

سام آدرین

پیام‌آدینه ۱۴۵ • سال چهارم • تحلیلی، اطلاع‌رسانی، آموزشی

شاید دیگر برف نیاید زمستان را فراموش کن از امروز به فکر نوروز باش که آن را از دست ندهی



طرح همدان پیام - محمود نظری

مریم محمدی

همدان پیام: به عقیده کارشناسان، در عصر کنونی اقتصاد گردشگری، به یکی از پایه‌های اساسی اقتصادی تجاری جهان تبدیل شده است و افزون بر این، خیلی از برنامه‌ریزان و سیاستگذاران توسعه نیز از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند.

معرفی ظرفیت‌ها و توانمندی‌های بخش دولتی و خصوصی در قالب حضور دفاتر و شرکت‌های خدمات مسافرتی و معرفی تورهای ایرانگردی در راستای تشویق آحاد مردم به سفر بخشی دیگر از اهداف برگزاری جشنواره‌های فصلی است.

افزایش سطح همکاری میان تشکل‌های گردشگری، معرفی فرهنگ و تمدن غنی و ظرفیت‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی منطقه و بهره‌گیری از مزیت‌ها و ظرفیت‌های آن برای تثبیت و ارتقای جایگاه تمدن ایران از جمله اهدافی است که با برگزاری جشنواره‌ها و فستیوال‌های فصلی محقق می‌شود.

گردشگری به عنوان سومین صنعت بزرگ دنیا علاوه بر اشتغال‌زایی باعث تحصیل ارز، تأمین آرامش، توزیع عادلانه ثروت و تبادل فرهنگ‌ها می‌شود. با ورود هر گردشگر زمینه اشتغال ۳ الی ۵ نفر فراهم می‌گردد؛ به طوری که بر اساس پیش‌بینی سازمان جهانی جهانگردی تا سال ۲۰۱۰ میلادی ۴۳ درصد از فرصت‌های شغلی دنیا در ارتباط با صنعت گردشگری خواهد بود و در آینده نزدیک این صنعت به مهمترین شاخص اقتصادی هر کشور تبدیل خواهد شد.

برگزاری فستیوال‌ها و جشنواره‌های مختلف از جمله راهکارهایی هستند که با صنایع مرتبط با اوقات فراغت پیوند تنگاتنگی دارند. جشنواره‌ها و فستیوال‌های فصلی اخیرا به عنوان بخشی از امواج نوینی تلقی شده‌اند که سازمان‌های توریستی در بسیاری از کشورها تمرکز خاصی بر آن داشته‌اند. طبق بررسی‌های انجام شده تنها تا سال ۲۰۰۰ میلادی روشن شده است که مراسم گوناگون از جمله جشنواره‌های هنری و سینمایی و ... ، تجارتی با درآمدی بالغ بر ۴۰۰ میلیارد دلار در سطح جهانی ایجاد کرده است. میانگین درآمد ناخالص ملی در کمپانی‌های برگزارکننده این قبیل جشنواره‌ها در سال ۲۰۰۰ حدود ۲/۳۸ میلیون دلار برآورد شده است.

از نظر تأثیر مراسم و فستیوال‌های گوناگون بر صنعت توریسم نیز محققان و سیاستگذاران توریسم معتقدند که برگزاری یک جشنواره یا مراسم خاص فرهنگی یا ورزشی و ... می‌تواند نقطه کلیدی برای حل مسأله کسادگی کار در صنعت توریسم در فصل‌های رکود گردشگری باشد. مثلا برگزاری یک جشنواره زمستانی می‌تواند مشکل رکود توریسم در فصل زمستان را حل کند.

بر اساس آمار منتشر شده از سوی سازمان ملی توریسم، کره جنوبی میزان گردش مالی و پول خرج شده در مدت برگزاری جشنواره فیلم بوزان در سال ۲۰۰۰ نزدیک ۳۰ هزار دلار بوده و تنها به دلیل برگزاری این جشنواره شهر بوزان در جدول شهرهای توریستی جهان در سال ۲۰۰۰ در ردیف دوم قرار گرفت.

بنابراین، برگزاری جشنواره‌ها و هر نوع مراسمی به طور خاص مشوق و محرک قدرتمندی برای جذب توریست‌ها به یک مقصد خاص محسوب می‌شود؛ زیرا حداقل اثر آن، خرید بیشتر و اقامت بیشتر در محل و منطقه‌ای است که محل برگزاری آن مراسم است.

اهمیت و اثر آن به حدی است که کارشناسان معتقدند که مراسم و فستیوال‌ها از بزرگترین بازارهای اشتغال برای سکنه محلی هستند و ایجاد می‌کند که ساکنان و مقامات محلی نسبت به توسعه زیرساخت‌های لازم برای تأمین نیاز توریست‌ها اقدام کنند.

فستیوال بین‌المللی فیلم‌های انیمیشن که هر ساله در ادینبورگ برگزار می‌شود نقش بسیار مهمی در رونق توریسم اسکاتلند یافته است؛ به طوری که اخیرا طبق گزارش‌های منتشر شده بیشترین سهم را در رونق توریسم فرهنگی اسکاتلند بدست آورده است.

به عقیده متخصصان برگزاری این فستیوال در ادینبورگ سبب سرازیر شدن سیل دوستداران فیلم و هنر به یکی از بزرگترین لوکیشن‌های محبوب عالم سینما شده است.

↙

در واقع برگزاری این جشنواره‌ها در شهرها و استان‌های مختلف تأثیر بسزایی در جذب گردشگر خواهد داشت؛ چراکه تمام افرادی که در این جشنواره‌ها شرکت می‌کنند با حضور در این شهرها و دیدار از جاذبه‌های گردشگری آن، سابقه ذهنی خوبی از آنچه که دیده‌اند با خود به همراه می‌برند.

«مارک کازینس» از مدیران اجرایی فستیوال بین‌المللی فیلم می‌گوید: «تا جایی که به صنعت توریسم و به ویژه توریسم فرهنگی مربوط می‌شود ما به خوبی می‌بینیم که بزرگترین اثر را در ادینبورگ داشته است.»

اما نقش فستیوال‌های هنری در رونق توریسم تورتوتو کاتادا هم جالب توجه است. طبق بررسی‌های انجام شده از سوی مقامات توریسم تورتوتو این شهر بالاترین رکورد را در کسب درآمد توریسم در سال ۲۰۱۰ بدست آورده است و با رشدی بالغ بر ۹/۷ درصد ششمین رتبه را از نظر جذب توریست در شهرهای مهم آمریکای شمالی نظیر نیویورک، سانفرانسیسکو، میامی و بوستون بدست آورده است. این در حالی است که طی دو سال گذشته در جایگاه دهم جدول جای داشته است.

این مسأله به ویژه با توجه به رکود اقتصاد جهانی و تصویر آتش گرفتن ماشین‌های پلیس در خیابان‌های تورتوتو که در بسیاری از رسانه‌ها منتشر شد، اهمیت بسیار دارد.

طبق آمارهای موجود تعداد کرایه اتاق در هتل‌های تورتوتو در سال ۲۰۱۰ به ۸/۹۳ میلیون نفر رسید که نرخ رشد اشغال هتل‌ها در این شهر را به ۹/۷ درصد از سال ۲۰۰۹ بالاتر برد.

اما صرفنظر از فستیوال‌های هنری فستیوال‌های فصلی نیز نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در رونق توریسم در کشورهای مختلف ایفا می‌کنند. به گزارش شینپوا، اخیرا مقامات توریسم در چین اعلام کردند که در طول هفت روز نخست سال نو چینی در این کشور تعداد سفرهای انجام شده در این کشور به بیش از ۷۰ درصد افزایش یافته است.

جشنواره‌های فصلی، محرک قدرتمند برای رونق گردشگری در دوران رکود

با توجه به ظرفیت‌ها و توانمندی‌های هر منطقه برگزاری چنین جشنواره‌ها و فستیوال‌هایی در چند سال اخیر آغاز شده است.

جشنواره گردشگری سفر به زیستگاه زاغ بور استان سمنان، که به مناسبت "روز ملی پرندگی و استقبال از پرندگان مهاجر" و با هدف آشنایی گردشگران با قابلیت‌های گردشگری شاهرود برگزار شد، جشنواره گردشگری تهران همزمان با روز جهانی جهانگردی، جشنواره گردشگری سفر به دشت شقایق کالپوش، جشنواره گردشگری زمستانه با محوریت توریسم ورزشی تهران، جشنواره گردشگری عشایری در سربیشه خراسان جنوبی، جشنواره گردشگری «شهر برقی» چهارمحال و بختیاری و جشنواره آتش زنجان، جشنواره تابستانی کیش و جشنواره گلاب‌گیری کاشان نمونه‌هایی از جشنواره‌ها و فستیوال‌های فصلی است که با هدف شناساندن ظرفیت‌ها و توانمندی‌های هر منطقه در مناطق مختلف کشور در طول سال برگزار می‌شود.

چنین جشنواره‌های فرهنگی هنری به لحاظ تنوع و نشاطی که دارند می‌توانند تأثیر بسزایی در جذب گردشگر داشته باشند، ولی به اعتقاد مسئولان هنری به دلیل آنکه در زمان و مکانی ثابت برگزار نمی‌شوند، تأثیر چندانی در صنعت گردشگری نمی‌گذارند. محققان و سیاستگذاران صنعت گردشگری معتقدند که برگزاری یک جشنواره یا مراسم خاص فرهنگی هنری یا ورزشی، می‌تواند نقطه کلیدی برای حل مسأله کسادگی کار در صنعت گردشگری در فصل‌های رکود یا مناطق هدف گردشگری باشد.

در واقع برگزاری این جشنواره‌ها در شهرها و استان‌های مختلف تأثیر بسزایی در جذب گردشگر خواهد داشت؛ چراکه تمام افرادی که در این جشنواره‌ها شرکت می‌کنند با حضور در این شهرها و دیدار از جاذبه‌های گردشگری آن، سابقه ذهنی خوبی از آنچه که دیده‌اند با خود به همراه می‌برند.

به سئول می‌کشاند. به گزارش بانک آی آر، این جشنواره به جشنواره علائم مشهور بوده و از ۲۰ استان این کشور در این نمایشگاه و مسابقه شرکت می‌کنند. جشنواره فیلم ونیز

در قالب این طرح، از هر گردشگر بالای ۱۰ سال که قصد اقامت طولانی مدت را در ونیز دارد، مبلغ ۲۵ یورو اخذ خواهد شد، این در حالی است که بخش اعظم گردشگران ونیز در قالب تورهای یک روزه از این شهر دیدن می‌کنند و ونیز روزانه میزبان ۶۰ هزار گردشگر است.

سالانه حدود ۲۰ میلیون گردشگر از شهر تاریخی «ونیز» که در فهرست میراث جهانی سازمان «یونسکو» نیز به ثبت رسیده، دیدن می‌کنند که پیش‌بینی می‌شود اجرای این طرح، ۲۰ میلیون یورو برای این شهر درآمد داشته باشد، این در حالی است که درآمد حاصل از این طرح و درآمد ۲۰ میلیون یورویی حاصل از اجرای طرح «بلیت گردشگر» صرف مرمت و نگهداری آثار تاریخی ونیز خواهند شد که در سال‌های گذشته کارشناسان آثار تاریخی نسبت به شرایط این شهر تاریخی هشدار داده‌اند.

در کشور ایران نیز با الگوگیری از کشورهای دیگر و

■ **اکرم چهاردولی**

همدان‌پيام: جشنواره زمستانی همدان از جمله برنامه‌هایی بود که در بدو برگزاری آن کارشناسان متعدد را بر آن داشت که نظرات متفاوتی را در راستای تحلیل آن برای دادن رهاکار بهتر ارائه دهند. عده‌ای بر این عقیده بودند که جشنواره زمستانی همدان نمی‌تواند تجربه موثقی را از خود به یادگار جزا که تأسیسات گردشگر استان توان مدیریت گردشگران به سلاقی متنوع را بخواهند داشت و اما در مقابل، عده‌ای نیز معتقد بودند که جشنواره زمستانی خواهد توانست در صورت ارائه خدمات مطلوب به گردشگری استان جان ببخشد.

وقتی به تاریخچه برگزاری این جشنواره نگاهي انداختیم به این نکته دست پیدا کردیم که شرکت سیاحتی علیصدر اولین طرح را به استاندارد وقت در سال ۱۳۸۲ ارائه کرد و گویا پس از سکوت یک ساله که برای بررسی طرح سیری شد، این جشنواره برای اولین بار توسط بخش خصوصی مذکور در سال ۱۳۸۴ برگزار شد. سال ۱۳۸۵ میراث فرهنگی به عنوان یکی از اصلی‌ترین ارگان‌های مجری، برنامه‌ریزی و اجرای دومین جشنواره زمستانی را بر عهده گرفت. این جشنواره که به سبب تاریخ برگزاری مقارن با سیم‌این سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی بود در تاریخ ۲۳ بهمن‌ماه برگزار شد که با برپایی نمایشگاه صنایع دستی، سوغات محلی و غذاهای دیگری توانستند با همکار برای برگزاری برنامه‌های متنوع و شاد از قبیل یخ‌نوردی و صعود سررعتی به میدان میشان در حالی برگزار شد که برنامه‌ریزی خاصی برای جذب گردشگر

■ **ندا رستمی**

همدان‌پيام: از دیرباز در ایران علاقه خاصی به خاندان اهل بیت(ع) وجود داشته است. بدین‌لحاظ اماکن متبرکه متعددی در گوشه و کنار این مرز و بوم پدید آمده و به دلیل همین امر به نحوی قابلیت ایجاد مراکز و قطب‌های گردشگری مذهبی

به وجود آمده است. توجه مسئولان هم از بعد مسائل گردشگری و هم به لحاظ تأکید بر مفاهیم مذهبی می‌تواند راهگشایی حل این موضوع باشد؛ چرا که حرکت در راستای جذب گردشگر مذهبی نخست نیازمند درک مفاهیم و اصول مذاهب و احترام به آنها و سپس تلاش در راه تسهیل ارئه خدمات به گردشگران خواهد بود. این امر هم از نظر جنبه‌های اقتصادی جذب گردشگر و هم از لحاظ اثرات تبلیغی و بازتآب گسترده بین‌المللی نتایج بسیار مثبتی در بر داشته و زمینه را برای جذب انواع مختلف گردشگری فراهم می‌سازد.

استان همدان به عنوان یکی از استان‌های غنی از لحاظ تنوع و تعدد آثار تاریخی و فرهنگی در کشور مطرح است و بدین‌لحاظ این شهر به عنوان مرکز استان؛ پنجمین شهر تاریخی فرهنگی کشور شناخته شده است. تاکنون بیش از ۱۰۴۸ اثر تاریخی

فرهنگی در استان شناسایی شده که از این تعداد حدود ۲۶۰ مورد را بناهای مذهبی تاریخی و دیگری بناها دارای ویژگی‌های ارزش‌های سنتی و ۶۷۰ مورد نیز آثار تاریخی و باستانی تشکیل می‌دهند. خاک همدان نیز همچون سایر نقاط پهناور مین، محل پرورش انسان‌هایی از نسل پاک گتم‌معموصین‌ویبرزگان مذهبی

است و امامزاده‌هایی را در خود جای داده که آنگونه که باید معرفی نشده‌اند و تقریباً همه آنها در گمنامی به سر می‌برند.

باور و اعتقادات قلبی مردم این مرز و بوم به این امامزاده‌ها و مراکز مذهبی تحسین‌پرانگیز و در بسیاری از مواقع حیرت‌انگیز است اما در خارج از مرزهای استان کمتر کسی از وجود امامزاده‌هایی همچون امامزاده یحیی و امامزاده گوه و امامزاده عبدا... همدان، امامزاده سام و حام در سام، امامزاده اظهر رزن، کلیسای مریم مقدس و گرگپوگ اسپتان، بقعه استرومردخای و ... آگاه است. امامزاده‌های معروف و دارای شجره‌نامه‌های موقر در همدان کم نیستند که این امر نه‌تنها سعادت بس عظیم برای مردم ماست بلکه می‌تواند به عنوان یک جاذبه گردشگری مذهبی مد نظر قرار گیرد اما این امر از سوی متولیان امر مورد غفلت قرار گرفته است. در کنار اهمیت وجود مزار پاک و مطهر نوادگان ائمه معصومین، معماری‌های بسیاری از امامزاده‌ها در نوع خود بی‌نظیر است و این دو در کنار هم می‌تواند سالانه هزاران گردشگر را به سوی خود جذب کند اما این مهم از دید مردم و مسئولان مغفول مانده است.

همدان ظرفیت‌های بسیاری در حوزه گردشگری مذهبی دارد. متأسفانه این توانمندی‌ها نادیده گرفته شده که نیازمند توجه و رسیدگی است. سالانه جمعیت قابل توجهی از این مراکز مذهبی

جشنواره‌ای از جنس زمستان

در این جشنواره به چشم نمی‌خورد.

در همان سال بنا بر گزارشات مکتوب عنوان شد که در

صورتی که گردشگر زمستان گرد بخواهد در جشنواره زمستانی شرکت کند ترجیح می‌دهد راهی بیست دیزین یا نوجال تهران به جای بیست تاریخ‌دره شود تا از امکانات بهره‌مند شود.

در همان زمان گویا اردبیل اتاق هتل‌ها را در زمستان با تخفیف ۶۰ درصدی به میهمانان ارائه می‌داده است. این در حالی است که جشنواره زمستانی که از اولین تجارب متولیان گردشگری در استان بود هنوز برای جذب گردشگر تأسیسات گردشگری و خدماتی خود را مجهز و کامل نکرده بود و انتظارها بر این مسأله معطوف بود که در سال‌های بعد وضعیت تأسیسات گردشگری استان به بهانه حضور گردشگر فوقانی در همدان ارتقا یابد.

و در این میان مزرعه احيایی از جمله مکان‌های تفریحی بود که با تعداد محدودی اتنوموبیل در ردیف اماکنی که استعداد جذب گردشگر زمستانی را دارند، قرار گرفت. به هر ترتیب جشنواره سوم در سال ۱۳۸۶ در حالی از راه رسید که باز هم میراث فرهنگی استان تنها متولی آن بود. از این جهت عنوان می‌کنیم تنها انجام همه ارگان‌ها و سازمان‌های دیگر می‌توانستند با همکاری برای برگزاری برنامه‌های متنوع و شاد از قبیل برنامه‌های موسیقی شاد و یا راه انداختن کاروان شادی در شهر سهم بسزایی در برپایی مطلوب این مراسم

برگزاری جشنواره زمستانی در حالی در تاریخ‌های مختلف برپا می‌شد که می‌توانست با انتخاب یک تاریخ مشخص موجب حضور گردشگران متعدد از سراسر کشور شود، اما عدم اطلاع‌رسانی و هماهنگی از قبل، فعالت گردشگری کشور را مستأصل برای طراحی تروهای گردشگری در تاریخ خاصی به مقصد همدان کرده بود.

جشنواره چهارم زمستانی باز هم با برنامه‌های جانبی متفاوت از قبیل جشنواره آشپزی و غذاهای زمستانی همدان برگزار شد. در این جشنواره جاذبه‌های گردشگری همچون علیصدر و دامنه‌های برف‌گیر جهت معرفی همدان به جهان نمی‌توان انکار کرد، چرا که حضور سفیران کشورهای خارجی دیگر در استان

همدان، می‌توانست موجب شناساندن نام این استان به دوستداران سفر و گردشگری به ایران‌زمین باشد. اما این حضور و انعکاس نام همدان به جهان در صورتی می‌توانست با موفقیت همراه باشد که توانمندی‌های متعدد استان در زمینه‌های مختلف نیز می‌توانست مجالی برای عرض اندام در بین میهمانان پیدا کند. به هر ترتیب جشنواره زمستانی که بهانه‌ای برای این حضور بود هم نتوانست فعالتان اقتصادی و اجتماعی استان را آن‌گونه که باید و شاید به میهمانان حاضر در جشنواره مرتبط کند.

جشنواره ۱۳۸۶ نیز تنها با یک نشست ۲ ساعت که بین تعدادی از مسئولان استانی و سفیران در شب آخر انجام شد، پایان یافت. چهارمین جشنواره زمستانی همدان در سال ۱۳۸۸ این بار در دهم بهمن‌ماه برگزار شد و این بار باز هم همدان میزبان سفیران و نماینده‌های متعدد از ۲۹ کشور جهان بود.

می‌داده، اما فقط در سطح شهر، چرا که برنامه‌های شاد جشنواره زمستانی کاروان شادی باز هم محدود به تنها همدان شد و بس. حتی ارگان‌ها و سازمان‌هایی نظیر شهرداری‌های شهرستان‌های دیگر زحمت به حرکت درآوردن کاروان‌های شادی یا ایجاد ارتباط با جشنواره استانی را به خود ندادند و صدای برپایی چنین مراسمی حتی به گوش مردم شهرستان‌های دیگر نرسید، چه رسد به روستاهای هدف گردشگری و مناطق نمونه گردشگری در سطح استان.

در این زمینه نمی‌توان ارگان یا سازمان خاصی را زیر سؤال برد، چرا که برنامه‌ریزی برای جشنواره‌های فصلی در هر منطقه، استان یا شهرستانی تنها در نتیجه تعامل بین ادارات دولتی و بخش‌های خصوصی می‌تواند دارای نتیجه مطلوب باشد و بس.

زمستان همدان، بارش بارف و برپایی مراسم خاص در این ایام بهانه‌ای را ایجاد می‌کند تا به عنوان مثال صنعت گردشگری استان جان بگیرد. حال در نظر بگیریم اگر دفاتر خدمات مسافرتی، هتل‌ها، رستوران‌ها، سیستم حمل و نقل اماکن تفریحی و

پنجمین جشنواره زمستانی استان همدان در حالی در دوم اسفندماه سال ۱۳۸۹ برگزار شد که برنامه‌های متمایزی در آن ارائه شد. در سال ۱۳۸۹ همدان دیگر میزبان میهمانان خارجی نبود. این بار باز هم تاریخ جشنواره به بهانه باریدن و نباریدن برف به اسفندماه موشک شد و کاروان شادی که در سطح شهر به راه افتاد خبر از آیین کوسه‌گلین کرد و سنت‌های فراموش شده همدان را بار دیگر زنده کرد. این برنامه‌ها و ایجاد فضای شاد در شهر نه‌تنها لمطلوب بی‌برنامگی‌ها پیدا کند؟

مدیر گروه جهانگردی دانشگاه پیام‌نور استان:

ایجاد زیرساخت‌ها و تبلیغات توسعه گردشگری را به دنبال دارد

گوناگون فرهنگی و ورزشی در سالن‌های سرپوشیده، حوزه‌های هنری و مدارس برگزار کند که با وجود برگزاری ۵ سال مداوم جشنواره زمستانی، اسال به دلیل سیاستگذاری متولیان و مسئولان امر همدان جزو استان‌های برگزارکننده جشنواره زمستانی قرار نگرفته است.

■ **به نظر شما علت استقبال کم توریست‌ها از جشنواره زمستانی همدان در سال‌های گذشته چیست؟**

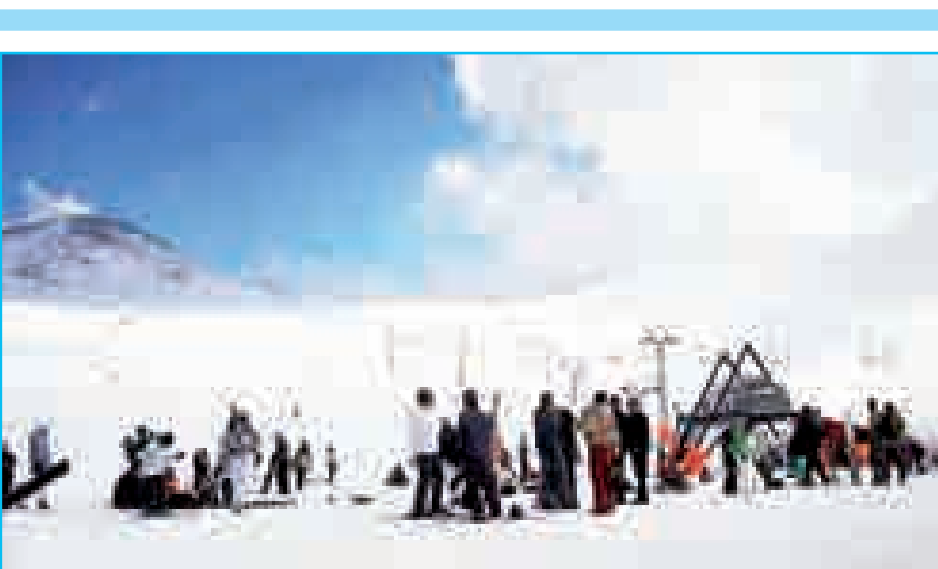
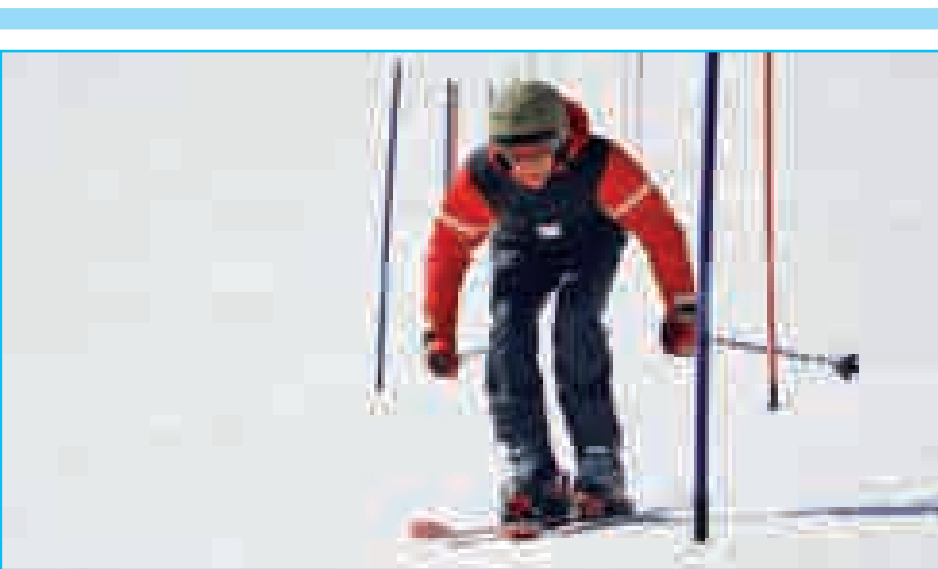
قبل از برگزاری جشنواره نقاط قوت و برنامه‌ها اعلام می‌شود که در اجرا نقاط ضعف برگزاری بیشتر خود را نشان می‌دهد و دیگر اینکه باید قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری استان همدان در حوزه‌های مختلف برای تحقق اهداف جشنواره و جذب توریست به عموم هموطنان اطلاع‌رسانی شود و اطلاع‌رسانی به صورت فرآستانی، حتی بین‌المللی باشد؛ چرا که جذب گردشگر داخلی و خارجی در ۶ ماهه دوم سال از اهداف ویژه جشنواره زمستانی است.

نبود تعداد در برنامه‌های گردشگری در تمام فصول سال آسیب‌های زیادی را به استان وارد می‌کند که می‌توان تمایل نداشتن سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در این زمینه را عنوان کرد، به عنوان مثال در صنعت هتل‌سازی، هتل‌داران ۶ ماه مسافر داشته در صورتی که باید ۱۲ ماه هزینه کنند و این از نظر اقتصادی به صرفه نمی‌باشد.

■ **برای جذب گردشگر در فصل زمستان چه اقداماتی را می‌توان انجام داد؟**

جشنواره زمستانی نیاز به تبلیغ ملی و حرکت استانی داشته و اگر تمام انتظارات از سازمان میراث فرهنگی باشد، مشخص است که به نتایجی نمی‌تواند موفق عمل کند. به عنوان مثال باغ موزه دفاع مقدس یکی از ظرفیت‌هایی است که برای آن بسیار سرمایه‌گذاری شده و اگر در ۱۲ ماه سال مورد استقبال بازدیدکنندگان قرار گیرد مسئولان موزه نیز از این امر منتفع می‌شوند که باید خود را در برگزاری جشنواره زمستانی دخیل کنند. سازمان تریب‌بندی نیز با برگزاری مسابقات پینگ‌پنگ، باستانی و شنا می‌تواند ضمن یاری کردن جشنواره زمستانی از این موقعیت استفاده کرده و ورزش استان را توسعه دهد.

نورافشانی در مرکز شهر توسط شهرداری، برپایی نمایشگاه پوشاک زمستانی، پخش فیلم‌ها و دخیل بودن آموزش و پرورش و سازمان تبلیغات نیز در برگزاری جشنواره زمستانی و جذب گردشگر بسیار موفق عمل نماییم.



خدمات ما

در گردشگری

■ **معصومه کمالوند**

همدان‌پيام: از مهمترین موضوعاتی که در عرضه خدمات گردشگری، تأثیر بسزایی را به همراه دارد، وجود و کیفیت هتل‌ها تسهیلات مختلفی است که با ارائه امکاناتی از قبیل اتاق‌هایی با شرایط و تجهیزات مختلف، رستوران‌هایی با عرضه خوراکی‌های گوناگون بین‌المللی و محلی، سالن‌های جشن و آمفی تاتر، امکانات بازی و تفریح، استخرها و امکانات ورزشی و خدمات گوناگون حمل و نقل گرفته تا خدمات جانبی هم چون ترانسفر، فروشگاه‌های مختلف عرضه صنایع دستی و محصولات محلی، اجرای زنده موسیقی و بسیاری برنامه‌های جذاب و دیدنی دیگر در اختیار استفاده‌کنندگان قرار می‌دهد.

اما در بسیاری از مناطق ایران تعداد اتاق‌ها و امکانات موجود در مکان‌های اقامتی همخوانی کاملی با نیازها و توانایی بالقوه منطقه در جذب گردشگر ندارد.

استان همدان با توجه به وجود موقعیت گردش‌پذیری خود و توریست‌پذیر بودنش، همواره یکی از مسیرهای مورد تردد و نیز اقامت مسافران و سیاحان بوده و هست. امروزه نیز با داشتن صدها اثر تاریخی و طبیعی زیبا و ماندگار، این زمینه را می‌طلبد که امکانات گسترده‌ای در زمینه خدمات گردشگری در آن موجود و در دسترس باشد که در این میان از مهمترین و اساسی‌ترین زمینه‌ها می‌توان به امکانات اقامتی و هتل‌های محدود استان اشاره کرد.

در استان همدان هم چون بسیاری از استان‌های دیگر، هتل‌ها و مراکز میهمان‌پذیر در حال فعالیت و ارائه خدمات به مسافران گردشگران است. سرپرست معاونت گردشگری استان همدان در این باره به خبرنگار ما می‌گوید: در حال حاضر تعداد ۹هتل و ۲هتل آپارتمان به مسافران خدمات ارائه می‌دهند. علیرضا قاسمی در خصوص کیفیت خدمات‌رسانی این مراکز می‌گوید: هتل‌ها و مراکز گردشگرپذیر استان همدان با کیفیت مطلوب و در برآکندگی‌های مورد نیاز است و بیشتر آنها نوسازی شده و مراکز نیز بازسازی شده‌اند.

وی به منظور افزایش و ارتقای کیفیت خدمات‌رسانی در هتل نیز می‌گوید: در این زمینه دوره‌های آموزش میزبانی برای پرسنل برگزار می‌شود که کمک قابل توجهی برای ارتقای کیفیت خدمات ارائه شده است. قاسمی همچنین دوره‌های بازدید و نظارت ماهی ۳بار و در برخی شرایط نیز هفته ای ۳بار را از دیگر اقدامات در این زمینه عنوان می‌کند. سرپرست معاونت گردشگری استان همدان در ادامه گفت‌وگوی خود با خبرنگار همدان پیام، از شرایط هتل‌ها و میهمان‌پذیره در سایر شهرستان‌های استان می‌گوید: در ملایر هتل زلد در دست ساخت است و اواخر اسسال کار ساخت فاز اول آن به اتمام و بهره‌برداری می‌رسد. همچنین در فامنین، نهاوند و لالجین هتل‌هایی برای ارائه خدمات به مسافران فعال است. هم‌چنین در شهرهای اسداباد، بهار و تویسرکان نیز میهمانپذیرهای نوسازی برای این موضوع در حال خدمات رسانی هستند. در تویسرکان نیز که دارای ویژگی‌های گردشگری خاصی است ساخت میهمانپذیر در دست اقدام است.

اما با وجود این موارد آیا می‌توان به‌طور قطع گفت که در موقعیتی مثل نهاوند که به شهر سراب‌ها معروف است، امکانات آنچنان که انتظار می‌رود موجود است؟!

قاسمی در این باره می‌گوید: این منطقه هر سال رو به رشد است و نیاز آن نسبت به گذشته متفاوت‌تر می‌شود و آمادگی این توسعه را دارد.

وی در این باره از ایجاد مرکز اسکان موقت در سراب گیان و پیش‌بینی‌های لازم در این باره خبر داده، اما با این وجود باز جای خالی بسیاری برای ایجاد امکانات و موقعیت‌های دیگری در شهرستان‌ها در این زمینه هست و یقیناً آنچنان که احساس می‌شود، اقدامات خاصی برای معرفی و ارتقای این موقعیت‌ها صورت نگرفته است.

مسافران نوروزی و گردشگران تابستانی نمونه خوبی برای این موضوع به شمار می‌آیند. اگر در این فصول که مهمترین زمان مراجعه گردشگران و حضور آنها در مراکز گردشگرپذیر شهرستان‌هاست، دقت کرده باشیم گاهی مسافران علی‌رغم وجود جاذبه‌های طبیعی متناسفانه این امکان را برای خود نمی‌بینند که در شهر آثار تاریک و بازدید آنها به یک روز ختم می‌شود، لذا وجود جاذبه‌ها و قرار دادن تعریف‌هایی در این زمینه برای گردشگران حتی تبلیغاتی که از جنب هتل‌ها برای معرفی خود مراکز به عنوان میهمانسرا یا میهمانپذیر صورت می‌گیرد، می‌تواند گردشگر را برای استفاده از خدمات هتل‌ها بیشتر سوق دهند، که در حال حاضر هتل‌ها بیشتر برای افرادی که برای ماوریت‌های اداری یا چیزی غیر از بحث گردشگری مورد استفاده قرار می‌گیرد، البته این نیز در نوع خود یک نوع خدمات‌رسانی است، که نسبت به گردشگری موفق‌تر عمل نموده است.

بحث خدمات‌رسانی در شهرستان‌ها به نسبت کم‌رنگ‌تر از مرکز استان بوده است، این موضوع را می‌توان از زمان‌های مراجعه گردشگران و مسافران در فصول خاص خود دریافت.

ضمیمه تحلیلی، اطلاع‌رسانی، آموزشی

پنجشنبه، ۱۵ دی‌ماه ۱۳۹۰

پیام آئین

CMYK

ضمیمه تحلیلی، اطلاع‌رسانی، آموزشی

پنجشنبه، ۱۵ دی‌ماه ۱۳۹۰

پیام آئین

همدان پیام

روزنامه

همدان پیام

روزنامه