با نگاه به گسترش فعالیت‌های بین‌المللی در این بخش.

به عنوان یکی از اعضای شورا.

۴- برقراری ویزای شبهه‌شینگ بین ایران و ۵۷ کشور اسلامی و منطقه‌ای اکو.

۵- ایجاد شرایط برای استفاده از «مستر کارت» و ویزا کارت برای توریست‌های ورودی به ایران از طریق بانک‌های بعضی کشورها که با ایران روابط تجاری و بانکی دارند یا بانک‌های خصوصی ایران.

۶- حمایت همه جانبه دولت از گردشگری سلامت و ایجاد شهرک‌های سلامت و واگذاری دبیرخانه شورای راهبردی گردشگری سلامت به اتاق ایران.

۷- اهتمام و حمایت جدی با اختصاص پارانه برای حضور و مشارکت فعالان صنعت گردشگری در نمایشگاه‌ها و کنفرانس‌ها و سایر گرهمایی‌های مرتبط با صنعت گردشگری داخلی و خارجی.

۸- تخصیص و پرداخت مشوق‌های کافی به ازای ورود هر توریست به دفتر خدمات مسافرتی هوایی و گردشگری و تور گردانان.

۹- تامین اعتبار کافی برای تهیه سند جامع و نقشه راه گردشگری کشوری و استانی.

۱۰- فرهنگ‌سازی با عنایت به رشد و توسعه صنعت گردشگری همراه با معرفی جاذبه‌ها و فرصت‌های سرمایه‌گذاری کشوری و استانی، بهره‌گیری از امکانات رسانه‌ای و ماهواره‌ای ایران در شبکه‌های داخلی و خارجی با نگاه به پایین بون هزینه‌های توریسم در ایران.

گردشگری صنعت سبز (پاک) است. توجه به صنعت گردشگری یکی از راهکارهای اساسی، کم هزینه و مشارکت‌پذیر مردمی برای خروج از رکود تومری است، صنعت گردشگری بعد از صنایع نفت، گاز و خودروسازی، سومین صنعت اشتغالزا و درآمدزای کشورهاست، ایران دهمین کشور دنیا از نظر جاذبه‌های گردشگری و پنجمین استان کشور به لحاظ تنوع و تعداد جاذبه‌ها و توانمندی‌های گردشگری است و همین امر ایجاب می‌کند که فعالان این بخش در استان اعم از دولتی و خصوصی، در تدوین لایحه بودجه ۱۳۹۴ کل کشور و همچنین تدوین لایحه برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور مشارکت فعال داشته و پیشنهادات کارشناسانه و منطقه‌ای و گره‌گشایانه خود را از طریق مراجع متعدد ذیربط (سازمان میراث فرهنگی، استانداری، تشکلهای مختلف صنعت گردشگری و اتاق‌های بازرگانی، مجمع نمایندگان مجلس و...) به دولت و مجلس پیشنهاد و پیگیری گردد. بهمین منظور انتظارات و پیشنهادات کمیسیون گردشگری برای بررسی و نظر خواهی فعالان به شرح زیر اعلام می‌گردد.

۱- تغییر و تبدیل سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به وزارتخانه مستقل.

۲- خروج کارگروه گردشگری مجلس شورای اسلامی از کمیسیون فرهنگی و تشکیل یک کمیسیون مستقل تخصصی در خانه ملت.

۳- احیاء شورای عالی گردشگری در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و عضویت ریاست اتاق بازرگانی ایران

توریست خسته

قهوه برای رفع خستگی، پیشنهاد دم نوشی از گیاهان دارویی و معطر استان هم خستگی را از تن بیرون می‌کند و هم معرفی خوبی است وجود بازارچه‌های صنایع دستی در مقاصد گردشگری و... هر یک می‌تواند بر جذابیت سفر بیفزاید، پدیهی است بی‌توجهی به این مسایل بسیار ساده در روند توسعه گردشگری تأثیر منفی دارد، تعجب‌آور است! مسایلی که به راحتی، با اندکی تدبیر و برنامه‌ریزی و البته پیگیری به راحتی قابل حل است این گونه مشکل‌ساز شده است! بهر حال اگر ما می‌خواهیم از داشته‌هایمان به بهترین نحو ممکن استفاده کنیم، اگر می‌خواهیم در این صنعت موفق باشیم باید دلسوزانه‌تر و جدی‌تر عمل کنیم با توجه به این‌که گردشگری از جمله صنایع فرابخشی محسوب می‌شود بر کلیه بخش‌های جامعه تأثیر می‌گذارد بنابراین باید دلسوزانه‌تر و جدی‌تر به آن نگاه کرد که متأسفانه عملکرد فعالان هم در بخش خصوصی و هم بخش دولتی به‌ویژه در بخش خدمات مورد نیاز گردشگران خلاف این را نشان می‌دهد.

یک توریست خارجی گذاشتن حجاب محدودیت محسوب نمی‌شود و او را آزار نمی‌دهد او با همین شناخت به ایران سفر می‌کند بنابراین قصد او چیز دیگری است در عین حال وجود امکانات اولیه و خدمات مورد نیاز سفر را برای او راحت‌تر و جذاب‌تر می‌کند، بدون شک چیزی که باعث ناراضیاتی و خستگی روح و جسمی او می‌شود کمبود و ای بسا نبود! خدمات است که، یکی از مهم‌ترین آن‌ها خدمات بانکی است، امکان استفاده از کارت اعتباری و مستر کارت در بیشتر هدف‌های گردشگری دنیا وجود دارد اما متأسفانه کشور ما فاقد این خدمات است و همین کار را مشکل می‌کند، یکی دیگر از مسایلی که به آن توجه کافی و لازم نشده است کمبود و مناسب نبودن وضعیت سروس‌های بهداشتی بین راهی است، که گاهی حتی در مراکز اقامتی هم به شدت آزاردهنده است و این چیزی نیست که به راحتی بتوان از کنار آن گذشت هر چند هرگز به آن اهمیت داده نشده است، وجود ایستگاه‌هایی برای استراحتی کوتاه، نوشیدن فنجانی چای یا

گردشگری مقوله عجیبی است، جذاب، متنوع، رنگارنگ و به ظاهر آسان است آن قدر که فکر می‌کنیم هیچ ساز و کاری نیاز ندارد، همین که یک بنای تاریخی، چندجای دیدنی داریم کافی است، اما منتع هم هست چون صرفاً داشتن بناهای تاریخی، مکان‌های دیدنی، کویر، کوه، دریا و... برای موفق بودن در این بخش کافی نیست، باید با فکر و اندیشه در این وادی حرکت کرد، باید خلاقیت و نوآوری داشت، باید در کنار آثار باستانی، مناظر زیبا، کویر پُرراز و رمز جذابیت‌های دیگری هم فراهم کرد، باید برای جذب توریست و گردشگر در کنار همه آنچه داریم امکانات خوب هم داشته باشیم، خدمات خوب هم ارائه نماییم، گردشگر و توریست با توجه به شرایط و بافت هر منطقه و با شناخت کامل سفر می‌کند، یک توریست هرگز فقط برای اقامت در یک هتل ۵ ستاره سفر نمی‌کند، قطعاً همه این امکانات در کشور خودش فراهم است، قصد توریست سفر برای آشنایی با مناطق مختلف و برای دیدن ناشناخته‌هایی است که مورد علاقه اوست، برای



سخن سردبیر

■ **بتول ایزدپناه**

سردبیر و عضو کمیسیون گردشگری و حمل و نقل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان



مقاله

محمد جهانشاهی

عضو انجمن بین‌المللی اکوتوریسم

نگاهی به شعارهای روز جهانی جهانگردی در قرن ۲۱

شعاری فراگیر و جهانی در نظر گرفته می‌شود که جریانی در همسوسازی بیشتر و بهتر فعالیت‌های جهانی می‌باشد. با نگاهی به شعارهای این نهاد بین‌المللی از سال ۲۰۰۰ به این سو، نقش و جایگاه این صنعت در مسیر تحقق اهداف بلند «هزاره» را در خواهیم یافت.

۲۰۰۰- فن آوری و طبیعت، دو چالش گردشگری

در آغاز قرن ۲۱

۲۰۰۱- گردشگری ابزاری برای صلح و گفتگوی میان تمدن‌ها (برگرفته از تلاش‌های بین‌المللی دولت جمهوری اسلامی ایران)

۲۰۰۲- اکوتوریسم و توسعه پایدار

۲۰۰۳- گردشگری، نیروی محرکه برای کاهش فقر، اشتغال زایی، هماهنگی اجتماعی

۲۰۰۴- ورزش و گردشگری، دو نیروی زنده برای

درک متقابل فرهنگ و توسعه جوامع

۲۰۰۵- سفر و حمل و نقل، از تخیل ژول ورن تا واقعیت قرن ۲۱

۲۰۰۶- گردشگری غنا می‌بخشد

۲۰۰۷- گردشگری درها را به روی زنان می‌گشاید

۲۰۰۸- گردشگری در پاسخ به چالش آب و هوا و گرم شدن کره زمین

۲۰۰۹- گردشگری، تجلیل از تنوع

۲۰۱۰- گردشگری و تنوع زیستی

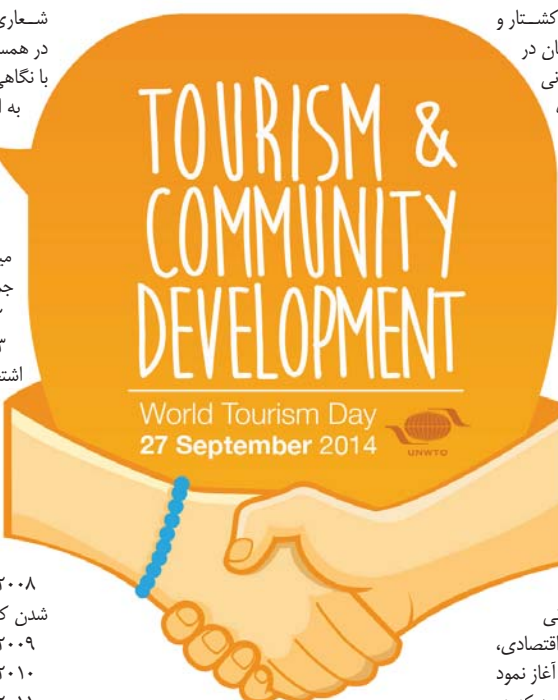
۲۰۱۱- گردشگری، پیوند فرهنگ‌ها

۲۰۱۲- گردشگری و انرژی‌های پاک

۲۰۱۳- گردشگری و آب

و امسال نیز یکی از مباحث مهم و بسیار با اهمیت، مورد نظر سازمان جهانی جهانگردی قرار گرفته «گردشگری و توسعه جوامع محلی»^۱.

با نگاهی به این شعارها به خوبی می‌توان دریافت که کشورهای پیشرو در این صنعت به خصوص کشورهای در حال توسعه چگونه با بومی‌سازی این موارد مسیر خود را به پیش می‌برند و اکنون سهم خود از این بازار یک میلیارد و سیصد میلیون نفری و از بزرگ‌ترین فعالیت انسانی جهان امروز را برداشت می‌کنند و چه خوب بود ما نیز در کشور خود به دور از آمارسازی و حاشیه پردازی سعی بر حرکت در این مسیر با نگاه جدی به گردشگری داخلی و نیز به گردشگری بین‌المللی متناسب با شرایط خود برنامه‌ریزی می‌نمودیم. که در بسیاری موارد چالش‌های ما جدا از چالش‌های جهانی متبلور در این شعارها نیست.



۳- برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان

۴- کاهش مرگ و میر اطفال

۵- تامین وضعیت مادران

۶- مبارزه با ایدز، مالاریا و سایر بیماری‌ها

۷- تضمین پایداری محیط زیست

۸- مشارکت جهانی برای توسعه

موارد فوق که از دل دغدغه‌ها، چالش‌ها و نیازهای امروز و به گونه‌ای فرای جوامع بشری بیرون آمده‌اند وظایف سنگینی را بر دوش کلیه دست‌اندرکاران، فعالان، کارگزاران و به خصوص نخبگان بخش‌های مختلف به خصوص طیف‌های پیش‌برنده جامعه امروز گذارده است.

سازمان جهانی جهانگردی نیز با ابزارهای خود سعی در حرکت بر این مدار دارد. پس از این که در سال ۱۹۷۹ تصمیم بر انتخاب ۲۷ سپتامبر (سال روز تاسیس سازمان جهانی در مادرید) به عنوان روز جهانی جهانگردی گرفته شد از سال ۱۹۸۰ نیز هم‌زمان با این روز یک موضوع^۲ در قالب

اواسط قرن بیستم و پس از این که ماشین کشتار و خونریزی جهانی در ایستگاه دوم متوقف شد، جهان در مسیر ایجاد فضای دیگری گام برداشت تا خط پایانی شاید بر گذشته‌ی دهشتناک خود ترسیم کرده باشد. در سال ۱۹۴۵ با پایه‌ریزی سازمان ملل شاهد عزم جهانی برای مشارکت بیشتر، افزایش معنی‌داری پیدا کرد. چالش‌ها، نیازها و اهداف سر برآوردند و در سایه سازمان ملل، سازمان‌های جهانی مختلف با اهداف و وظایف خاص به فراخور شرایط تشکیل شد تا این که در سال ۱۹۶۹ سازمان ملل با توجه به اهمیت روزافزونی که جهانگردی معطوف خود می‌ساخت «اتحادیه بین‌المللی سازمان‌های رسمی مسافرتی»^۱ که سال ۱۹۴۶ در لندن شکل گرفته بود خواست که در زمینه جهانگردی با سازمان‌های موجود در سازمان ملل همکاری نماید. در ادامه این روند و در سال ۱۹۷۴ مقدمات سازمان جهانی جهانگردی فراهم گردید و یک‌سال بعد اولین مجمع عمومی این سازمان جدید در مادرید برگزار گردید و پس از ۳۰ سال مدیریت گردشگری بین‌المللی توسط اتحادیه، سازمان جهانی جهانگردی در شرایطی که گردشگری امتیازی اقتصادی، فرهنگی و اخلاقی شناخته می‌شد، کار خود را آغاز نمود تا در دهه‌های بعد تجربه‌دار فعالیت عظیمی باشد که در زندگی صدها میلیون نفر در سراسر جهان تاثیرگذار باشد. آموزش، تسهیلات، حمایت، روابط فرهنگی، مشارکت و ... در سال‌های مختلف به‌گونه‌ای در مسیر ارتقاء این فعالیت که حالا تبدیل به یک صنعت شده است نمودار شدند و روز به روز بر ارزش‌های این فعالیت به عنوان یکی از نمودهای جامعه امروز بشری افزوده شدند. این روند رو به رشد ادامه داشت تا این که در سال ۲۰۰۰ و با آغاز قرن ۲۱ سازمان ملل در مسیر تازه ترسیم شده‌ای که تحت تاثیر شرایط جهانی شکل گرفته بود نسبت به اعلام اهداف هشت‌گانه خود اقدام نمود. اهدافی که به نام «توسعه هزاره»^۲ از آن‌ها یاد می‌شود که در واقع خط مشی کشورهای عضو بود که بر سر انجام آن‌ها توافق شد و مقرر گردید تا سال ۲۰۱۵ پیگیری و گزارش‌های مربوط به این مسیر ارائه گردد، این ۸ هدف کلی عبارتند از:

۱- ریشه‌کنی فقر

۲- تامین آموزش ابتدایی در سطح جهان



معرفی منطقه‌ی گردشگری



سید عبدالرضا جعفری صدر

عضو کمیسیون گردشگری و حمل و نقل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان
استادیار دانشگاه آزاد اسلامی

معرفی ژئوسایت جلیه

در همان مکان قابل توضیح می باشد، مشاهده می گردد. استفاده از این جذابیت‌ها توانایی و قابلیت‌های توسعه گردشگری در یک مکان را فراهم می‌نماید علاوه بر این با تشریح علت پدید آمدن یک عارضه و معرفی صحیح آن موجب آشنایی گردشگران و علاقمندان با پدیده‌های طبیعی و نحوه تشکیل آن‌ها می‌گردد.

وجود اشکال فرسایشی، رسوبی و زمین شناسی همراه با دسترسی‌های آسان از جمله مزیت‌های این ژئوسایت در حاشیه شهر است که با فاصله کوتاه و صرف اندک زمانی قابل دسترسی است گردشگری همیشه به معنی تفریح و تعطیلات طولانی مدت نیست گاهی تنها شکل مثبت آن گذراندن وقت است، به‌نحوی که باعث لذت بردن از جاذبه‌های طبیعی باشد نصب تابلوهای راهنما و تشریح چگونگی تشکیل این پدیده‌ها علاوه بر افزایش آگاهی باعث جلب گردشگر می‌شود.

مردم از دیرباز پیوسته با طبیعت و زمین ارتباطی عمیق و ذاتی داشته‌اند و بسیاری از رخدادها آن را با فرهنگ خود عجین نموده‌اند. گاهی پدیده‌های زمین شناسی با ریخت‌های ویژه دست مایه داستان‌سرایان و اسطوره‌سازی شده‌اند.

در حال حاضر استفاده از این ژئوسایت به گونه یک تفریح‌گاه در روزهای تعطیل در تمام ایام سال در جریان است وجود مزار شهدا و قبور باعث شده تا در روزهای پایان هفته شلوغ‌تر از همیشه باشد اما این بخش از شهر می‌تواند کاربردهای متعددی و وسیع تری بیش از آنچه موجود است داشته باشد.

این منطقه از شهر مستعدترین بخش از نظر توسعه ژئوتوریستی است، امروزه ارزش طبیعت و میراث زمین به سرعت در حال تبدیل شدن به نیروی مولد جدیدی در صنعت گردشگری و ژئوتوریسم است.

در ژئوسایت جلیه امکان شناسایی و معرفی مکان‌های ژئومورفوتوریسم، ژئوپیت و ژئواسپورت برای ایجاد ورزش‌های کوهستانی مانند دوچرخه سواری کوهستان، صخره نوردی و ... می‌باشد و می‌توان آن را به عنوان یک ژئوسایت معرفی نمود.

در بخش شرقی ارتفاعات هجوم دایک‌های دیوریتی باعث ایجاد دگرگونی مجاورتی در سنگ‌های آهکی گشته است که باعث تشکیل کانی‌های گارنت، کلسیت، وزویانیت، اپیدوت و ... شده است که مورد توجه دانشگاه جهت آموزش است و از این بخش از ارتفاعات بعنوان یک موزه طبیعی کانی‌شناسی نام برده شده است.

چشم انداز طلوع و غروب خورشید از فراز ارتفاعات مشرف به شهر توصیفی وصف نشدنی دارد قرار بود که از قلعه اردشیر تا بالای ارتفاعات مشرف به جنگل قائم تله کابین اجرا شود. اجراء تله کابین می‌تواند انبوهی از



شکل ۱: منظره عمومی ارتفاعات صاحب الزمان و ژئوسایت جلیه، نگاه تصویر به سمت شرق است. وجود آثار تاریخی و فرهنگی و تنوع پدیده‌های ژئوتوریستی کاربرد آن را بعنوان یک ژئوسایت بیشتر می‌نماید.



شکل ۲: منظره جنگل قائم، در این تصویر بخشی از شهر کرمان در گوشه سمت چپ بالای تصویر نیز دیده می‌شود.



شکل ۳: نمایی از کوچه‌های فرسایشی طبیعی در بخش جنوبی کوه صاحب الزمان، در این تصویر کوچه طبیعی دیده می‌شود که بر اثر فرسایش متفاوت سنگ‌های آذرین بوجود آمده است در ابتدا سنگ‌های آذرین در درزه و شکاف‌های سنگ‌های رسوبی کربناتی نفوذ کرده و سپس هوازده و فرسوده شده‌اند. کوچه فرسایشی طبیعی یکی از گونه‌های عوارض مرفولوژیکی (ریخت شناسی) منحصر بفرد است که در ارتفاعات کوه صاحب‌الزمان در امتداد گسله‌های با روند تقریباً شمالی جنوبی تشکیل شده‌اند.



شکل ۴: نمایی دیگر از کوچه فرسایشی در ژئوسایت جلیه، این کوچه محل عبور کوهپایان است.

مرکز آمار کشور در اسفند ماه ۱۳۹۲ پیش‌بینی کرده است که با خروج تدریجی کشور از رشد اقتصادی زیر صفر، شاهد تحولات شگرفی در زمینه اقتصاد و کاهش تورم خواهیم بود. برنامه‌ریزی رشد ۳ درصدی دولت در سال ۱۳۹۳ اگرچه تاکنون محقق نشده، اما خوشبینانه امیدوار هستیم اتفاق بیافتد تا پس از رکود سال‌های گذشته در بخش‌های گردشگری، تولیدی و صنعتی باعث افزایش اشتغال، کاهش تورم و رونق مجدد اقتصادی در همه زمینه‌ها باشیم.

اهمیت توجه و توسعه صنایع اشتغال‌زا به‌خصوص آن‌دسته از صنایعی که نیاز به ایجاد زیرساخت‌های زمان‌بر و پرهزینه برای افزایش اشتغال و رونق کسب و کار ندارند، همواره مد نظر دولت تدبیر و امید بوده و هست.

مطالعه و تحقیق در مورد تجربه کشورهای مانند چین در این زمینه راهگشا می‌باشد، استفاده از این تجربه‌ها و بکارگیری تکنیک‌های اشتغال‌زایی می‌تواند به خروج از رکود تورمی و کاهش نرخ بیکاری و رونق اقتصادی کشور کمک نماید.

استفاده از مزیت‌های نسبی صنعت گردشگری استان و گره زدن اقتصاد داخلی با گردشگری داخلی برای جلب رضایت متقاضیان بومی در وهله نخست و آشنایی جوامع محلی با فراز و نشیب‌های این صنعت می‌تواند توام با آموزش‌های ضروری در بخش گردشگری سبب رشد این صنعت و ضمانت تامین بقای آن را فراهم آورد و از سوی دیگر بتدریج باعث جلب و جذب گردشگران خارجی نیز گردد.

استفاده از مزیت‌های "ژئوتوریستی" برای ایجاد جاذبه و کشش در تحول یک منطقه به عوامل متعددی از جمله میزان فاصله آن از مراکز جمعیتی دارد. کوه صاحب الزمان در شرق کرمان با فاصله کوتاه از شهر دارای جاذبه‌های متنوع تاریخی، فرهنگی و ژئوتوریستی است که استفاده از همه آن‌ها به‌عنوان یک ژئوسایت تاکنون مغفول مانده است.

"ژئوسایت جلیه" شامل آثار تاریخی مانند گنبد جلیه، تخت دریا قلی بیگ، قلعه اردشیر، قلعه دختر و آثار طبیعی زمین شناسی نظیر گونه‌هایی از سنگ‌های آذرین، رسوبی و دگرگونی، دایک‌ها، گسل‌ها و عوارض ژئومورفولوژیکی است که علاوه بر نقش آموزشی و فرهنگی می‌تواند باعث ایجاد مجموعه‌ای از کسب و کار و رونق اقتصادی گردد.

پدیده‌های زمین شناسی قابل مشاهده در ژئوسایت جلیه منحصر بفرد هستند.

علت منحصر بفرد بودن این پدیده‌ها این است که این چشم اندازها غیر قابل تکرار در مکان دیگری می باشند و این جذابیت زمین شناسی است که به‌گونه ای غیر قابل تکرار و منحصر بفرد، به‌گونه ای که یک پدیده فقط



شکل ۸: در هاله دگرگونی یکی از دایک‌های ژئوسایت جلیله، کانی‌های دگرگونی منحصر بفرد گارنت، کلیست و وزوینیت را ملاحظه می‌نمائید.



شکل ۱۰: تصویر فرسایش پوست پیازی در سنگ‌های آذرین حاشیه ارتفاعات



شکل ۹: نمایی از اشکال فرسایشی کارستیک و تافونی که در ارتفاعات دیده می‌شود.



شکل ۶: در این نما به اشکال مختلفی که بر اثر تابش نور خورشید و سایه روشن‌های آن بوجود آمده و احجام و تندیس‌هایی که تصور می‌شود توجه نمایند. اسطوره‌های میتراپی، آدم داشی، دره ستاره‌ها، دره تندیس‌ها و سواران سنگ شده در سایر مناطق نمونه‌های این احجام هستند.



شکل ۱۱: نصب تابلوهای راهنمای تشریح زمین شناسی موقیت در همه مناطق اروپا در حاشیه جاده ها مرسوم است. نصب این تابلوها برای آگاهی زمین‌شناسان، علاقمندان و گردشگران بسیار مفید است.

گردشگران را به این منطقه جذب نماید.

فرسایش پوست پیازی در سنگ‌های آذرین، کوچه‌های فرسایشی، ساختارهای کارستیک و تافونی از دیگر موارد دیدنی هستند که در این ارتفاعات قابل مشاهده است.

ایجاد مسیرهای زمین‌شناسی، مسیرهای کوهنوردی، صخره نوردی و نصب پانل‌های راهنما جهت تشریح و تفسیر پدیده‌های زمین شناسی از جمله مواردی است که باعث غنای این مجموعه می‌گردد. اختصاص بخشی از ارتفاعات جهت صخره نوردی، ایجاد مسیرهای کوهنوردی همراه با نصب تابلوهای راهنما و ایجاد مسیرهای دوچرخه‌سواری کوهستان توانایی ایجاد انگیزه فراوان برای جذب گردشگران توریسم ورزشی و هیجانی را دارد. ژئوسایت جلیله در کنار محور هفت باغ می‌تواند باعث تکمیل و رونق گردشگری در شهر کرمان شود و میزان قابل توجهی اشتغال را از لحاظ کسب و کار حاشیه‌ای از جمله تولید و عرضه صنایع دستی، تهیه و ارائه غذاهای محلی، احداث پارک تفریحات آبی، قایق سواری، صخره‌نوردی، دوچرخه سواری کوهستان، کوهنوردی و ... بوجود آورد.

در پایان لازم است به بیانات اخیر استاندار کرمان در خصوص توسعه فضاهای شهری و مراکز رفاهی و عمرانی کرمان اشاره نمایم. که اعلام نمود کرمان باید به جایگاه بالاتری ارتقا پیدا کند و جاذبه‌های تاریخی شهر با توسعه عمران شهری هم‌گام شود، پرداختن به قابلیت‌های جذب گردشگری در کرمان ضروری است.



شکل ۷: منظره عمومی یک دایک دیوریتی در شرق ارتفاعات، در این تصویر دایک دیوریتی در سنگ‌های کربناته آهکی نفوذ کرده است. دایک یک واژه زمین شناسی است که به‌منظور شرح نفوذ سنگ‌های آذرین در درون سنگ میزبان بکار برده می‌شود. دایک‌ها بواسطه حرارت بالایی که نسبت به سنگ میزبان دارند باعث پختگی سنگ میزبان و دگرگونی آن می‌گردند.



مقاله

علی خزاعی

شرکت پیشگامان دانش کارمانیا

زنجیره ارزش گردشگری

Tourism Value Chain

مقدمه

یکی از مدل‌هایی که برای ارزیابی و تعیین حوزه‌های کسب و کار در حوزه‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد مدل "زنجیره ارزش پورتر" است. (مایکل پورتر موسس دوره راهبرد در هاروارد است، پورتر در زمینه مفاهیم و موضوع‌هایی همچون راهبرد، راهبرد رقابتی، مزیت رقابتی، زنجیره ارزش، و مزایای رقابتی ملل شهره آفاق است و یک متفکر با نفوذ محسوب می‌شود). در این مدل حوزه‌های کاری مهم در بنگاه شناسایی و طبقه‌بندی می‌شوند، هرچند مایکل پورتر این مدل را در ابتدا برای مؤسسات و شرکت‌های تولیدی و رقابتی مطرح نمود، لیکن از مفاهیم مطرح شده در این مدل می‌توان برای دسته‌بندی وظایف سازمان‌ها در حوزه‌های مختلف کسب و کار استفاده نمود. مطابق این مدل حوزه‌های کاری یک کسب و کار به دو گروه حوزه‌های کاری مأموریت‌های اصلی و حوزه‌های کاری مأموریت‌های پشتیبانی تقسیم می‌شوند. این حوزه‌های کاری به تنهایی و در پیوند با یکدیگر برای کسب و کار، تولید ارزش اقتصادی می‌نمایند. در واقع ارزش‌های ایجاد شده در فعالیت‌ها و وظایف مختلف منجر به شکل‌گیری ارزش در کل کسب و کار می‌گردد.

زنجیره ارزش ابزاری است که به وسیله آن امکان برخورد سیستماتیک با تمام حوزه‌های کاری یک کسب و کار فراهم شده و با تجزیه و تحلیل رفتار این حوزه‌های کاری می‌توان هر حوزه را در ارتباط با مزیت‌های رقابتی و عملکردی (کم کردن هزینه و بهبود کیفیت خروجی) در کل ارزیابی کرد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بکارگیری مفهوم زنجیره ارزش منجر به شکل‌گیری نگاه یکپارچه به فعالیت‌ها و وظایف مختلف و به تبع آن منابع می‌گردد. این امر کمک می‌نماید که منابع در جهت مزیت‌های کسب و کار مورد توجه و ارزیابی قرار گیرند.

صنعت گردشگری بنا به اهمیت و درآمدزایی بالای آن، لازم است که به گونه‌ای کارا مدیریت شود اما به جهت پیچیدگی‌هایی که این صنعت دارد اغلب اداره کردن آن با دشواری‌هایی همراه است. از این رو، در این مقاله صنعت گردشگری با استفاده از شناخت زنجیره ارزش آن تحلیل و تفسیر می‌شود.

عناصر موثر بر مزیت رقابتی در گردشگری

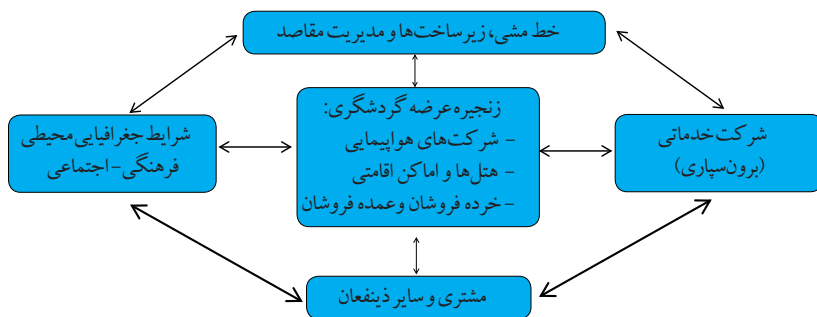
پویایی صنعت گردشگری به وضوح در ارتباط بین ارگان‌های موجود در گردشگری دیده می‌شود. محیط گردشگری به محیط خرد (آژانس‌های مسافرتی، هتل‌ها، تورگردان‌ها و ...) و محیط کلان (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ...) تقسیم می‌شود که بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و می‌توانند باعث ایجاد مزیت رقابتی برای مقاصد شوند.

مقاصد گردشگری از انواع مختلف سازمان‌هایی که مکمل یکدیگر هستند و در عین حال با هم در رقابت هستند تشکیل می‌شود و ساختار عرضه در صنعت گردشگری بسیار متنوع است. در شکل زیر یک مدل کلی در مورد زنجیره عرضه گردشگری ارائه شده است.

مدیریت زنجیره عرضه گردشگری

فرآیندهای اصلی زنجیره عرضه شامل لجستیک، بازاریابی و تدارک خدمات گردشگری است. فرآیندهای گردشگری شامل ثبت نام، حمل به مقصد، حمل و نقل در داخل مقصد، محل‌هایی برای اقامت و اسکان و جاذبه‌های گردشگری است. همچنین توسعه روابط بین شرکای موجود در زنجیره عرضه، مزیت رقابتی در گردشگری را بهبود می‌دهد. در شکل ۱ عناصر موجود در زنجیره عرضه گردشگری نشان داده شده که هر کدام را توضیح می‌دهیم. ۱. خطوط هوایی به طور چشمگیری در طول تاریخ حیات خود تکامل یافته‌اند و این شرکت‌ها در نتیجه اتحادهای

استراتژیک مختلفی شکل گرفته‌اند به منظور این که بتوانند با رقابت جهانی رو به رو شوند. خطوط هوایی می‌توانند در ایجاد مزیت‌های رقابتی برای مقاصد مؤثر باشند و امروز شرکت‌هایی با هزینه پایین ایجاد شده‌اند که توانسته‌اند برای مقاصد مزیت رقابتی ایجاد کنند. ۲. گردانندگان تور و آژانس‌های مسافرتی جزء شبکه سنتی فروش محصولات گردشگری هستند. با افزایش فروش آنلاین این آژانس‌ها در حال تکامل هستند و با افزایش فروش خود و افزایش کارآمدی فعالیت‌شان می‌توانند به موقعیت بهتری دست یابند. ۳. هتل‌ها و اماکن اقامتی با توجه به کیفیت خدمات و قیمت‌های رقابتی‌شان به خصوص در مورد هتل‌ها چهار و پنج‌ستاره می‌توانند در جذب گردشگر تأثیر بگذارند. ۴. عمده‌فروشان و خرده‌فروشان: در هر یک از مقاصد فعالیت‌ها و مکان‌هایی وجود دارد که مکمل فعالیت‌های معمول گردشگری هستند و باعث جذب گردشگر می‌شوند. آن‌ها باعث افزایش ارزش افزوده برای صنعت گردشگری و زنجیره عرضه آن می‌شود که شامل مراکز فروش، رستوران‌ها، ورزشگاه‌ها و مراکز ورزشی و ... می‌باشد. ویژگی‌های فرهنگی-اجتماعی، محیطی و جغرافیایی از نظر برخی صاحب‌نظران، ویژگی‌های جغرافیایی، محیطی و فرهنگی-اجتماعی از جمله ویژگی‌های خاص یک



شکل ۱- زنجیره عرضه گردشگری



در توسعه صنعت و گردشگری می‌تواند بسیار مؤثر باشد. اما در مورد عامل و توسعه فرهنگ گردشگری در استان به خوبی کار نشده است و جای توسعه زیادی دارد.

در خصوص برخی عوامل نیز مانند خدمات پزشکی، میزان شناخت از گردشگران، وبسایت‌های گردشگری و برنامه‌ریزی استراتژیک و تحقیق بازار گردشگری بیشتر به ویژگی‌های ارتباطی آن‌ها توجه نشده و اگر مواردی مورد بررسی قرار گرفته است بین توانمندی‌های شناخته شده آن‌ها ارتباطات مناسبی برای ایجاد هم‌افزایی برقرار نشده است.

در حالی که آن‌ها دارای منابع با ارزشی جهت استفاده و رونق گردشگری هستند که می‌توان با شناخت و بهره‌برداری از آن‌ها مزیت‌های رقابتی جدیدی برای صنعت گردشگری استان ایجاد کرد.

براساس رتبه‌بندی یونسکو، ایران از لحاظ جاذبه‌های گردشگری جزء ده کشور برتر دنیا است اما در پذیرش گردشگران رتبه کمتر از ۶۰ و از نظر هزینه رتبه‌ای کمتر از ۴۰ را داراست. از این رو می‌توان گفت ایران توانسته از فرصت‌های گردشگری به خوبی بهره‌مند گردد. برای رفع این ناتوانی می‌توان از بخش‌هایی که اکنون در گردشگری بیشتر فعال هستند استفاده کرد و آن‌ها را توانمندتر کرد. در سال‌های اخیر فناوری اطلاعات روش‌های عملی را در تمامی سازمان‌ها و به ویژه در صنعت گردشگری متحول ساخته است.

بنابراین؛ الگو برداری مناسب از کشورهایی که هم اکنون در این صنعت چه از لحاظ تعداد و چه از حیث درآمد از رتبه‌بندی مناسبی در سطح جهان برخوردار هستند، می‌توان مسیر رسیدن به موفقیت را تا حد امکان کوتاه و بهینه ساخت. البته در این الگو برداری آنچه مهم است توجه به شرایط درونی کشور و قابلیت‌های فعلی می‌باشد و عملکرد تطبیقی بایستی بگونه‌ای باشد که این راهبردها تأثیر مخربی در چرخه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی کشور به همراه نداشته باشد.

صنعت گردشگری در ایران از توسعه‌ای که شایسته‌ی آن است تاکنون برخوردار نبوده‌است. از دلایل کم رونق بودن صنعت گردشگری در ایران می‌توان به آماده نبودن بسترهای اقتصادی مناسب برای جذب سرمایه‌گذاری در ساخت هتل‌ها و سایر صنایع جانبی این حوزه اشاره کرد. یکی دیگر از دلایل کم رونق بودن گردشگری در ایران بی‌خبر بودن سرمایه‌گذاران از امکانات و تبلیغات ضعیف، برای معرفی توانمندی‌های ایران می‌باشد.

منابع

- رحیم نیا، فریبرز و فرزانه حسن زاده، ژاله «ارزیابی استراتژیک قابلیت‌های گردشگری داخلی و ارتباطی استان خراسان رضوی»، بررسی‌های بازرگانی، اسفند ۱۳۹۰.
- عبدالملکی، رضا و بهشید، به کمال، «نقش فناوری اطلاعات در توسعه گردشگری «سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی - معاونت فرهنگی و ارتباطات، مشهد، چاپ اول، ۱۳۸۶.
- گوهریان، محمد ابراهیم، کتابچی، محمد مهدی، «گردشگری بین‌المللی»، انتشارات امیرکبیر، ۱۳۸۴.



جدول ۱- عناصر تاثیرگذار بر صنعت گردشگری

ردیف	شرح
۱	جاذبه‌های طبیعی
۲	جاذبه‌های تاریخی
۳	جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی
۴	جاذبه‌های زیارتی
۵	شرکت‌های هواپیمایی
۶	فرودگاه‌ها
۷	وضعیت حمل و نقل جاده‌ای
۸	وضعیت شبکه راه آهن
۹	هتل‌های ۴ و ۵ ستاره
۱۰	هتل آپارتمان‌ها
۱۱	هتل‌های ۳ ستاره و پایین‌تر
۱۲	رستوران‌ها و مجتمع‌های رفاهی بین راهی
۱۳	تورگردان‌ها
۱۴	آژانس‌های مسافرتی
۱۵	خدمات پزشکی
۱۶	خدمات بانکداری
۱۷	خدمات بیمه
۱۸	میزان شناخت از گردشگران
۱۹	وبسایت‌های گردشگری
۲۰	تحقیقات بازاریابی در خصوص مقاصد و گردشگری
۲۱	برنامه‌ریزی استراتژیک
۲۲	فرهنگ پذیرش گردشگری

بر اساس رتبه‌بندی یونسکو، ایران از لحاظ جاذبه‌های گردشگری جزء ده کشور برتر دنیا است اما در پذیرش گردشگران رتبه کمتر از ۶۰ و از نظر هزینه رتبه‌ای کمتر از ۴۰ را داراست. از این رو می‌توان گفت ایران نتوانسته از فرصت‌های گردشگری به خوبی بهره‌مند گردد.

مقصد است. در حالی که سایر عوامل ممکن است در نتیجه اقدامات اصلاحی و تقلیدی در مقاصد ایجاد شوند اما ویژگی‌هایی مانند طبیعت، اماکن تاریخی، دریاها، دریاچه‌ها، میراث فرهنگی و ... ویژگی‌های خاص یک مقصد است. هنگامی که یک مقصد تنوعی از این منابع را داراست می‌توان به جرأت گفت که دارای مزیت رقابتی است.

زیرساخت، مدیریت و خط مشی عمومی

مدیریت مقاصد نقش بسیار مهمی در توسعه آن دارا می‌باشد. همچنین امروزه به دلیل درک تأثیر گردشگری روی توسعه اجتماعی، اقتصادی علاقه به برنامه‌ریزی استراتژیک برای مقاصد افزایش یافته است و این امر نیازمند همکاری بخش خصوصی و دولتی در صنعت گردشگری است و هر چه این همکاری قوی‌تر باشد می‌تواند برای مقاصد ایجاد مزیت رقابتی کند.

عملیات برون سپاری خدمات

شرکت‌های خدماتی نظیر هتل‌ها، گردانندگان تور، آژانس‌های مسافرتی و ... می‌باشند. این شرکت‌ها برای این که بتوانند به بالاترین میزان بهره‌وری برسند می‌باید برخی از فعالیت‌ها را برون‌سپاری کنند تا بتوانند فعالیت‌های خود را با هزینه کمتر و با کیفیت بالاتر انجام دهند. فعالیت‌های برون سپاری شده شامل نظافت، تهیه آذوقه و مواد غذایی، تأمین امنیت، مدیریتی فروش، بازاریابی و فروش، تحقیقات بازار، برنامه‌های وفاداری و ... است.

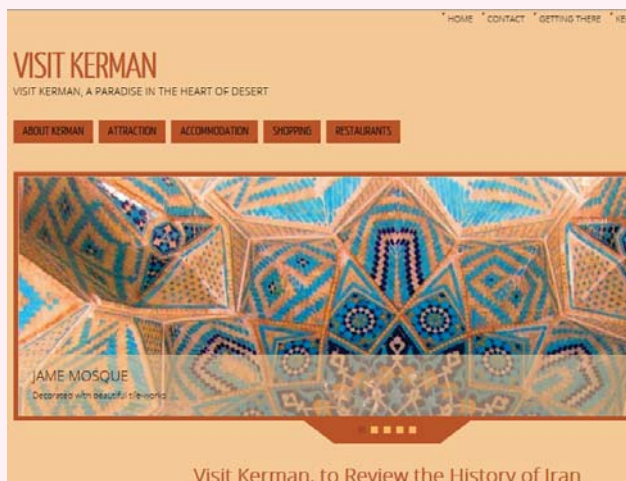
مشتریان

هنگامی که خدمات ارائه شده منطبق با انتظارات مشتری باشد مشتری وفادار و خشنود است. یکی از راه‌ها برای رسیدن به این منظور بخش‌بندی بازار است. زیرا موجب می‌شود گردشگر با توجه به توانمندی‌ها و ترجیحاتش به مقاصد جذب شود. بنابراین برای کسب رضایت و ارائه خدمات مناسب و جذب مشتری بهتر است به بخش‌بندی بازار هدف بپردازیم. برای این منظور می‌توان تجزیه و تحلیل مشتری را در دو سطح انجام داد. اولین سطح شامل گروه‌بندی مشتریان است که در نتیجه آن می‌توان مانند گردشگران جوان، گردشگران ورزشکار و... دومین سطح ایجاد تصویر ذهنی مطلوب از مقصد در اذهان گردشگران است. از سویی دیگر، فروش مستقیم در سال‌های اخیر افزایش یافته است و مراکز اقامتی و مقاصد سعی می‌کنند محصولات خود را از طریق بازاریابی مستقیم بفروشند بنابراین لازم است به بازاریابی رابطه‌ای و استراتژی‌های وفاداری توجه شود.

در جدول ۱ عوامل و عناصر تاثیرگذار بر صنعت گردشگری آورده شده است.

بعضی از این عناصر مورد توجه صنعت گردشگری بوده است و مورد تحلیل و کاوش قرار گرفته‌اند ولی بعضی از این عوامل هنوز به صورت بالقوه می‌باشند و باید مورد بررسی قرار گیرند و می‌توان با تمرکز بیشتر بر آن‌ها و سرمایه‌گذاری در این امور از این توانمندی‌ها استفاده کرد و صنعت گردشگری را بهبود بخشید.

به عنوان مثال فرهنگ پذیرش گردشگر عاملی است که



معرفی

فرشته قاضی زاده

عضو کمیسیون گردشگری و حمل و نقل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان
استاد دانشگاه

معرفی پایگاه اینترنتی گردشگری کرمان به زبان انگلیسی

گردشگران خارجی بهره‌مند شویم؟ آیا ما برای آن زمان به اندازه کافی آمادگی داریم؟ آیا به اندازه کافی برای برآوردن نیازهای اولیه گردشگران خارجی اقدامات عملی انجام داده‌ایم؟

برای موفقیت در توسعه صنعت گردشگری، یک از استراتژی‌های مهم استفاده از هر ابزاری برای معرفی و جذب گردشگر است. در عصر حاضر، فضای مجازی، مرزهای فیزیکی را برای انتقال اطلاعات در نور دیده است. ابزارهای جستجو اینترنتی، منابع مهمی برای ارائه اطلاعات جهت برنامه‌ریزی سفر برای گردشگران خارجی هستند. این روزها برنامه‌ریزی برای سفر برای گردشگران بسیار ساده شده است. انتخاب مقصد سفر، دسترسی به فهرست جاذبه‌ها، مکان‌های اقامتی و راه‌های سفر با چند کلیک ساده و صرف وقتی اندک از طریق کامپیوترهای شخصی و ابزارهای موبایل فراهم است. گردشگر همه اطلاعات مورد نظر را از طریق وب سایت ها و سایز ابزارها و رسانه‌های اجتماعی مجازی یافته و برای سفر خود برنامه‌ریزی می‌کند و حتی رزرو هواپیما و هتل مورد نظر را بصورت آن لاین انجام داده و مهیای سفر می‌شود. پس با توجه به اهمیت پایگاه‌های اینترنتی جامع، قابل اعتماد و قابل دسترس برای گردشگر خارجی، ایجاد آن می‌تواند نقشی بسزا در معرفی جاذبه های گردشگری و جذب توریست داشته باشد و گامی مهم و اساسی در توسعه صنعت گردشگری در استان باشد.

با توجه به احساس نیاز برای وجود چنین پایگاه اینترنتی برای گردشگران خارجی و از سوی دیگر عدم وجود منبعی کامل و یکپارچه برای راهنمایی و جذب گردشگر خارجی، "پایگاه اینترنتی گردشگری استان کرمان به زبان انگلیسی" ایجاد شده است. که هم اکنون به آدرس www.kerman-info.ir قابل مشاهده و در دسترس عموم می باشد.

البته این سایت هنوز در مرحله تکمیل اطلاعات و اعمال اصلاحات می‌باشد و امید است این سایت تبدیل به مرجعی کامل و یکپارچه برای راهنمایی و جذب گردشگر خارجی

خارجی که شباهت ها و مشترکاتی هم با کشور ما دارند، همانند مالزی و ترکیه، نشان می دهد ما بسیار از قافله عقب هستیم. آمارها نشان می دهد میزان درآمد کشور ترکیه از گردشگران خارجی در سال ۲۰۱۳، حدود ۳۳ میلیارد دلار و درآمد کشور اسلامی مالزی ۲۰ میلیارد دلار بوده است [۱]. کشور ترکیه با جذب بیش از ۶۹ میلیون و مالزی با جذب ۲۵ میلیون گردشگر خارجی، هر یک توانسته‌اند با برخورداری از درآمدهای سرشار ارزی، سهمی در تولید ناخالص ملی و کاهش تورم در کشورهایشان داشته باشند. این درحالیست که درآمد ایران از گردشگر خارجی تنها ۲،۵ میلیارد دلار بوده است. در حال حاضر ترکیه رتبه سوم و مالزی رتبه دهم را در جذب توریست در جهان دارا می باشند.

در کشور ما سالهاست که صحبت از اهمیت صنعت گردشگری و فرصت های درآمدزایی این صنعت برای حذف وابستگی میهن عزیزمان به نفت به عنوان منبع درآمد اصلی برای کشور داری می‌باشد. حال سوال اینجاست، طی سال‌های گذشته چه گام‌های مهمی در این راه برداشته شده است؟ برنامه‌ها و اقدامات عملی چه بوده و چه میزان موفق بوده‌اند؟ در مهم بودن تاثیر سیاست‌های اقتصادی و مدیریت کلان کشور بر کلیه بخش‌های اقتصادی از جمله بخش توریسم، هیچ شک و شبهه‌ای نیست، اما در این نوشتار مجالی برای بررسی این موضوع و انتقاد از دولت نیست، بلکه روی سخن با سرمایه‌گذاران بخش غیردولتی است و سهم و نقش هر شهروند است.

ما از سطح کلان کشوری، به بخشی از آن یعنی، استان پهناور خودمان، کرمان می‌پردازیم. استانی با جاذبه‌های تاریخی و طبیعی که پتانسیل‌های زیادی برای جذب گردشگر چه در سطح داخلی و چه در سطح خارجی دارد. فرض بگیریم طی ده سال آینده قرار است کشور ما همچون مالزی پذیرای میلیون‌ها گردشگر خارجی باشد. اصلا فرض بگیریم روزی شرایطی پیش بیاید که بتوان مردم جهان را برای بازدید به استان و شهر کرمان دعوت کرد. چه مسیری را طی کنیم که از صنعت توریسم و

در مورد درآمدزایی، اشتغال‌زایی و تاثیرات مثبت صنعت گردشگری بسیار شنیده‌ایم. تردیدی نیست که همه کشورها در رقابتی تنگاتنگ در پی بهره‌گیری از مزایای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و به ویژه دریافت سهم بیشتری از درآمد جهانی حاصل از گردشگری هستند. با وجود این که ایران رتبه دهم جاذبه‌های باستانی و تاریخی جهان را دارا می باشد، اما از نظر تعداد گردشگران هنوز در انتهای جدول است. این در حالیتیست که صنعت گردشگری گسترده‌ترین صنعت خدماتی و یکی از مهم‌ترین صنایع اشتغال زا در دنیا محسوب می‌شود. میزان سرمایه‌گذاری برای ایجاد یک فرصت شغلی در این صنعت بسیار پایین‌تر از دیگر صنایع است، به عبارت دیگر اشتغال‌زایی در صنعت گردشگری به سرمایه‌گذاری کمتری نیاز دارد و امکان اشتغال در بخش توسعه زیرساخت‌ها و خدمات گردشگری را فراهم می‌کند. مقایسه صنعت گردشگری ایران با کشورهایی همچون مالزی و ترکیه، نقل محافل گردشگران ایرانی است. وقتی به صنعت گردشگری اشاره می‌شود، ناخودآگاه حسرت و مقایسه آزارمان می‌دهد. بسیاری از هموطنان در سال‌های گذشته به مالزی یا ترکیه سفر کرده‌اند و به رونقی که از طریق صنعت گردشگری در اقتصاد این کشورها ایجاد شده، حسرت خورده‌اند. مالزی در بحبوحه رکود اقتصاد جهانی و پیامدهای بحران ساز آن، در صنعت گردشگری توانسته خود را به جمع ده کشور برتر جهان از نظر مقاصد سفر گردشگران برساند. جهشی که بی‌تردید بر اقتصاد در حال رشد این کشور که تا حد زیادی به درآمد بخش گردشگری وابسته است، تاثیر بسزایی خواهد داشت. چشم انداز آینده توریسم مالزی نیز نشانگر توسعه ی پایدار این صنعت است و برنامه‌ریزی درازمدت دولت نشان می‌دهد که این روند در آینده نیز ادامه خواهد داشت. ماهاتیر محمد نخست وزیر سابق مالزی در یکی از سفرهایش به ایران گفت: "اگر مدیریت جاذبه‌های توریستی استان اصفهان در اختیار مالزی قرار گیرد، سالانه برابر با ارز آوری نفت برای ایران سودآور خواهد بود".

نگاهی کوتاه به بعضی کشورهای هدف گردشگران



خانه‌های قدیمی را دوست دارم

خانه‌های قدیمی را دوست دارم
تاریخ در آن‌ها به زیبایی در حرکت است

همه چیز عمر دارد

حرف دارد

برکت دارد

تکنولوژی آن‌ها را له نکرده

هنوز حیاط هست

حوض است

کوزه هست

قناری می‌خواند

ماهی شنا می‌کند

دیوارهای اتاق‌های کوچک

مهمان جمعیتی زیاد است

سفره‌ها گسترده‌اند

نه دو نفره

نه چهار نفره

صدای پیرها شنیده می‌شود

حضورشان برکت خانه است

کوزه‌ها مملو از ترشی

دیگ کوچک مفهومی ندارد

نذری‌پزان به راه

همسایه حق به گردن دارد

باغچه هنوز آرزو نشده

زیرزمین انباری نیست

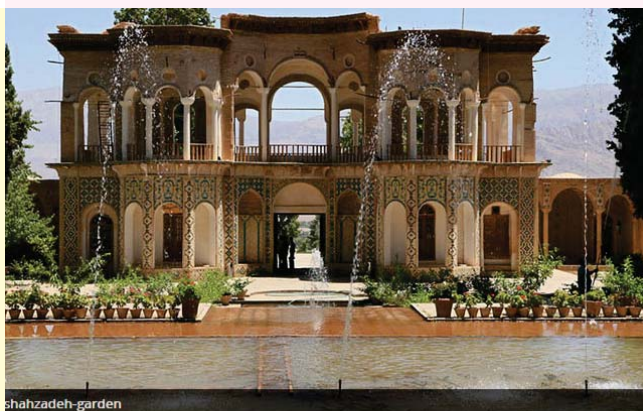
حیاط را بالکن نمی‌خوانند

پنجره فقط در نقاشی‌ها نیست

باران در خانه می‌بارد

ایوان زیر حصیر

چایی همیشه دم است



shopping

Paesh is one of the traditional arts, which is specific to Kerman. Kermani women use colorful threads on a wide piece of cloth, which they call "Ard" (meaning "void" in Persian) to make this scarf which is then decorated with very beautiful designs, and enhance any person living arts. Read more ...



Paesh



Carpet



Pistachio



Date

Archaeologists believe that raising date tree in Iran has been started from 4 or 5 thousand year BC. Date is the most important food for people and is rich in nutrients. Existence of variety of date (forty kinds) in Kerman province that most of them offer from the other kind of date in the country is the sign of the antiquity of this tree in Kerman. Read more ...

shah Nematollah vali Mausoleum



The tomb of Shah Nematollah Vali, poet, sage, Sufi and founder of an order of dervishes, has been renovated covered with turquoise tiles from the bottom up to the cupola. The mausoleum was built by Ahmad Shah Qajar, the rest of the building was constructed during the reigns of Shah Abbas I, Mohammad Shah Qajar and Nasser-ol-Din Shah. Shah Nematollah Vali spent many years wandering through central Asia perfecting his spiritual gifts before finally settling at Mahan, twenty miles south-east of Kerman, where he passed the last twenty five years of his life. He died in 1431, having founded a Dervish order which continues to be an active spiritual force today. The central domed burial vault at Mahan, completed in 1437, was erected by Ahmad Shah Bahman, king of the Dervishes, and one of Shah Nematollah's most devoted disciples.



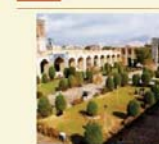
Among the splendid, beautiful and most spectacular works we can journey to Shah Nematollah Vali Shrine is a historical complex, which contains the mausoleum of Shah Nematollah Vali, the renowned Iranian mystic and poet, Shah Nematollah Vali died in 1431 aged over 100.

The Vakil-ol-Molk courtyard is opposite this mausoleum, and was



TOP 10

IMAGE



Garjalkhan square



Garjalkhan Bath house



Jame Mosque



Shahzadeh Garden

برای استان کرمان شود. بی شک توسعه امکانات این سایت برای برآورده کردن نیازهای گردشگر، نیازمند بسترسازی گسترده از جمله توسعه امکانات رفاهی برای گردشگر، به روز شدن مکان‌های اقامتی برای فراهم آوردن امکان رزرو آن لاین و بسیاری امور دیگر می باشد. در ادامه به معرفی بخش‌های اصلی سایت "www.kerman-info.ir" به اجمال می‌پردازیم.

لینک‌های اصلی سایت شامل موارد زیر می‌باشد :

- درباره کرمان (About Kerman)
- جاذبه‌ها (Attraction)
- اقامتگاه‌ها (Accommodation)
- خرید (Shopping)
- رستوران‌ها (Restaurants)
- در بخش میانی صفحه اول، چهار بخش برای آشنایی بیشتر با کرمان، شامل جاذبه‌های طبیعی، امکانات تفریحی و فرصت‌های سرمایه‌گذاری در استان قرار گرفته است:
- تاریخ و فرهنگ (History & Culture)
- طبیعت و اکوتوریسم (Eco & Nature)
- اقتصاد و سرمایه‌گذاری (Economy & Investment)
- تفریح و سرگرمی (Fun & Adventure)

همچنین در گوشه سمت راست بالای سایت، گردشگر می‌توانند به نقشه کرمان و راه‌های سفر به کرمان دسترسی داشته باشد و با جشنواره‌های و مراسم سنتی ایران و کرمان آشنا شود.

همان‌طور که پیش از این گفته شد، این پایگاه اینترنتی به زبان انگلیسی، در مرحله تکمیل می‌باشد و از هرگونه نظر، پیشنهاد و انتقاد سازنده، کمک در تأمین محتوا و عکس و یا هرگونه همکاری برای ارتقاء این پایگاه اینترنتی، برای معرفی جاذبه‌ها و جذب گردشگر خارجی در شهر و استان عزیزمان کرمان استقبال می‌شود. این گامی است بسیار کوچک برای خاکی که دلبسته‌اش هستیم.

تماس: فرشته قاضی زاده ۱۳۹@gmail.com

http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD [۱]



ناشناخته‌های کویر لوت

چشمه گزی هامون

بهار سال ۱۳۹۳ در یکی از ناشناخته‌ترین بخش‌های کویر لوت، اینجانب اکبر رشیدی مقدم به اتفاق گروه همراه، برای اولین بار موفق به شناسایی چشمه‌ی آبی دائم با گونه‌هایی از حیات گیاهی و جانوری در اعماق کویر لوت شدیم از وجود این چشمه جالب و زیبا تاکنون در هیچ منبع جغرافیایی ذکر نشده است. داستان شناسایی آن از این قرار بود که در ادامه شناسایی ناشناخته‌های کویر لوت مدتی بود که تصمیم داشتیم به اتفاق جمعی از دوستان کویرنورد کرمانی به اعماق بخش مرکزی کویر لوت سفری نماییم و بخش‌هایی از لوت مرکزی شامل "شورگزه‌هامون" و "ریگ‌های یلان" را مورد مطالعه قرار دهیم.



چاله شورگز هامون در انتهای دشت سر کاملاً مشخص می‌باشد زیرا زمین در این نقطه از کویر دارای افتادگی و دیواره بسیار بلند می‌باشد که پایین رفتن از این دیوار بسیار مشکل است به هر جهت با ریسک بالا در دل شب یکی از آبراه‌های دیواره را انتخاب نموده و خود را به سختی کف چاله رساندیم و جهت زدن کمپ شبانه روی نقشه‌های موجود دقت نمودیم و در نزدیکی خود منطقه‌ای که دارای آب بود پیدا نموده و به سمت آن حرکت نمودیم.

در کمال شگفتی مشاهده نمودیم که آب در کنار درختان گز جریان دارد و در میان گزها صدای پیوسته جیرجیرک‌ها آرامش خاصی را در دل شب تداعی می‌کرد و رطوبت آب، هوای لطیف و شادی آوری را به ما هدیه می‌داد. بررسی مختصری از این منطقه نموده و به علت خستگی مفرط تصمیم گرفتیم کمپ را برقرار نموده و بررسی بیشتر را صبح به انجام رسانیم.

آسمان کویر مثل همیشه مانند گنبدی مرصع نشان وارونه چشم نوازی می‌کرد و سکوت شب به همراه هوای ملایم انسان را به سکوت و خلوت می‌خواند.

بعد از نماز صبح در هوایی بسیار لطیف در اطراف به بررسی پرداختیم نوای پرندگان زیادی که در درختان گز بعد از طلوع فجر به جست و خیز و ذکر تسبیح مشغول بودند شغفی خاص را حاصل می‌نمود.

حدود ۱۰۰ متر بالاتر از محل کمپ چشمه‌ای از زمین می‌جوشید و در مسیر آب این چشمه درختان گز رشد نموده و نهایتاً آب در دو استخر زیبای طبیعی جمع شده بود. مشاهده انواع حشره‌ها از جمله ملخ، کفشدوزک، قاب بال‌ها، رتیل خورشیدی و هم‌چنین لانه‌های روباه شنی از دیگر جاذبه‌های این چشمه در اعماق کویر لوت بود از آنجایی که در هیچ منبع جغرافیایی نامی از این چشمه برده نشده بود. به اتفاق تصمیم گرفتیم تا آن را **چشمه گزی هامون** بنامیم.

استراحت در کنار این چشمه بعد از آن راه طولانی می‌تواند برای هر کویرنوردی لذت بخش باشد.

صبح، بعد از صرف صبحانه به سمت مرکز چاله شورگز هامون حرکت نموده و به علت نزدیکی آب به سطح زمین با احتیاط حدود ۵۰۰ متر پیشروی نمودیم و با رودی تبخیری نمکین زیبا مواجه شدیم.

گروه پژوهشگر کار خود را آغاز نمودند و از آن‌جا که این گروه برای مغزه‌گیری از اعماق زمین نیاز به ساعت‌ها توقف داشتند برای استفاده بیشتر از زمان، مقرر شد که این گروه برنامه خود را ادامه داده و پس از اتمام نمونه‌گیری نقاطی را در ریگ‌های یلان بررسی نموده و به جاده آسفالت مراجعه نمایند و گروه ما با چهار دستگاه خودرو به راه ادامه دهد.

پس از عبور از دیواره شورگز هامون و برگشت به دشت‌سر، ما راه خود را به سمت غرب



شورگز هامون

گذاشته بودیم از کنار کلوت‌های شهداد کلید خورد، گروه پژوهشگر شامل چهار دستگاه خودرو و گروه دوستان کرمانی نیز چهار دستگاه خودرو دو دیفرانسیل بودند. پس از صرف صبحانه در کنار پوزه کال در ۱۱۲ کیلومتری شهداد به سمت نقطه خروج حرکت نمودیم، در ۱۳۰ کیلومتری شهداد گروه از جاده آسفالت به سمت جنوب خارج گردید و وارد **دشت‌سر** شد. سطح دشت سر عمدتاً با ریگ‌های درشت پوشانده و هاماداست و در آن آبراه‌های فصلی زیادی وجود دارد که عبور از بعضی آن‌ها به علت داشتن دیواره بسیار مشکل می‌باشد.

این دشت فاقد جاده احداثی است و بایستی بصورت آفرود (بدون جاده) طی شود از این جهت دارای سختی‌های خاص خود می‌باشد و مزید بر آن گرمای هوا در نیم‌روز و عطش حاصل شده خستگی را صد برابر می‌کند ما در این روز فقط برای ناهار و در سه نقطه برای جمع‌آوری نمونه‌های گروه پژوهشگر توقف کوتاهی داشتیم و مابقی زمان را مشغول حرکت و رانندگی بودیم و ماحصل حدود ۱۲ ساعت رانندگی تنها طی مسافت ۱۶۰ کیلومتر در دل کویر لوت بود تا به شورگز هامون رسیدیم.

در بخش میانی کویر لوت که به آن لوت مرکزی اطلاق می‌گردد دو عارضه عظیم کلوت‌های شهداد و ریگ‌های یلان به شکل U در جهت تقریباً شمال به جنوب قرار دارند. کلوت‌های شهداد (باردانگ‌ها) با وسعتی بیش از ۷۰۰۰ کیلومتر مربع حدود ۱۰۰ برابر مساحت شهر تهران و ریگ‌های یلان (تل ماسه‌های عظیم) با وسعت بیشتری بخش قابل توجهی از کویر لوت را در این قسمت به خود اختصاص داده‌اند و بین این دو عارضه U شکل در قسمت شرقی آن دشت وسیعی وجود دارد که به آن **دشت سر** اطلاق می‌گردد. در انتهای این دشت کلوت‌های شهداد و ریگ‌های یلان به هم می‌رسند در این نقطه چاله‌ای وسیع وجود دارد که نام آن **شورگز هامون** است.

شورگز هامون چاله عظیمی است که در انتهای مسیل رودخانه شورگز واقع و نقطه ایستایی و انتهایی رودخانه شورگز می‌باشد، این رودخانه از ارتفاعات جبال‌بارز سرچشمه گرفته و رو به شمال پس از عبور از لوت جنوبی سرانجام در چاله شورگز هامون آرام می‌گیرد.

به علت نزدیکی آب به سطح زمین و وجود آبراه‌های دائم و رودهای تبخیری در کف چاله شورگز هامون و درختان خودروی "گز" در بخش‌هایی از حاشیه آن و در کشاله مسیل رودخانه شورگز وجود گیاه و حیات جانوری از جهات مختلف قابل بررسی است. از این جهت گروه کویر نوردان کرمانی تصمیم داشتند تا به این بخش ناشناخته سفر نمایند و مطالعاتی انجام دهند.

دسترسی به شورگز هامون بسیار سخت و همراه با طی مسافت طولانی بود و گروه باید از کرمان پس از صد کیلومتر خود را به شهداد رسانده و از شهداد ۱۳۰ کیلومتر به سمت نهبندان طی مسیر نموده و از این نقطه به سمت جنوب از جاده آسفالت خارج شده و پس از حدود ۱۶۰ کیلومتر بدون جاده در دل کویر پیشروی نماید تا خود را به **شورگز هامون** برسانند.

جهت تحقق این امر ابتدا امکانات لازم از جمله افراد و راننده‌های مسلط به کویرنوردی، خودروهای دو دیفرانسیل مناسب، امکانات مخابراتی، تدارکات، کمپینگ، تجهیزات ناوبری و راه‌یابی و دیگر قطعات و تجهیزات مورد نیاز پیش‌بینی گردید سپس جهت اخذ مجوز از استانداری کرمان اقدام شد.

از آن‌جا که هم‌زمان یک گروه دیگر از پژوهشگر ملی اقیانوس‌شناسی کشور به سرپرستی آقای دکتر جمالی تقاضای جداگانه‌ای جهت نمونه‌برداری و بررسی شورگز هامون به استانداری داده بود مسئولین مربوطه با توجه به این که مسیر دسترسی دو گروه یکی بود، ورود به کویر را به صورت هم‌زمان صادر نمودند. سرانجام این سفر ساعت ۷ صبح طبق قرار قبلی که با کلیه اعضای دو گروه





نوعی پرندۀ به نام **سهره** در درخت اسکنبیل بر جذابیت محیط می‌افزود.

پس از بررسی این نقطه مجدداً به عمق این دالان پیشروی نمودیم و در کنار تپه ماسه‌ای بسیار بلند جهت صرف صبحانه توقف نمودیم.

بعضی از دوستان تصمیم گرفتند که از این تپه صعود نمایند تپه‌ای بایش از ۲۰۰ متر ارتفاع که بسیار تا بسیار سخت بود، زیرا یک قدم به جلو می‌نهادند و به علت لغزندگی شن دو قدم به عقب برمی‌گشتند. من با حیرت از آن همه عظمت مشغول قدم زدن و عکاسی بودم که ناگهان توجه‌ام به جانوری جلب شد در عمر خود جانوری به این زیبایی ندیده بودم، **نوعی مارمولک** بسیار زیبا بود و آن چنان مرا جذب نمود که یک ساعت جهت نزدیک شدن و عکس گرفتن از آن روی شن‌های داغ سینه‌خیز رفتم، این مارمولک که اسم علمی آن "آگامای سر وزغی دم سیاه" می‌باشد آن‌قدر جذاب بود که تنها با نشان دادن عکس آن می‌توان بخشی از زیبایی آن را نشان داد.

کف دست و پای او بسیار لطیف بود و هنگام ایستادن مچ‌ها را حایل می‌نمود و کف دست و پاهای خود را از شن‌های داغ جدا می‌نمود. شکم او سفید و پشت آن را دانه‌هایی مانند شن پوشانده بود که با هم‌رنگ شدن با محیط نوعی استتار را ایجاد می‌نمود. انتهای دم آن سیاه‌رنگ بود و هر زمان که احساس ترس می‌کرد دم خود را در هوا گلوله می‌نمود و از این جالب‌تر اگر احساس خطر می‌کرد با سرعت غیر قابل تصور پا به فرار می‌گذاشت و اگر خطر را خیلی جدی پیش‌بینی می‌کرد در آن واحد با چند حرکت زیر شن فرو می‌رفت و از نظر غیب می‌شد.

در نزدیکی لانه این آگاما بوته کوتاهی روئیده بود که از برگ‌های آن استفاده می‌کرد. عمر این بوته بسیار کوتاه است و من در فکر بودم که مابقی سال را از چه تغذیه می‌نماید در این منطقه از کره خاکی که فقط شن است و شن!!؟

البته قبلاً در کویر لوت از این هم عجیب‌تر دیده بودم و آن دیدن نوعی حشره بنام "مانته دوا" بر فراز دهانه آتشفشان گندم بریان، آن‌جا که به هیچ وجه آثاری از آب و گیاه وجود نداشت و همواره در این فکرم که علیرغم تصور عامه که می‌پندارند چرخه حیات گیاهی و جانوری به هم وابسته است، این فرضیه در کویر لوت قابل اثبات است که می‌تواند نقاطی در کره خاکی وجود داشته باشد که چرخه حیات جانوری طی هزاران سال بدون اتکاء به حیات گیاهی به



چشمه گز هامون



رتیل خورشیدی



ریگ یلان



ریگ یلان

شوره گز هامون ادامه دادیم و در انتهای شور گزهامون در بخش شمال غربی این چاله، کلوته‌ها به چاله چسبیده می‌باشد و منطقه وسیعی از زمین مرطوب است و رنگ زمین با اطراف تفاوت دارد.

بعد از این منطقه راه خود را به سمت شرق ادامه دادیم تا خود را به **ریگ‌های یلان** که بزرگترین توده‌های ماسه‌ای جهان است برسانیم. این توده ماسه‌ای که به شکل برخان، هرم و تپه‌های بسیار بلند در طولی بیش از ۱۰۰ کیلومتر و عرضی بیش از ۵۰ کیلومتر در این قسمت از کویر قرار دارد، مانند کوهستانی از ماسه که از شمال به جنوب کشیده شده است جلوه‌گری می‌نماید و از عجایب این پهنه عظیم ماسه‌ای آن است که درون این کوهستان ماسه‌ای دالان‌ها و دره‌هایی از غرب به شرق وجود دارد که عمق آنها بعضاً به بیش از بیست کیلومتر می‌رسد، کف این دالان‌ها عمدتاً پوشیده از شن و ماسه است و در بعضی نقاط، زمین‌های ریگی کوچکی به چشم می‌خورد که ممکن است در این دالان‌ها به کلوته‌های کوچکی برخورد نماییم که رشته‌هایی از ماسه راه را سد می‌نمایند و با عبور از آن مجدداً راه هموار می‌گردد.

در هر صورت عصر آن روز حوالی غروب ما به یکی از این دالان‌های زیبای ریگ یلان وارد شدیم.

در ابتدای دالان سمت چپ تپه ماسه‌ای بسیار بلند که خط‌الراس آن مانند شمشیر بود جلوه‌گری می‌نمود. به علت نزدیکی غروب آفتاب به سرعت پیشروی نموده و بعد از پنج کیلومتر کمپ شبانه را در جایی برقرار نمودیم که اطراف ما را فقط تپه‌های شن بسیار بلند احاطه نموده بود، هوایی لطیف و آتشی جهت استکانی چای و دوش گرفتن با کمی آب بسیار شیرین بود.

گردهای دوستانه و قدم زدن در تاریکی و خلوت نمودن در سکوت شب میان ریگ‌های یلان قابل وصف نمی‌باشد.

بعد از نماز صبح ماشین‌ها را استارت نموده و به سمت شرق در اعماق ریگ‌های یلان پیشروی نمودیم. عبور از رشته‌هایی از ماسه که در کف این دالان‌ها وجود داشت بسیار مشکل بود و علی‌رغم کم نمودن باد لاستیک‌ها در بعضی نقاط ماشین‌ها در شن فرو می‌رفتند. پس از طی حدود پنج کیلومتر از محل کمپ در کمال شگفتی به منطقه‌ای رسیدیم که بخش وسیعی از آن را بوته‌های سبز کوچک پوشانده بود و علاوه بر این بوته‌ها چند **درخت اسکنبیل** در این منطقه جالب به چشم می‌خورد و وجود



آگامای سر وزغی دم سیاه



آگامای سر وزغی دم سیاه



سپهره؛ در اعماق ریگ یلان



رود تبخیری نمکین درون چاله شورگز هامون



ریگ های یلان



ریگ های یلان

شکل بسیار ظریف و پیچیده‌ای ادامه داشته باشد. پس از صرف صبحانه به سرعت به طرف کمپ شبانه برگشتیم و پس از جمع‌آوری وسایل قصد خروج از این دالان را نمودیم. مسیر خود را به سمت **دریاچه ملک محمد** انتخاب کرده و پس از خروج از دالان، کوه آذرین ملک محمد در شمال به خوبی پیدا بود، بعد از آن خود را به دریاچه ملک محمد که تقریباً در مرکز کویر لوت واقع است رساندیم، البته به دریاچه ملک محمد چاله ملک محمد هم گفته می‌شود و دسترسی به آن بدون امکانات و تجهیزات کویرنوردی ممکن نیست. دیدن آن آرزوی هر کویر نوردی است، ساحل این دریاچه خشک و پلیگونی است و سطح آن را مخلوطی از آب و نمک و ماسه پوشانیده است، در حاشیه آن رودی تبخیری با آب و نمک غلیظ جریان دارد. در عکس‌های ماهواره‌ای دریاچه ملک محمد به شکل چشمی است که آبروی آن را رود تبخیری تشکیل داده است. بعد از عبور از ساحل دریاچه ملک محمد در ادامه مسیر برای ناهار توقف کوتاهی داشتیم و پس از صرف ناهار به سرعت به سمت جاده آسفالت شهداد نهبندان حرکت کردیم و شبانه خود را به جاده آسفالت رساندیم در حالی که در این زمان کوتاه ظرف سه شبانه روز بیش از ۴۰۰ کیلومتر کویر لوت را پیمایش نموده و حیرت زده از این که در فصل بهار هر کجا قدم نهادیم بلا استثناء شاهد وفور حیات انواع جانداران و جست و خیز ملخ‌های بهاری در تمامی نقاط بودیم و **امیدوار به روزی که به همت دانشمندان این کشور خصوصاً زیست‌شناسان عزیز شاهد اثبات فرضیه ادامه حیات جانوری بدون اتکا به حیات گیاهی در بخش‌هایی از پهنه عظیم کویر لوت ایران باشیم.**

هر آن چیزی که در صحرانهادیم
توزیابین که ما زیانهادیم



مقاله

منصور اسکندری

مدیر عامل شرکت گردشگری همای تفرج



گردشگری سلامت

آمریکای شمالی و اروپا: گردشگرانی که از کشورهای آمریکای شمالی و اروپایی به جهت درمان های پزشکی، جراحی و کسب سلامتی به کشورهای دیگر از جمله کشورهای آسیایی چون هند، تایلند و یا ترکیه و مالزی سفر می کنند عمدتاً هزینه بالا و نبود بیمه های خاص را دلیل سفر خود ذکر می کنند.

(مثلاً برای یک جراحی IVF در آمریکا حدود ۱۵۰۰۰ دلار و برای کشوری چون هند ۳۵۰۰ دلار هزینه برآورد می شود. نکته برجسته در این مورد، هزینه درمان محاسبه شده و قطعی است که هر فرد از هر نقطه جهان می تواند به شکل بسیار روشن و شفاف با دریافت اطلاعات مربوط به نحوه درمان و مبلغ آن، برای خود برنامه ریزی دقیقی داشته باشد) پس یکی از اصلی ترین دلایل سفر برای مسائل پزشکی، هزینه و مبلغ خدمات درمانی است.

آمریکای لاتین و آفریقا: ساکنین آفریقا و برخی کشورهای آمریکای جنوبی به خصوص ثروتمندان نشان اکثراً برای دریافت کیفیت بهتر خدمات درمانی و پزشکی و تجهیزات و پرستاری با سطح عالی به کشورهای دیگر سفر می کنند و کشورهایی چون هند، مالزی، ترکیه، برزیل و ... با توجه به هزینه مناسب درمان و ارتقاء سطح علمی و فنی و کادر نیروی انسانی حوزه درمان و پزشکی توانسته اند تعداد زیادی از گردشگران سلامت را به خود جذب کنند. کشورهای خاورمیانه و آسیای میانه نیز به دلیل نبود تکنولوژی آن ها پیشرفته و سطح بالا در حوزه درمان شاهد سفر ثروتمندان به کشورهای اروپایی و آمریکایی هستند. با آشنایی نسبی به دست آمده با انگیزه سفر میلیون ها نفر از شهروندان نقاط مختلف، حال به چند کشور موفق در جذب این مسافران، هر چند کوتاه، توجه می کنیم.

ترکیه: کشور ترکیه در یک دوره ۵ ساله از ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۲ قصد داشت حدود پانصد هزار گردشگر سلامت را جذب کرده و ۸۵۰ میلیون دلار در آمد کسب کند، آن ها برنامه های ذیل را به سرعت و بسیار هماهنگ آغاز کردند:

- ۱- ایجاد تسهیلات در صدور ویزا
- ۲- ایجاد شبکه های تلویزیونی
- ۳- گرهمایی کاربردی میان آژانس داران و رسیدن به راهکارهای عملی جذب مشتری
- ۴- شرکت فعال در نمایشگاه های گردشگری و انتشار انواع کتاب های راهنمای گردشگری و همکاری با کشورهای اکو، اسلامی، اروپایی، خاورمیانه و...
- ۵- ترجمه انواع کتاب های راهنما و بروشورهای تبلیغاتی به تمامی زبان هایی که مسافران این کشور به آن تکلیم

با مطالعه تعاریف بالا از انواع گردشگری سلامت و حوزه گسترده آن در می یابیم که درصد زیادی از گردشگران در مناطق مختلف جهان در این طبقه بندی جزء گردشگران سلامت هستند و لازم است با نگاهی ویژه دیده شوند. با عنایت به گستردگی موضوع تنها در چند سرفصل و به اختصار به گردشگری سلامت می پردازیم و با توجه به جامعه هدف و مخاطب خاص ما استان کرمان را مد نظر قرار می دهیم.

دقت کنید:

- گردشگری سلامت در دنیا در سال ۲۰۱۳ در آمدی حدود ۱۵۰ میلیارد دلار داشته است.
- سهم کشور ما علی رغم همه داشته ها با توجه به آمار ارائه شده سازمان میراث فرهنگی و گردشگری حدود ۱ میلیارد دلار بوده است !!!
- سهم استان کرمان ؟

جالب است بدانید استان های تهران، خراسان رضوی، آذربایجان شرقی، فارس و یزد جزء برترین استان های کشور در جذب گردشگر سلامت بوده اند.

اگر چه به نظر می رسد نگاه مسئولین کشور در حوزه گردشگری سلامت تنها به گردشگری پزشکی معطوف شده اما ما به تمامی جوانب آن و پتانسیل ها در جای خود می پردازیم، ولی قبل از آن ذکر یک نکته ضروری است که روی صحبت ما با متولیان پایین هرم گردشگری نیز هست. اساساً تعداد زیادی از گردشگران حتی اگر به ظاهر نام و عنوان گردشگر سلامت را یدک نکشند اما به واقع در این دسته قرار می گیرند و باید تمامی متولیان امر گردشگری در تمام سطوح با این دیدگاه که آن ها نیز متولی گردشگری سلامت هستند به تمامی نکات این حوزه دقت کنند. هر گردشگری حتی اگر به قصد زیارت یا تفریح یا تحقیق هم وارد استان شود باید خدمات مربوط به سلامت را دریافت کند. بنابراین تمامی افرادی که به نوعی با گردشگری سروکار دارند و از آن هم مهم تر و بالاتر تمامی مردم جامعه ای که گردشگران را در جمع خود می پذیرند باید اطلاعاتی از گردشگری سلامت و جوانب آن داشته باشند.

درآمد رو به افزایش کشورها از گردشگری سلامت که در سال ۲۰۱۳ حدود ۱۵۰ میلیارد دلار برآورده شده است نشان می دهد میلیون ها نفر از مردم سراسر جهان برای تحقق اهدافشان در حوزه سلامت مسافرت می کنند. بیابید بر اساس آمار و شواهد به مبدا و مقصد این سفرها نگاهی بیاندازیم:

شاید وقتی فلورانس ناتینگل در اواخر قرن ۱۹ میلادی بیماران را برای درمان از چشمه های آب معدنی سوئیس به چشمه های آب معدنی ترکیه که ارزان تر بود سوق داد اولین قدم گردشگری سلامت در عصر جدید را برداشت، اما برخی کارشناسان معتقدند حدود سال ۱۹۹۰ جهان نگاهی نو به این مهم انداخته و فصلی نو در گردشگری سلامت در دنیا آغاز گردیده است، به طوری که امروزه سازمان و تشکیلات ویژه ای به نام (UNWTO) تمامی امور این حوزه را رصد می کند.

اگر بپذیریم تعاریف ارائه شده از سوی سازمان های معتبر جهانی بر مبنای تحقیقات و مطالعات و صد البته نیازها بر آورد شده و به روز می باشد ما نیز می توانیم باب ورود به موضوع مورد بحث خود را این تعاریف انتخاب کنیم.

در سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)، از گردشگری سلامت در چهار بخش مجزا و با تعاریفی متفاوت یاد می شود.

۱- HEALTH TOURISM: گردشگری سلامت؛ به مسافرت افراد از محل دائمی زندگی خود جهت حفظ، بهبود یا حصول مجدد سلامت جسمی و ذهنی فردی به مدتی بیش از ۲۴ ساعت و کمتر از یک سال گردشگری سلامت اطلاق می شود.

۲- Wellness tourism: گردشگری تندرستی؛ مسافرت به دهکده های سلامت و مناطق دارای چشمه های آب معدنی و آب گرم (اسپاها) برای رهایی از تنش های زندگی روزمره و تجدیدنظر بدون مداخله و نظارت پزشکی در مواردی که گردشگر، بیماری جسمی مشخص نداشته باشد را گردشگری تندرستی گویند.

۳- curative tourism: گردشگری درمانی؛ مسافرت به منظور استفاده از منابع درمانی طبیعی (آب های معدنی، نمک، لجن و غیره) جهت درمان برخی بیماری ها یا گذران دوران نقاهت تحت نظارت و مداخله پزشکی را گردشگری درمانی گویند.

۴- Medical Tourism: گردشگری پزشکی؛ مسافرت به منظور درمان بیماری های جسمانی یا انجام نوعی از اعمال جراحی تحت نظارت پزشکان در بیمارستان ها و مراکز درمانی را گردشگری پزشکی گویند. در این نوع از گردشگری سلامت، بیمار ممکن است پس از درمان و معالجه نیازمند استفاده از فضاها و خدمات گردشگری درمانی (مانند اسپاها) باشد.



می کنند

۶- برگزاری مسابقات سفرنامه نویسی و جشنواره ها و

نمایشگاه های فصلی

۷- ساخت فیلم های مستند از جاذبه های گردشگری

۸- تسهیلات در اعطای بورس به دانشجویان سایر

کشورها برای انتخاب کشور ترکیه با موضوع گردشگری

۹- استانداردسازی قوانین حوزه گردشگری کشور

۱۰- ایجاد دهکده های گردشگری

۱۱- رونق زیرساخت های گردشگری و سرمایه گذاری در

ساخت هتل و تاسیسات لازم در موضوع گردشگری

۱۲- حمایت دولت از انجام هرگونه سرمایه گذاری در

حوزه های سخت افزاری و یا نرم افزاری گردشگری

۱۳- اجرای طرح های مشارکتی با دیگر کشورها در زمینه

گردشگری و نهادینه کردن آموزش های لازم در استقبال

از گردشگر

و البته ده ها و ده ها اقدام دیگر و همه و همه ی این ها

باعث شد در سال ۲۰۱۰ یعنی ۲ سال قبل از زمان

پیش بینی شده به هدف خود دست یابد و جزء ۱۰ کشور

برتر در حوزه گردشگری پزشکی از سوی سازمان جهانی

گردشگری معرفی شود.

- **ترکیه:** در سال ۲۰۰۷ تنها ۲۰۰ نفر را برای جراحی

چشم جذب کرده و در سال ۲۰۱۱ حتی بالاتر از کشور

انگلیس در حوزه گردشگری سلامت قرار گرفت.

- **پاناما:** کشور پاناما با ارائه خدمات درمانی با هزینه

پائین (البته نسبت به کشوری چون آمریکا) توانسته در

حوزه گردشگری پزشکی موفق باشد. اگر چه این هزینه از

کشورهای جنوب شرق آسیا خیلی بیشتر است اما با توجه

به ارائه خدمات ایمن و سطح بالا جایگاه خود را در بین

کشورهای برتر حوزه درمان گردشگران کسب کند.

- **مالزی:** صنعت گردشگری پزشکی مالزی به تازگی

پیشرفت های قابل ذکری داشته و همسو با توسعه ی صنایع

دیگر به سوی رشد و توسعه ی بیش می رود. مالزی توانسته

از سال ۲۰۰۱ با ۷۵۰۰۰ نفر گردشگر بیمار به ۲۹۷۰۰۰

نفر در سال ۲۰۰۶ برسد و این رشد در زمینه گردشگری

سلامت ادامه دارد.

- **کاستاریکا:** نیز هم چون پاناما توانسته مقصد خوبی

برای شهروندان آمریکایی شمالی باشد. کاستاریکا از سال

۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ توانسته گردشگر پزشکی خود را از

۱۵۰۰۰۰ نفر به ۵۰۰۰۰۰ نفر برساند.

- **دبی:** این امیرنشین همسایه کشورما سعی دارد به

قطب گردشگری سلامت در خلیج فارس و خاورمیانه بدل

شود و توانسته ۴۷۵۰ پزشک متخصص را که مسلط به

۴۰ زبان زنده دنیا هستند را جذب کند تا در آمد دبی از

گردشگری سلامت در سال ۲۰۱۲ به ۶/۱ میلیارد درهم

امارات برسد. میزان سرمایه گذاری بخش خصوصی در

سال ۲۰۱۲ در این امیرنشین به ۸ میلیارد دلار رسیده است.

- **ایران:** گردشگری سلامت از سال ۱۳۸۲ در کشور ما

به طور جدی مورد توجه قرار گرفته است. در سال ۱۳۸۳

تقریباً ۱۲۰۰ بیمار خاص را پذیرش نمود و این رقم در

سال ۱۳۸۴ به ۱۷۵۰۰ نفر رسیده، درآمد کشور از محل

گردشگری پزشکی حدود ۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۳

برآورد می شود.

- **استان کرمان:** استان کرمان با توجه به وسعت و

موقعیت جغرافیایی که دارد از جاذبه های طبیعی بسیار
برخوردار است.

این جاذبه ها طبیعی (کوهپایه های هزار وجو پار، سیرج

، دلفارد، بیدخون، دشت لوت، کویر شهداد، ...) در استان

کرمان که استانی چهار فصل است می تواند مقصدی عالی

برای گردشگری سلامت و تندرستی تلقی شوند.

مراعات پوشیده از **گیاهان دارویی** چون آلاله، آویشن،

پونه، زیره قطعاً گردشگران تشنه طب گیاهی و سنتی را

سیراب خواهد ساخت.

گردشگران جستجوگر در حوزه طب سنتی و مکمل در

استان کرمان فضاهای زیادی را برای بهبودی و یا طی

کردن دوران نقاهت خود خواهند یافت.

از سویی وجود **دانشکده طب سنتی** و تربیت شدگان

رشته تخصصی طب سنتی ایرانی اسلامی می تواند

پاسخگوی نیازها و خواسته های گردشگران داخلی و

خارجی در حوزه طب مکمل نیز باشد.

استان کرمان یکی از سه استانی است که متخصصان

آن در کشور عمل **پیوند کبد** را انجام می دهند. تعداد

بسیار بالای پیوند کلیه، پیوند مغز استخوان، جراحی های

پلاستیک و زیبایی، اعمال دندان پزشکی و جراحی های

پیچیده فک و صورت و ... نشان از توانمندی کادر مجرب

نیروی انسانی در حوزه پزشکی دارد.

دقیقاً همان نیازهایی که حداقل کشورهای همسایه ما به

دلیل نداشتن آن ها در حد کیفی مطلوب راغب به مسافرت

به کشور ما هستند و کرمان در صورت معرفی شایسته و

درخور قطعاً مقصدی مناسب برای این افراد خواهد بود.

از طرفی هزینه های درمان و اقامت نیز در استان کرمان

به مراتب کمتر از هزینه های مشابه در استان هایی چون

تهران است که برای جنبه اقتصادی گردشگری سلامت

مهم تلقی می شود.

- جدای از آن چه در گذشته وجود داشته یا نداشته و

کاستی های که همیشه سر راه بوده به نظر شما چه باید

کرد که ما به آن چه لیاقتش را داریم و حق ما در این حوزه

است دست پیدا کنیم، ما به مواردی اندک در حد حوصله

این گفتار اشاره می کنیم:

۱- تدوین و تصویب طرح جامع گردشگری برای

هدف سازی واحد و تمرکز و تجمع نیروها و افکار

۲- اعطای تسهیلات ساخت و تجهیز بیمارستان ها

توسط بخش خصوصی و حتی دولتی

۳- تربیت نیروی انسانی حرفه ای

۴- معرفی توانمندی های طبیعی مانند چشمه معدنی و

آبگرم و تعیین خواص آب

۵- شرکت در نمایشگاه های گردشگری سلامت برای

معرفی استان

۶- ایجاد پلیس گردشگری و تامین امنیت مورد نظر

استان کرمان یکی از سه استانی است که
متخصصان آن در کشور عمل پیوند کبد را
انجام می دهند. تعداد بسیار بالای پیوند کلیه،
پیوند مغز استخوان، جراحی های پلاستیک و
زیبایی، دندان پزشکی و جراحی های پیچیده
فک و صورت و ... نشان از توانمندی کادر
مجرب نیروی انسانی در حوزه پزشکی دارد.

گردشگران در بخش های مختلف

۷- ساخت مراکز اقامتی با کیفیت استاندارد جهانی

۸- ایجاد و توسعه شبکه های حمل و نقل سریع و ایمن

در نزدیک ترین موقعیت به مراکز درمانی

۹- ایجاد شبکه اطلاع رسانی و تبلیغات

۱۰- احداث شبکه های تلویزیونی و اینترنتی خاص

گردشگری استان

۱۱- معرفی توانمندی های طبیعی و پزشکی استان

۱۲- چاپ بروشورهای تخصصی در تیراژ بالا و ارائه به

گردشگران خارجی در پروازهای داخلی و خارجی

۱۳- لغو قوانین دست و پاگیر و اقدامات اداری غیر لزوم

و تصویب قوانین برای سهولت آمد و شد و پذیرش بیماران

در کوتاه ترین زمان

۱۴- اقدام موثر کسینول گری ها و مراکز ایرانی خارج از

کشور در معرفی توانمندی های کشور و استان (دفاتر امور

خارجی در استان کرمان)

۱۵- تبلیغات بروی اقلام صادراتی استان

۱۶- برگزاری جشنواره و بازارچه های سلامت

۱۷- احداث دهکده های سلامت

۱۸- اعطای تسهیلات به فعالان بخش خصوصی در

حوزه گردشگری سلامت از قبیل وام های دراز مدت یا

حتی بلاعوض

۱۹- دادن آموزش های لازم فرهنگی و زبان به مردم

عادی جامعه در راستای برخورد مناسب با گردشگران برای

ایجاد امنیت روحی و روانی و آرامش لازم در گردشگران

۲۰- ارائه غذاهای سالم و ارزان

۲۱- اجماع خدمات مختلف به گونه ای که از رفت و

آمدهای نابجا و غیر ضروری جلوگیری می شود

۲۲- رد و بدل اطلاعات لازم قبل از سفر بین میهمان و

میزبان به گونه ای که در بیمار ایجاد آرامش و اطمینان کند

و گردشگر با خیالی آسوده آماده پذیرش درمان لازم شود

۲۳- قیمت ارزان خدمات و از آن مهم تر تدوین

تعرفه های پزشکی لازم توسط متولیان سلامت و ارائه آنها

به گردشگران

۲۴- قرار دادن زمان خاص پس از درمان به دوران

نقاهت و ریکواری برای بیمار و استفاده از مناطق زیبا و

جذاب در طبیعت برای تکمیل درمان و لذت بخش نمودن

درمان برای بیماران

۲۵- دادن حق انتخاب به بیمار با ایجاد امکانات متنوع و

استخدام پزشکان و پرستاران ماهر و با تجربه در رشته های

مختلف پزشکی

۲۶- توسعه ی علم و تکنولوژی و پیشرفت در رشته های

نوین هم چون سلول های بنیادی و ... و ارائه درست و با

اطمینان به بیماران

۲۷- بهره روری درست از طب مکمل و جایگزین

۲۸- بهره روری از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)

۲۹- در صورت امکان ارتباط متقابل با شرکت های بیمه

و ...

بدون شک برنامه ریزی دقیق و کارشناسی شده در سایه

تعامل دستگاه هایی که همکاری و حضورشان برای رسیدن

به اهداف بلند مدت در حوزه گردشگری سلامت ضرورت

داد ما را کمک خواهد کرد تا در بین مدعیان حرفی برای

گفتن داشته باشیم.



دیدگاه

مسعود وزیري

عضو کمیسیون گردشگری و حمل و نقل
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی
استان کرمان

آن چه من از شوق بزم آورده‌ام ...

کنیم. اگر ما با وسواس و دقت از فرهنگ و باورهای مذهبی خود و همان ایمانی که پانصد سال پیش بدون پلیس و نیروهای امنیتی یک فرنگی را سالم از جنوب کشور گذر داد^۱ دفاع کنیم در دراز مدت مخاطب‌های واقعی را خواهیم یافت.

ما باید آداب و رسوم، فرهنگ بومی و سنتی، اخلاق، باورهای دینی نجابت کرمانی را نشان دهیم تا ضعف نداشتن هتل‌های آن چنانی را ببوشانیم. کرمان باید میعادگاه دانشجویان و استادان دانشگاهی بویژه در رشته‌های باستان‌شناسی، مردم‌شناسی، زبان‌شناسی و علوم اجتماعی باشد حضور این افراد می‌تواند سرمایه علمی بالایی به نسل جوان ما منتقل کند که بهره‌بردار از آن را باید به حساب سود گردشگری دانست.

اگر ما بتوانیم با برنامه‌ریزی جهانگردانی را که به شهرستان می‌آیند با یک راهنما به مراسم سنتی عروسی، مراسم جشن‌های ملی، مراسم زیبای سنتی کشت و برداشت محصول کشاورزی، مراسم زیبای آبیاری سنتی، مراسم بازی‌های محلی ببریم و جهانگردان غربی این فرهنگ را بطور اصیل ببینند مطمئن باشید که هر جهانگردی که به غرب می‌رود صدها جهانگرد دیگر را بیدار می‌کند.

جهانگردان جهان باید بدانند که ما جهانگردانی چون شیخ سعدی و ناصر خسرو و... داشتیم که توشه و سرمایه‌ای که آنها از سفر آورده‌اند هنوز بکر و ارزشمند از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود.

آموزش، الفبای توسعه صنعت گردشگری است. باید بطور مستمر رانندگان تاکسی، کارگران هتل و رستوران‌ها، تورگردان‌ها، کارمندان موزه‌ها، نیروی انتظامی، مغازه‌داران بازار بزرگ آموزش ببینند تا بتوانند نجابت اصیل و فرهنگ ملی را در برخورد با جهانگرد به او عرضه کنند.

ما باید آنچه را که از بزم‌ها عرفان و اخلاق داریم در طبق اخلاصی بگذاریم به قول اقبال:

آنچه من از بزم شوق آورده‌ام دانی چیست
یک چمن گل، یک بتان نادان، یک خم‌خامی

جهانگردی که به کشور ما می‌آید از همین شیوه حتی قبل از عزیمت به زادگاهش از طریق پیام کوتاه و خدمات اینترنت می‌تواند تعداد زیادی را جلب کند.

گردشگری الکترونیک با مدد امواج جهانگرد را جذب می‌کند اما آن‌چه را که ما برایش فراهم می‌کنیم نباید تقلیدی از صنعت غرب باشد.

بسیاری از گردشگران که از جهان مدرن صنعت می‌آیند به دنبال گمشده‌ای هستند که با فطرت آن‌ها همراه است ولی فراموش شده است. برعکس باور بسیاری که فکر می‌کنند برای جلب جهانگرد باید از هتل‌های پنج ستاره، پوشش غربی، رستوران‌های مدرن، استفاده کرد و حتی صرف مشروبات الکلی را دلیل بازاری در جذب جهانگرد می‌دانند ما باید به اصل خودمان برگردیم و از سرمایه‌های معنوی خودمان دفاع کنیم. روزگاری که مارکوپولو به ایران آمد، کشور ما هنوز زخم حمله لشکریان وحشی مغول و تازی را بر تن داشت.

زیر ساخت‌های کشاورزی و دامپروری و بهترین نیروی کاری ناپود شده بودند و مردم با فقر و بدبختی بدون داشتن یک حکومت مرکزی روزگار می‌گذرانند. مارکوپولو با کسهای از اشرافی و طلا سراسر ایران را طی می‌کند و در خاطرات خود حتی یک‌بار به سرقت اشاره نمی‌کند. هم‌چنان که "سون هن" همین مسیر را طی کرده است^۲ آن‌چه که باعث شده مردم فقیر و گرسنه به اموال این غریبه نگاه بد نکنند ایمان بود.



این بهترین سرمایه ماست که باید به جهانگردان عرضه

پارسی‌ها برای جلب جهانگرد روش جدیدی بکار گرفته‌اند. آن‌ها در یک تونل متروک قدیمی استخوان‌های یک قبرستان قدیمی را به ردیف در طاقچه‌های تونل به طول چند کیلومتر چیده‌اند و در هر قدم یک شمع چهره یک اسکلت آدمیزاد را روشن می‌کند. توریست زمانی که به اعماق زمین می‌رود و در نور کم به قول ما کرمانی‌ها کدوی کله مرده را می‌بیند وحشت می‌کند و همین وحشت در آن فضا با پخش موسیقی ترس‌آور موجب جلب جهانگردان شده است.^۱

صنعت گردشگری از هر نوع ضعف و قدرت بشر امروز جهت جذب، سود می‌برد. اما این موزه و صدها جای دیدنی زمانی ارزش دارد که جهانگردان قبل از حرکت از آن مطلع باشند.

کتاب «توسعه گردشگری» که به کوشش اسماعیل کاووسی به چاپ دوم رسیده است به مدرن‌ترین راه‌های معرفی جاذبه‌های گردشگری اشاره می‌کند. نویسندگان در این کتاب گردشگری را به عنوان بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیای امروز می‌دانند و بر این باور هستند که گردشگری الکترونیک بهترین شیوه در جذب گردشگر است.

این کتاب می‌تواند برای دانشجویان، کارکنان شرکت‌های خدماتی گردشگری استان، کارمندان سازمان گردشگری، مدیران هتل‌ها و شهرداری‌های مفید باشد. در صنعت گردشگری موضوع انسان مطرح است و نمی‌توان با

این پدیده مخاطب و ارباب رجوع که به عنوان گردشگر هستند مکانیکی برخورد کرد. صنعت گردشگری بدون گردشگر ورشکست است، حتی اگر صاحب بهترین جاذبه‌های طبیعی و باستانی باشد.

گردشگران این دوران با گذشته فرق بسیار دارند. آن‌ها برای سفر برنامه‌ریزی می‌کنند و برای برنامه‌ریزی نیاز به اطلاعات اولیه دارند. این اطلاعات باید در اسرع وقت و بطور جامع از طریق اینترنت در اختیار گردشگر قرار گیرد. نویسندگان کتاب به درستی ثابت کرده‌اند که استفاده از امواج الکترونیکی بهترین نوع آرایه خدمات به جهانگرد است. اما این اطلاع‌رسانی از طریق امواج زمانی

بیار می‌نشینند که جهانگرد راضی از سفر برگردد. هر

۳- مارکوپولو در سفر خود از کوهبنان کرمان می‌گذرد...

۲- سون هن خاطرات سفر به ایران را در کتاب کویرهای ایران نوشته است.

۱- دکتر ابراهیم باستانی پاریزی- زیر چل چراغ- صفحه ۴۸۷- نشر علمی ۸۸.



گزارش



سید امجد نظامی
دبیر کمیسیون گردشگری و حمل و نقل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان

نشست کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان کرمان

سفرها و تورهای گردشگری با کمیسیون گردشگری می باشند.

صدیقی؛ مدیر شرکت مسافرتی و جهانگردی پیش‌قراولان بیم
ضمن توضیح این که این شرکت خدمات مسافرتی دو سال گذشته درخصوص تورهای ورودی و ارزآوری در زمره صادرکنندگان نمونه در انتخاب سالیانه صادرکننده نمونه استانی در زمینه صنعت گردشگری در استان کرمان انتخاب شدند، گفتند این آژانس مسافرتی در زمره ۲۰ آژانس جهانگردی برتر ایران می باشد که مشکلات عدیده ای نیز در این زمینه دارد و نیاز به سیاست‌های کلان و برنامه‌ریزی جهت آمادگی ورود گردشگران خارجی دارد که مسلماً وجود زیرساخت‌های مناسب گردشگری می‌تواند در این امر موثر باشد.

به قول آقای دکتر سلطانی‌فر ریاست محترم سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور ما با سونامی ورود گردشگران خارجی مواجه هستیم و باید امکانات مناسبی نیز برای میهمانان داشته باشیم در مورد کرمان نیز اگر سیل گردشگران خارجی را داشته باشیم آیا زیر ساخت‌های لازم و امکانات و تسهیلات و هتل‌های کافی و مناسب وجود دارد؟ متأسفانه سهم کرمان نیز در مقایسه با شهرهای دیگر از لحاظ سفرهای گردشگران کمتر می باشد همان‌طور که می‌دانید مثلاً با تبلیغات مناسب، ورود گردشگران خارجی به شیراز در سال گذشته بیش از استان کرمان بوده است، لذا بایستی سهم بیشتری از این سفرها را به کرمان اختصاص دهیم.

دکتر جعفری صدر
ایشان اشاراتی به سایت تخفیفان داشتند که از آن‌جا که رزرو مکان‌ها و خریداری‌ها به صورت گروهی انجام می‌شود از تخفیف قیمت‌ها برخوردار است که علاقه‌مندان می‌توانند از این سایت نیز بازدید کنند. www.takhfifan.com

خزاعی؛ مدیرعامل شرکت پیشگامان دانش کارمانیا
ایشان نیز در خصوص نقش زنجیره ارزش در صنعت گردشگری صحبت کردند و تأثیر زیر ساخت‌های گردشگری در توسعه گردشگری استان و آرایه خدمات گردشگری را یاد آور شدند.

تاج‌الدینی؛ راهنمای گردشگری استان
ایشان نیز تأثیر آموزش در صنعت گردشگری را یادآوری کردند و بیان داشتند که این مهم در ارتقای خدمات گردشگری موثر بوده و افراد یا شرکت‌هایی که تخصص گردشگری و آموزش این صنعت را ندیده اند نمی‌توانند در این صنعت موفق باشند هم‌چنان که این صنعت نیازمند افراد آموزش دیده و علاقه‌مند می‌باشد.

مصوبات جلسه:
۱- با هماهنگی با آقای سرایه داری به اتفاق علاقه‌مندان و اعضای کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی بازدید از وضعیت مرمت باغ فتح آباد و متولی باشی، داشته باشیم.
۲- بازدید از منطقه ژئوپارک را که رفسنجان به اتفاق اعضای علاقه‌مند کمیسیون گردشگری و حمل و نقل با هماهنگی با آقای صادق زاده در اواخر شهریور ماه.

است که تبدیل به مرجعی کامل و یکپارچه برای راهنمایی و جذب گردشگر خارجی برای استان کرمان شود و گامی مهم و اساسی در توسعه صنعت گردشگری در استان باشد.

سرهنگ سرایه‌داری؛ معاون عمرانی سازمان اوقاف و امور خیریه
در خصوص حفظ و نگهداری آثار باستانی اظهار داشت که: تمام تلاش خود را در راستای مرمت و حفظ آثار باستانی در حوزه نگهداری اداره اوقاف کرده ایم و اینجانب نیز با مجموع ۷۰۰ هزار متر مربع مرمت آثار باستانی تحت حفاظت اوقاف در این راه نهایت کوشش و توجه خود را انجام داده‌ام، ایشان ضمن اشاره به مرمت آثار باغ فتح آباد - آب جوشان - باغ متولی‌باشی از اعضای کمیسیون گردشگری دعوت کردند تا از این مکان‌ها بازدید نمایند. که مقرر شد پس از هماهنگی بازدیدی از باغ فتح آباد و متولی باشی داشته باشیم

ایزدینا؛ مسوول کمیته انتشارات کمیسیون گردشگری
نیز در خصوص رعایت و حفظ محیط زیست در مناطق گردشگری گفت:
ما در کنار جاذبه‌های گردشگری و نعمت‌هایی که در استان و کشور از لحاظ آثار باستانی و گردشگری داریم بایستی فرهنگ نگهداری و حفظ این آثار را نیز داشته باشیم، ابتدا خودمان و سپس با آموزش به دیگران در راستای حفظ و نگهداری و همچنین رعایت نکات نظافت محیط گردشگری و همچنین مکان‌های عمومی کوشا باشیم و هم‌چنین رفتارهایمان نیز بایستی آموزنده باشند و در انتظار گردشگران داخلی و به ویژه خارجی نشانی از فرهنگ والای ایرانی و کرمانی باشد.

یزدانیان؛ استانداری کرمان
در خصوص فرارسیدن فصل سفر به شهداد و کولت‌های شهداد یادآور شد برای سفر به عمق بیابان لوت و بیش از ۹ کیلومتر به خارج از محدوده کولت‌های شهداد حتماً جهت اخذ مجوز از استانداری اقدام نمایند تا از خطرهای احتمالی مسیر خارج از جاده در امان باشند.

دکتر اسکندری؛ از فعالان صنعت گردشگری
وی در حال تأسیس سایت گردشگری همای تفرج در مسیر جاده هفت باغ می‌باشد از بخش‌های صنعت گردشگری به عنوان مهره‌های تسبیح یاد کرد و اظهار داشت:
باید این حلقه‌ها و مهره‌ها به یکدیگر متصل باشند تا چرخه خدمات گردشگری بتواند منظم حرکت کند و مسلماً در این صنعت نیز حلقه‌های مفقوده‌ای در خصوص وضعیت گردشگری و خدمات و زیر ساخت‌ها وجود دارد که کمیسیون گردشگری بایستی این حلقه‌های مفقوده را بیابد.

بخشدار لاله زار
معاذاللهی در خصوص منطقه گردشگری بیان داشتند که این منطقه توریستی در فاصله ۱۳۵ کیلومتری دارای بخشداری و شهرداری است و هم‌چنین با تنوع طوایف عشایری و شهرت بهترین گل و گلاب، دارای وضعیت مناسب برای توسعه گردشگری است که در این راستا آماده همکاری جهت برگزاری

این نشست با حضور اکثریت اعضا در تاریخ ۲۰ مرداد ماه ۹۳ در محل سالن شماره ۲ اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان برگزار گردید.

مطالب ذیل از اهم مواردی هستند که توسط اعضای کمیسیون در جلسه مطرح شد:

علوی؛ نایب رئیس کمیسیون گردشگری اتاق ایران و رئیس کمیسیون گردشگری و حمل و نقل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان
ضمن خوش آمدگویی به مدعوین، در مورد توسعه گردشگری سلامت در کشورها و همچنین در خصوص اولین کنفرانس بین‌المللی کشورهای عضو اگو و نمایشگاه گردشگری سلامت در مازندران صحبت کردند که به همت مسوولان استان مازندران و کمیسیون گردشگری و خدمات اتاق ایران در اواخر شهریورماه برگزار خواهد شد که اتاق کرمان نیز حضور فعال خواهد داشت، مطالبی را فرمودند.

دکتر جعفری صدر؛ استاد دانشگاه
از فعالیت مرکز مشاوره کارآفرینی فناوری‌های صنعتی ماهان با مجوز رسمی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی خبر دادند که با نظارت و مدیریت ایشان در زمینه صنعت به استناد آیین نامه اجرایی تأسیس مراکز مشاوره اطلاع رسانی و خدمات کار آفرینی در استان‌ها به منظور ارائه مشاوره‌های تخصصی مبتنی بر دانش کاربردی و نوآوری به متقاضیان احداث و توسعه بنگاه‌های اقتصادی راه اندازی گردیده است صحبت کردند.
این مرکز با اتکا به تجربه، مهارت و توانمندی گروه همکاران موارد زیر را ارائه می‌دهد:

- مشاوره تخصصی در زمینه صنعت گردشگری
- انجام خدمات جهت اجرای پروژه‌های گردشگری، معدنی و صنعتی به صورت قراردادهای MC
- خدمات مشاوره‌ای در زمینه پروژه‌های گردشگری، صنعتی، معدنی و فراآوری
- انجام مطالعات توجیه فنی و اقتصادی، مقدماتی PFS و نهایی بانک پذیر BFS پروژه‌های صنعتی
- انجام مطالعات بازار، منابع مواد اولیه، مکان‌یابی اجرای پروژه، بررسی فناوری و محاسبات مالی پروژه های صنعتی.

فرشته قاضی زاده استاد دانشگاه؛ عضو کمیسیون گردشگری
ایشان با توجه به علاقه‌ای که به صنعت گردشگری کرمان و معرفی آثار باستانی دارند با تلاش و انگیزه شخصی اقدام به ساخت و راه اندازی وب سایت گردشگری کرمان به زبان انگلیسی نموده‌اند. ایشان در خصوص این سایت بیان داشتند:

پایگاه‌های اینترنتی گردشگری، اهمیت و نقشی بسزایی در معرفی جاذبه‌های گردشگری و جذب گردشگر دارد. با توجه به اهمیت و احساس نیاز برای وجود چنین پایگاه اینترنتی برای گردشگران خارجی و از سوی دیگر عدم وجود منبعی کامل و یکپارچه برای معرفی جاذبه‌های گردشگری استان کرمان، "پایگاه اینترنتی گردشگری استان کرمان به زبان انگلیسی" ایجاد شده است، که هم اکنون به آدرس "www.kerman-info.ir" قابل مشاهده و در دسترس عموم می باشد. البته این سایت هنوز در مرحله تکمیل اطلاعات و اعمال اصلاحات می‌باشد و امید



اخبار برگزیده

راه اندازی ژئوپارک راگه رفسنجان

کرمان و رفسنجان است و تا به حال ناشناخته بوده است. وی با بیان اینکه ۶۴ ژئوپارک در سراسر جهان به عضویت شبکه جهانی ژئوپارک‌های ملی درآمده‌اند، گفت: اروپا با ۳۴ و چین با ۲۲ ژئوپارک صاحبان بیشترین پارک‌های زمین شناسی هستند.

صادق زاده افزود: دره راگه بر اثر فرسایش آب و باد به وجود آمده است و یک تا ۱۵۰ متر عرض و ۷۰ متر عمق و ۲۰ کیلومتر طول دارد.

وی ادامه داد: این دره در فاصله ۱۵ کیلومتری رفسنجان واقع شده است که تاکنون ناشناخته مانده و به آن نگاه جدی نشده است و اجرای این طرح می‌تواند مکمل سایت‌های توریستی کلوت‌های شهداد و روستای تاریخی میمند باشد و یک برند برای استان محسوب شود.

صادق زاده همچنین نقاط قوت اجرای این طرح را توسعه صنعت اکوتوریسم و ژئوتوریسم عنوان کرد و گفت: صنعت اکوتوریسم نسبت به سایر شاخه‌ها از رشد قابل قبولی برخوردار بوده است و حدود ۳۰ درصد نسبت به سایر شاخه‌ها رشد داشته است.

وی در ادامه احداث ۱۰ آلاچیق، ۱۰ اقامتگاه صحرایی، پنج سئوئیت و ایجاد نمایشگاه سنتی، رصد ستارگان، کلاس آموزشی محیط زیست و ایجاد فضای سبز و احداث ۱۴ کیلومتر برای دوچرخه سواری استقامتی و پرواز با چتر برفراز دره راگه و پرش از ارتفاع و آب نما و ... را از اقدامات قابل اجرایی آن در فاز یک و دو دانست.

وی همچنین افزود: در فاز نخست این طرح به میزان دو هکتار ۷۴۰ میلیون تومان برای احداث اکوکمپ برای استقرار گردشگران این منطقه نیاز است.

صادق زاده افزود: این دره یک پدیده بارز زمین شناسی است و می‌تواند به عنوان قطب ژئوتوریسم کشور محسوب شود و می‌تواند در دنیا مطرح شود و تنها مشکل عمده برای ایجاد اکوکمپ کمبود آب است.

در ادامه این نشست مهدی سیاوشی مدیرعامل شرکت عمران هفت باغ علوی کرمان اظهار داشت: داشتن مدیریت واحد بر محور هفت باغ علوی تنها با تصویب این محور به عنوان منطقه نمونه گردشگری عملی می‌شود و با این تصویب می‌توان با کمک اعتبارات بخش دولتی در زمینه توسعه زیرساخت‌های آن اقدام کرد.

وی با بیان این که تاکنون ۳۰ میلیارد تومان در این محور سرمایه‌گذاری شده است، گفت: این محور به عنوان نخستین گزینه برای تفریح و گردش برای شهروندان کرمانی است و تاکنون ۶۰ اصله درخت، ۵۸ کیلومتر لوله‌گذاری آب آشامیدنی، ۵۰ کیلومتر گاردریل و واگذاری دو هزار انشعاب آب در هفت باغ علوی کرمان انجام شده است.

وی همچنین گفت: اگر منطقه نمونه گردشگری شود بسیاری از کارها پیش خواهد رفت و اگر نشود از اهداف اولیه‌اش فاصله خواهد گرفت و قابل کنترل نخواهد بود.

در این نشست با موافقت اعضا، کلیات ۲ طرح توریستی- گردشگری منطقه طبیعت گردی بندر هنزا و ژئوپارک راگه رفسنجان تصویب شد.

منبع: خبرگزاری مهر

استاندار کرمان در نشست کارگروه گردشگری استان کرمان گفت: طرح بندر هنزا باید در قالب برنامه‌ای جامع و مشاوره‌ای قابل قبول ارائه شود و باید یک طرح جامع بوده که جا برای همه نوع فعالیت گردشگری در آن باشد.

وی با بیان اینکه این منطقه جزء مناطق بکر در استان کرمان است و یکی از اصلی‌ترین ییلاق‌های استان در این منطقه واقع است، افزود: به هیچ وجه نباید به بافت اصلی منطقه چه بافت جمعیتی چه حیوانات و منابع طبیعی دست زد و باید این منطقه به همین صورت بکر باقی مانده و طرح در آن اجرا شود.

رزم‌حسینی در ادامه افزود: در زمینه گردشگری و جذب توریست استان کرمان ظرفیت بسیار بالایی دارد و راه اندازی ژئوپارک راگه رفسنجان مطمئناً جذابیت جدیدی است که در حوزه گردشگری به استان کرمان اضافه شده است.

ایجاد پیست اسکی در منطقه هنزا

سیدمهدی طبیب‌زاده نایب رئیس اتاق بازرگانی استان کرمان نیز در این نشست با اشاره به طرح منطقه طبیعت گردی بندر هنزا گفت: اجرای این طرح بدون هرگونه دخالتی در محیط زیست و منابع طبیعی و کشاورزی منطقه انجام می‌گیرد و تنها از مناطق آزاد آن هم با حفظ همه اصول طبیعی منطقه و استانداردهای بین‌المللی به کار برده و استفاده می‌شود.

طبیب‌زاده افزود: مطالعات زیادی روی طرح‌های این منطقه انجام شده است و با برنامه‌ریزی‌های انجام شده می‌توان انواع ورزش‌های کوهستانی، طبیعت گردی و توریستی را در این منطقه پیاده کرد و جاهایی نیز تردد با خودرو به خاطر دست نزدن به طبیعت مقدور نیست که از تله کابین استفاده می‌شود.

وی با بیان اینکه این منطقه با رویکرد طبیعت گردی به وجود می‌آید و یک طرح جامع است که با حفظ محیط زیست منطقه و منابع طبیعی در حد بین‌المللی بوده و یک بسته کامل از گردشگری در منطقه هنزا و تخت سرتشتک خواهد بود.

وی همچنین گفت: محدوده‌ای با شش کیلومتر برای پیست اسکی در نظر گرفته‌ایم که برای اسکی‌بازهای حرفه‌ای می‌تواند توجیه پذیر باشد و این منطقه در ارتفاع بالای سه هزار و ۷۰۰ متری است که از اول آذرماه تا آخر اردیبهشت ماه معمولاً پوشیده از برف است و پیستی است که برف آن با سپیدن فارس برابری می‌کند و شاید ماندگارتر از آنجاست.

طبیب‌زاده عنوان کرد: این منطقه مستعد است برای این که تبدیل به اردوگاه کشوری شود که برای این کار که نظر وزیر آموزش و پرورش نیز بوده است ۹۰ میلیارد تومان هزینه بر است.

دره "راگه" مکمل سایت‌های توریستی کرمان

محمدرضا صادق‌زاده مجری طرح ژئوپارک راگه رفسنجان نیز در این نشست افزود: ژئوپارک، منطقه‌ای با وسعت ۳۶ هزار هکتار است و معدن مس سرچشمه نیز در فاصله کمتر از ۱۵ کیلومتر آن قراردارد این دره نیمساز بین دو جاده

اتاق بازرگانی هلدینگ گردشگری تشکیل می‌دهد



رئیس کمیسیون گردشگری اتاق ایران خبر داد: اتاق بازرگانی هلدینگ و خدمات گردشگری تشکیل می‌دهد.

محمد کاوه با اشاره به کارکرد یکپارچه‌سازی این هلدینگ خاطر نشان کرد:

لازم است برای جلوگیری از پراکندگی و هم‌چنین ایجاد انسجام، چنین هلدینگی ایجاد شود. وی تصریح کرد: این هلدینگ می‌تواند در تعامل و همکاری با شرکت‌های خارجی نیز به ما کمک کند و از سوی دیگر موجب آن شود که هنگام حضور شرکت‌ها و بنگاه‌های گردشگری در نمایشگاه‌های بین‌المللی، به جای تشتت آراء، بخش خصوصی به اجماع برسد و یک‌صدا با دیگر کشورها مذاکره کند.

به گفته وی این هلدینگ در چهار بخش آژانس‌های مسافرتی، گردشگری سلامت، هتلداران و مکان‌های اقامتی و تورگردانان فعال خواهد شد.

رئیس کمیسیون گردشگری اتاق ایران در پاسخ به این سوال که «آیا همه بنگاه‌های مرتبط با گردشگری که هم‌اکنون فعال هستند می‌توانند زیرمجموعه این هلدینگ قرار گیرند، یا در نظر دارید ذیل این هلدینگ، بنگاه‌های جدیدی ایجاد کنید»، تصریح کرد:

به‌زودی فراخوانی برای جذب در این هلدینگ اعلام خواهد شد و همه شرکت‌هایی که در این حوزه فعالیت می‌کنند یا شرکت‌هایی که تازه شکل می‌گیرند و علاقه‌مند هستند، می‌توانند زیرمجموعه این هلدینگ قرار گیرند تا از این طریق همه فعالان این بخش در تعامل با شرکت‌های خارجی و بخش خصوصی دیگر کشورها به یک اتحاد برسند.

محمد کاوه همچنین در واکنش به این سوال که آیا با توجه به این تشریتی که برای مثال در میان آژانس‌داران و تورگردانان کشور وجود دارد، می‌توان به این یکپارچگی حاصل از تشکیل هلدینگ گردشگری امیدوار بود، گفت: ما باید بدانیم که در دنیای امروز، ۱۱ درصد از اشتغال کشورها به مشاغل مرتبط با گردشگری اختصاص دارد و این نشان از این دارد که نیروهای بسیاری در این بخش فعالند.

وجود تشکلهای استانی و کشوری و... منافاتی با شکل‌گیری این هلدینگ ندارد و اتاق تصمیم دارد فعالان این صنعت را از طریق اتاق بازرگانی به ثبت برساند. وی افزود:

از طریق این هلدینگ، اتاق بازرگانی ایران از شرکت‌های زیرمجموعه در نمایشگاه‌های بین‌المللی و هیات‌های اقتصادی حمایت خواهد کرد و امیدواریم تا از این طریق بتوانیم به جذب بیشتر گردشگر خارجی دست یابیم و ارزآوری و اشتغال بیشتری را شاهد باشیم.



بنگلادش از توانمندی‌های ایران در حوزه سلامت اطلاعات کاملی ندارد



به گزارش روابط عمومی اتاق کرمان، در نشست مشترک معاون توسعه و سرمایه گذاری اتاق با راینز بازرگانی سفارت بنگلادش که در محل اتاق کرمان برگزار شد، عارف الرحمن پوا ضمن ابراز شگفتی از توانمندی‌های استان کرمان و ایران در حوزه سلامت گفت: متأسفانه اطلاعات کاملی از این توانمندی‌ها در کشور بنگلادش وجود ندارد.

پوا افزود: هر ساله تعداد زیادی از شهروندان بنگلادشی و کشورهای اطراف برای درمان به کشور هندوستان سفر می‌کنند و ایران می‌تواند با دارا بودن تجهیزات به روز و متخصصان متبحر مقصد سفر این شهروندان باشد.

در این نشست علوی، معاون توسعه و سرمایه‌گذاری اتاق نیز به معرفی توانمندی‌های استان کرمان در بخش‌های مختلف پرداخت.

علوی گفت: استان کرمان پهناترین استان کشور در صنعت، معدن، خدمات و تولید محصولات کشاورزی ارزشمند همچون پسته، خرما، گردو، گیاهان دارویی و محصولات گلخانه‌ای و باغی در کشور دارای رتبه‌های ممتازی است. وی همچنین به معرفی کمیسیون‌ها و انجمن‌های تخصصی اتاق کرمان پرداخت و از بخش‌های معدن، صنعت، گردشگری به عنوان توانمندی‌های کم‌نظیر استان کرمان در کشور یاد کرد.



سردرگمی بخش خصوصی کرمان از لغو یک‌باره پرواز کرمان - نجف

از بازدیدهای محسوس و نامحسوس نمایندگان عراقی از هتل‌ها و جاذبه‌های گردشگری استان کرمان و اعلام رضایت آنها از وضعیت صنعت گردشگری کرمان، تفاهم‌نامه دیگری بین آژانس جنوب‌شرق و انجمن هتل‌داران استان کرمان منعقد شد تا هر هفته تعداد ۴۰ گردشگر عراقی از طریق خط پروازی کرمان - نجف به کرمان وارد و در مراکز اقامتی استان اقامت کنند.

معین‌زاده افزود: براساس این تفاهم‌نامه، این تعداد گردشگر عراقی پس از ورود به کرمان و سه شب اقامت و پذیرایی و بازدید از جاذبه‌های استان، سفر خود را به شهرهای مشهد مقدس، قم، اصفهان و جزیره کیش ادامه می‌دادند و در نهایت با پرواز مستقیم کرمان - نجف که چارترکننده آن آژانس جنوب‌شرق بود، به کشور خود بازمی‌گشتند.

وی با بیان اینکه در شرایط تحقق این تفاهم‌نامه در سال نخست ۲۶۰ هزار دلار و در سال دوم یک میلیون و ۳۶ هزار دلار تنها به بخش اقامتی و پذیرایی کرمان تزریق می‌شد،



اظهار کرد: این مبلغ جدا از سایر هزینه‌ها مانند بازدید از موزه‌ها و جاذبه‌های هوایی، زمینی و ریلی و یا خرید سوغات و کالا پیش‌بینی شده بود.

رئیس انجمن هتل‌داران استان کرمان با اشاره به اینکه هتل‌داران کرمان در شرایطی برای عملیاتی شدن تفاهم‌نامه مذکور لحظه شماری می‌کردند که ناگاه پرواز کرمان - نجف به یکباره قطع و ملغی اعلام شد.

معین‌زاده با تأکید بر اینکه هتل‌داران کرمان به سبب خالی نگه داشتن بخشی از ظرفیت اقامتی خود برای انجام تعهدات، متحمل مشکلاتی شدند، گفت: در شرایط فعلی مدیریت دفتر خدمات مسافرتی جنوب‌شرق پاسخگویی مسائل پیش آمده نیستند و تنها ابراز تأسف می‌کنند.

وی با بیان اینکه در حال حاضر هتل‌داران کرمان از استاندار انتظار راهنمایی و هدایت و حل و فصل این مسئله را دارند، تصریح کرد: متأسفانه این مسئله به یک بن بست رسیده و سبب سردرگمی و دلزدگی فعالان بخش خصوصی این خطه شده است.

رئیس انجمن هتل‌داران استان کرمان خاطرنشان کرد: از مدیریت میراث فرهنگی استان نیز تقاضا داریم به عنوان متولی صنعت گردشگری همچون گذشته در راستای رونق این صنعت از بخش خصوصی حمایت کند.

خبرگزاری تسنیم: خط پروازی کرمان - نجف که با حمایت بخش خصوصی راه‌اندازی شده بود، در شرایطی به یکباره قطع شده است که بسیاری از فعالان بخش خصوصی خواهان پاسخگویی نهادهای مرتبط در این باره هستند.

خط پروازی کرمان - نجف که به دنبال سفر استاندار کرمان در اواخر سال گذشته به شهرهای نجف و کربلا و در راستای تبادل گردشگران بین شهرهای کرمان و نجف توسط بخش خصوصی راه‌اندازی شد، متأسفانه به یکباره لغو شده و بخش خصوصی استان کرمان را سردرگم کرده است. این در شرایطی است که با وجود پیگیری آژانس‌های چارترکننده پرواز، تا این لحظه هیچ یک از نهادهای مرتبط پاسخ درستی در این باره ارائه نکرده‌اند.

با این وجود هتل‌داران استان کرمان نیز از لغو یکباره پرواز کرمان - نجف گلایه‌مند هستند، زیرا بسیاری از اتاق‌های آنها در رزرو تورهای این پرواز بوده و به ناچار باید برای جبران این خسارات، از آژانس‌های چارترکننده پرواز مذکور اعلام شکایت کنند.

رئیس انجمن هتل‌داران استان کرمان با تأیید این مطلب، درباره مسائل حاشیه‌ای لغو پرواز کرمان - نجف، اظهار کرد: صنعت گردشگری استان کرمان در ابتدای دولت یازدهم در یک حالت بحرانی خاصی قرار داشت که با تغییر مدیران دولتی و انتصاب استاندار کرمان، امیدی در دل فعالان این صنعت پدیدار شد.

سیدعلی معین‌زاده با اشاره به این که در سال گذشته روسای پیشین و فعلی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور نخستین سفرهای استانی خود را از استان کرمان آغاز کردند، افزود: به دنبال آن با پیگیری‌های استاندار کرمان دفتر نمایندگی وزارت امور خارجه نیز در استان راه‌اندازی شد که این مسئله توانست در زمینه صدور ویزاهای فرودگاهی و امکان ورود مستقیم توریست‌های خارجی به کرمان موثر باشد.

وی با بیان اینکه با انتصاب مدیرکل جدید میراث فرهنگی استان کرمان، شاهد بهبود نسبی صنعت گردشگری استان و افزایش حضور گردشگران داخلی و خارجی در این خطه بودیم، گفت: به دنبال این اقدامات استاندار کرمان به منظور تسهیل در ورود گردشگران عراقی به استان کرمان که حجم قابل توجهی از گردشگران خارجی کشور را تشکیل می‌دهند، در اواخر سال گذشته به همراه جمعی از مدیران استانی به کشور عراق و شهرهای کربلا و نجف سفر کردند. رئیس انجمن هتل‌داران استان کرمان با تأکید بر اینکه در ادامه آن سفر با پیشنهاد دفتر خدمات مسافرتی جنوب‌شرق کرمان که یکی از بزرگترین چارترکننده پروازهای داخلی و بین‌المللی در استان کرمان است، مقدمات حضور گردشگران عراقی در استان کرمان در دستور کار قرار گرفت، تصریح کرد: بر این اساس تفاهم‌نامه‌ای بین آژانس جنوب‌شرق و نمایندگان بخش خصوصی عراق منعقد شد که پس



شعر

■ محمود خواجه بهرامی

عضو کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان، راهنمای گردشگران داخلی و خارجی

کرمان

مزارع صیفی جات و سبزیجات	زسیرگان، سوی کرمان	دگرنامش دیار کریمان
محصولاتش در چهار فصل زینت بخش سفره ایرانیان	کرمان صاحب اندیشه ریاضیات و بزرگترین عارف جهان	دیار مردمان سخت کوش و پرتوان
طراوت و طرح فرش کرمان شهره جهان	کرمان دارای کهن پردیس ایرانیان در دامان کوه های	تابعانش روزگاری یزد، هرمزگان و سرزمین نیم روز
زیبایی فرش و هنر کرمانیان را تماشا کنید	تیگرن	سیستان و بلوچستان
در تالارهای نیلوران یاموزه فرش ایران	کرمان سرزمین تلاش گران در جنوب شرق ایران	پهناترین استان ایران، دیار غنی ترین و متنوع ترین معادن
در دیار کریمان هم سخن شوید با کرمانیان با چهره ای	در فاصلهای هزار و پنجاه کیلومتر از تهران	ایران
شادمان	کرمان خاستگاه تاریخ دروازه تجارت جهان	در عهد هخامنشیان دلاور مردان این دیار بودند حامی و
سختاوت و سلامت محیط زیست را بنگرید در طبیعت (خبر)	آنجا که مکشوفه هایش کهن تر از میان رودان (بین النهرین)	یاورگار دجاودان
کرمان	کرمان به دامان خود دارد تپه حیجی در دشت صوغان	در عهد ساسانیان در میدان نقش جهان بجوئی محل استقرار
مبادا از یاد بیریم هنر، هنر آفرینی بانوان عشایران	کرمان میراث دار کهن ترین خط ناشناخته جهان	سپاه کرمانیان
گلیم و قالیچه هایشان در رنگ شهره جهان	شهر تجاری کمادین و تپه های باستانی کنار صندل	دیاری که رنگ و شهد میوه هایش متفاوت است با سایر نقاط
شهر صخره ای میمند در دیار کریمان با تاریخی کهن از	بانامی بنام تمدن (ارت در جنوب کرمان)	ایران به طعنه آفتاب تابان
دیرین زمان	در شهری بنام جیرفت (هند کوچک ایران)	در هوای تابستان نشاط آور است گشت و گذر در فضای
به چهره شادابی بخشید در بوستان های گل سرخ لاله زار	کرمانیان به زیر کشیدند از اریکه سلطان صاحب قران	چهار طاقی ساسانیان در راسته بازار مسقف کرمانیان
کرمان	کرمان دارای چهارمین قله بلند ایران	دیار پهناترین لوت ایران و گرم ترین نقطه جهان پهن
ایامی را خوش بگذرانید در چشمه عروس رابریا دره	در پهنه اش جمع آوری می شود هزاران گیاه دارویی به دست	دشت گندم بریان
سر سبز دلفار در کرمان	بانوان عشایران	دیاری که دارد بلندترین کوه های شنی یعنی شن های یلان
در استان کویری کرمان فرصت را غنیمت شمرد	پس از دیدار ارگ راین یادمان معماری ساسانیان ساعتی را	در کلوته های شهداد تماشا کنید دشت حامادا شهر خیالی
گردشگران	بگذرانید به تماشا ی آبشار	کلوته ها و شب هنگام با ستارگان فراوان
شبی را بگذرانید در بندر هنرا یا تخت سرطشتک کرمان	با سخاوت کوه هزار در دیار کویری کریمان	دیاری که نام یکی از روستا هایش هست کنجان، زاد گه نام
کرمان برآورنده خواسته تاریخ پژوهان	کرمان دارای بلندترین آبشار ایران	آوران شهدای جنت مکان
طبیعت شناسان باستان شناسان و خلاصه کلام کرمان استان	نامش بنوون یا وروار نامی آشنا برای کوهنوردان	کرمان دارای بزرگترین مجتمع خشتی جهان
چهار فصل ایران	کرمان دارای پهناترین مزارع پسته خرما و مرکبات	برج های نگار هم چنان دیدبان کاروانیان که بگذشته اند

پذیرش آگهی

در فصلنامه گردشگری کرمان

تلفن سفارش آگهی: ۳۲۴۴۲۴۶۷

مدیر مسئول: سید محمد ابراهیم علوی ■ سردبیر: بتول ایزدپناه ■ مدیر فنی: فرزانه زاهدی

طراحی و صفحه آرایی، تحریریه: اعظم عرب نژاد- فروغ زاینده رودی

نشانی: کرمان، بلوار جمهوری اسلامی، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان ■ تلفن: ۳۳۴۳۲۴۴۲۴۶۷

ارسال مطالب علمی و تخصصی و تجربیات شما در زمینه گردشگری جهت نشر، مزید امتنان است / مطالب مندرج لزوماً بیانگر دیدگاه کمیسیون نمی باشد/ فصلنامه گردشگری کرمان در چاپ و ویرایش مطالب ارسالی آزاد است.