با استقبال مسافران نوروزی؛

تکمیل ظرفیت هتل‌ها و اقامتگاه بوم‌گردی در بهار ۱۴۰۱

سپهرغرب، گروه گردشگری – عطیه صفی‌زاده: مدیرکل میراث فرهنگی استان مرکزی با بیان اینکه در نوروز ۱۴۰۱ همه ظرفیت اقامتگاه‌ها، هتل‌ها و مسافرخانه‌ها تکمیل شد، اذعان کرد: با اقدامات و برنامه‌ریزی‌های خوبی که در ستاد سفر استان، قبل از عید نوروز انجام شد هیچ‌گونه مشکل و شکایتی توسط مسافران نداشتیم و ارزیابی‌ها نشان از رضایت آنان از سفر خود به این استان دارد.

اراک یکی از پهناورترین شهرهای کشور ایران، بزرگ ترین شهر استان مرکزی و مرکز آن است. به علت دارا بودن صنایع مادر اراک را پایتخت صنعتی ایران می‌نامند. اراک نسبت به سایر شهرهای کشورمان شهری جوان محسوب می‌شود چراکه تاریخ تأسیس آن به دوران قاجار برمی‌گردد و تنها کمی بیش از دو قرن قدمت دارد. علی‌رغم قدمت کوتاه دارای آثار فرهنگی و تاریخی بسیار همچنین طبیعت زیبایی است که آن را به محلی مناسب برای گردشگردی تبدیل می‌کند.

استان مرکزی از لحاظ تاریخی، طبیعی، گردشگری، صنایع دستی و سوغات از ظرفیت‌های خوبی در زمینه گردشگری و جذب مسافر برخوردار است. این استان بیش از دو هزار جاذبه تاریخی و گردشگری دارد که ۸۵۰ مورد از آن‌ها در فهرست آثار ملی کشور به ثبت رسیده‌اند.

همه ساله با فرارسیدن و نزدیک شدن ایام نوروز شاهد تشکیل ستاد سفر نوروز در استان‌ها هستیم یکی از اهداف تشکیل این ستاد فراهم کردن امکانات و تجهیزات سفرهای نوروزی، آماده‌سازی شهرها، ارائه خدمات با کیفیت، آماده کردن راهنمایان گردشگری و غیره است.

اداره کل میراث فرهنگی استان مرکزی نیز برای تحقق این مهم و تبدیل شدن به مقصد گردشگری باید برنامه‌ریزی داشته باشد، هرچند استان مرکزی با توجه به آزادراه‌ها و قرار گرفتن در مسیر ۱۰ استان کشور؛ استانی عبوری محسوب می‌شود اما با برنامه‌ریزی مطلوب توانست به استان گردشگرپذیر تبدیل شود.

در همین راستا با مدیرکل میراث فرهنگی،گردشگری و صنایع دستی استان مرکزی به گفت‌وگو نشسته که نتیجه را با هم می‌خوانیم:

مصطفی مرزبان با بیان اینکه در کشور پیش‌بینی می‌شد امسال بعد از دو سال وقفه در سفرها شاهد افزایش آن باشیم، اذعان کرد: استان مرکزی به دلیل موقعیت خاصی که در کشور دارد هر ساله میزبان تعداد زیادی گردشگر بوده است.

وی گفت: با توجه به اینکه استان مرکزی محل اتصال استان‌های غربی به شرقی است چندین سال است تلاش کردیم که این استان را از معبر گردشگری به استان مقصد گرشگری تبدیل کنیم.

وی با بیان اینکه خوشبختانه در سال جاری شاهد استقبال و بازدید خوب گردشگران از اماکن تاریخی و گردشگری استان مرکزی بودیم، اظهار کرد: در این راستا هیئت نظارت این استان به‌صورت مستمر از این اماکن بازدید و به صورت تخصصی خدمات دستگاه‌های مختلف را ارزیابی می‌کردند.

مدیرکل میراث فرهنگی استان مرکزی با بیان اینکه در نوروز ۱۴۰۱ همه ظرفیت اقامتگاه‌ها، هتل‌ها و مسافرخانه‌ها تکمیل شد، اذعان کرد: با اقدامات و برنامه‌ریزی‌های خوبی که در ستاد سفر استان، قبل از عید نوروز انجام شد، خوشبختانه هیچ‌گونه مشکل و شکایتی توسط مسافران نداشتیم و ارزیابی‌ها نشان از رضایت آنان از سفر خود به این استان دارد.

مرزبان با بیان اینکه در برخی از شهرستان‌ها همانند محلات، دلیجان و اراک به‌دلیل استقبال بی‌سابقه مسافران، از ظرفیت مدارس هم برای اقامت استفاده کردیم، اذعان کرد: در سال‌های گذشته میانگین افزایش ظرفیت مسافران در استان ۶۰ درصد بود در حالی که میانگین افزایش ظرفیت اماکن گردشگری به میزان ۸۰ درصد رسید در واقع امسال شاهد افزایش ۲۰ درصدی ظرفیت اقامت استان مرکزی در ایام نوروز بودیم.

وی با بیان اینکه در حوزه نشانگان تجاری (شاخص‌های ویژه استان) اقداماتی همچون افزایش ثبت خانه‌های بوم‌گردی، ثبت نان فطیر، باسلوق، شیرینی و غیره انجام شده است، تصریح کرد: میناکاری، گلیم و صنایع چوب این استان در حوزه صنایع دستی تجاری‌سازی شده و خوشبختانه تاکنون شاهد استقبال خوبی از این محصولات بوده‌ایم.

مدیرکل میراث فرهنگی استان مرکزی افزود: از قدیم تاکنون بازار اراک به‌عنوان قطب و نگین گردشگری این شهر شناخته شده است، مرمت بافت‌های آسیب‌دیده بازار از سال گذشته در دستور کار قرار گرفته و خوشبختانه در سال جاری موفق شدیم که بخشی از اعتبار مورد نیاز را از محل اعتبارات استانی و ملی جذب کنیم.

مرزبان با بیان اینکه قرارداد مرمت بازار چهار سوق به سمت خیابان حصار معنقد شده و طاق‌های آسیب دیده این مکان مرمت و بازسازی شد ادامه داد: همچنین قرارداد با پیمانکار پروژه مرمت و بازسازی مجموعه سرای صندوق‌سازها، معنقد شده و در آینده نزدیک کار اجرایی این مکان هم آغاز می‌شود.

وی بیان کرد: با مشارکت بازاریان و همکاری اداره کل میراث فرهنگی کف‌سازی و رفع خطر سرای‌های صندوق‌سازها، کاشانی، فلسطینی و غیره انجام شده است.

مدیرکل میراث فرهنگی استان مرکزی با بیان اینکه مراکز پرخطر بازار اراک را به شهرداری این منطقه معرفی کردیم، عنوان کرد: شهرداری این استان از محل اعتبار بازآفرینی و از طریق برگزاری مزایده پیگیر انتخاب پیمانکار این پروژه است.

مرزبان ضمن اشاره به ثبت جهانی کاروان‌سرای باغ شیخ ساوه، مطرح کرد: سال گذشته ثبت این کاروان‌سرا را در دستور کار خود در مجموعه کاروان‌سراهای تاریخی قرار دادیم که خوشبختانه طی بازدید نماینده وزارت گردشگری و یونسکو، مورد تأیید و استقبال ارزیابان قرار گرفت و امیدواریم که ثبت این مکان تاریخی هرچه زودتر انجام شود.

وی بیان کرد: استان مرکزی یکی از استان‌های پیشرو در حوزه ایجاد بازار صنایع دستی است و از مجموعه ۱۲ شهر استان ۱۰ شهرستان با حداقل هشت غرفه، اشتغال مستقیم و غیر مستقیم ایجاد کرده‌اند.

این مقام مسئول با بیان اینکه بازارچه صنایع دستی در شهرستان تفرش به‌زودی افتتاح و ایجاد خواهد شد، خاطرنشان کرد: این قول داده شده که هرچه زودتر اعتبارات لازم بازارچه صنایع دستی شهر ملی تفرشی‌دوزی تأمین شود.

حال با توجه به آنچه گفته استان مرکزی با داشتن مراکز بالقوه گردشگری و ظرفیت‌های بسیار زیادی که در این حوزه دارد می‌تواند به مهد گردشگری ایران تبدیل شود از طرف دیگر این استان سابقه طولانی در حوزه صنایع دارد که این امر می‌تواند کمک شایانی به رونق گردشگری و اقتصادی این استان کند.

استان مرکزی با وجود ظرفیت‌های گردشگری فراوان همچنان در سطح کشور ناشناخته بوده و آن طور که شایسته این استان است معرفی نشده و همچنان به‌عنوان معبری برای گردشگری بوده و تا تبدیل شدن به مقصد فاصله دارد.

البته در این رهگذر شیوع کرونا و کاهش فعالیت‌های گردشگری هم مزید بر علت شد تا این استان که از آن به عنوان سرزمین آفتاب نام می‌برند با بیش از یک چهارم مفاخر و مشاهیر کشور و ظرفیت گسترده جاذبه‌های تاریخی و طبیعی و همین طور ظرفیت عظیم صنعتی همچنان در بحث گردشگری مظلوم واقع شود.

اما اکنون که تب و تاب کرونا تاحدودی به دنبال واکسیناسیون عمومی درحال فروکش شدن است حال و هوای صنعت گردشگری هم رنگ و بوی تازه‌ای به خود گرفته و فعالان این عرصه جان دوباره‌ای گرفته‌اند و در تکاپو برای رونق هر چه بیشتر گردشگری هستند.

از این رو تلاش در راستای جذب گردشگر هر چه بیشتر به استان مرکزی و معرفی شایسته این استان در سطح کشور خواسته مردم این سرزمین و به‌ویژه فعالان عرصه گردشگری است تا مهد مفاخر کشور آنطور که شایسته نام آن است در حوزه گردشگری شناخته شود.

یکی از راه‌هایی که می‌تواند به رونق حوزه گردشگری در استان مرکزی کمک کند بحث توجه به صنایع استان و تمرکز بر روی ظرفیت عظیم این بخش در حوزه گردشگری است که با راه‌اندازی تورهای صنعتی می‌توان از این ظرفیت فوق‌العاده در راستای جذب گردشگر بیشتر به استان قدم برداشت.

همچنین با توجه به دنیای امروز و تاثیر به سزای فضای مجازی بر کسب و کارهای مختلف، راه‌اندازی کسب و کارهای اینترنتی با رویکرد گردشگری از دیگر مواردی است که تا حد زیادی می‌تواند در تقویت مقوله گردشگری موثر باشد.

از طرفی استان مرکزی حوزه گردشگری نیازمند برندسازی دارد تا بتواند این استان را به عنوان مقصدی برای گردشگران معرفی کنیم که در این مسیر باید از تکنولوژی و فناوری روز مرتبط با حوزه گردشگری بهره ببریم و از ظرفیت فضای مجازی و کسب و کارهای اینترنتی در راستای معرفی گردشگری و صنایع دستی این سرزمین غافل نشویم.

عملکرد ضعیف ایران در برندسازی گردشگری خوراک

بسیاری از گردشگران خارجی هیچ غذایی را با نام غذای ایرانی نمی‌شناسند

سپهرغرب، گروه گردشگری: کارشناس کیفیت خدمات گردشگری گفت: ضعف عملکردی ایران در برندسازی گردشگری خوراک تا جایی است که گردشگران خارجی، غذایی را به‌صورت خاص به‌عنوان غذای ایرانی نمی‌شناسند و آن را با عنوان‌هایی مانند غذای شرقی، مدیترانه‌ای و یا حتی غذاهای عربی یاد می‌کنند.

گردشگری غذا یکی از انواع گردشگری است که به‌ویژه در سال‌های اخیر مورد توجه کشورهای پیش‌رو در این صنعت قرار گرفته است و نقش مهم در توسعه و رشد صنعت گردشگری ایفا می‌کند.

علی‌رغم برخورداری ایران از اقوام و قومیت‌های مختلف که سبب تنوع گسترده غذاهای بومی و محلی شده است کارنامه کشورمان در این حوزه از گردشگری نیز به مانند اغلب سایر حوزه‌ها دیگر درخشان نبوده و هیچ تناسب و سنخیتی با ظرفیت بالای انواع خوراکی‌های موجود در کشور ندارد.

این موضوع در حالی است که برخی از کشورهای منطقه نظیر ترکیه که از نظر جاذبه و تنوع غذایی به مراتب در جایگاه پایین‌تری از ایران است توانسته با انجام برنامه‌ریزی‌های دقیق و تقویت زیرساخت‌های حوزه گردشگری غذا که از مهم‌ترین آن رستوران‌هاست به گونه‌ای عمل کند که با توسعه گردشگری غذایی موجب جذب درآمدی بالغ بر پنج میلیارد دلار در سال ۹۸ از این طریق شد.

**۶۷ درصد گردشگران خارجی از کمیت و کیفیت خدمات رستوران‌های ایرانی ناراضی‌اند

مطابق نظر صاحب‌نظران علت عدم توفیق گردشگری خوراک و کسب درآمد از طریق آن جدا از نبود برنامه و هدف‌گذاری مشخص در این حوزه، ضعف شدید زیرساخت‌های مرتبط از ملـه رستوران‌هاست؛ به گونه‌ای که مطابق نتایج حاصل از یک بررسی در سال ۹۸ بیش از ۶۷ درصد گردشگران خارجی ورودی به ایران از کمیت و کیفیت خدمات رستوران‌ها و نوع غذاهای صرف شده ناراضی بودند.

در همین راستا، کارشناس ارشد ارزیابی کیفیت خدمات تأسیسات گردشگری کشور، با بیان این مطلب که ایران از نظر تنوع و گستردگی غذاهای محلی دارای ظرفیت بسیار خوبی برای رشد و گسترش گردشگری غذا است، با انتقاد از عدم توجه کافی به ضرورت برندسازی در این حوزه در کشورمان خواستار کسب تجربه و درس گرفتن از اقدامات مؤثر ترکیه در زمینه گردشگری خوراک شد و در این ارتباط توضیحاتی ارائه کرد.

فرخ میرشاهزاده گفت: با نگاهی گذارا به تاریخچه غذاهای غیرخانگی در کشورمان به راحتی این نکته را خواهیم دریافت که از قدیم‌الایام تمامی رستوران‌های موجود در سطح شهرها صرفاً دارای فهرست غذای تکراری که شامل غذاهایی مانند زرشک پلو با مرغ، جوجه کباب و چند نوع کباب است، بوده‌اند.

وی با اشاره به تنوع گسترده غذایی در کشور با وجود بیش از دو هزار و ۵۰۰ نوع غذا و ۱۰۹ نوشیدنی و انواع نان و شیرینی، بیان کرد: متأسفانه علی‌رغم وجود این تنوع و گستردگی غذایی شاهد این موضوع هستیم که از شمال تا جنوب و از شرق تا غرب غذای قالب رستوران‌ها را نیز همین فهرست تکراری تشکیل داده است.

این کارشناس حوزه گردشگری با بیان اینکه حتی غذای کبابی که به نوعی در تمامی رستوران‌ها قابل عرضه و استفاده است، غذایی عاریه گرفته از ملت‌های دیگر مانند ترکیه، روسیه، کشورهای عربی و حتی افغانستان محسوب می‌شود، تصریح کرد: حتی نتوانستیم ماهیت غذای کباب را ایرانی‌سازی کنیم و آن را به عنوان برند غذایی ایران در سطح جهان معرفی کنیم.

میرشاهزاده این موضوع را درحالی دانست که کشور ترکیه علی‌رغم دارا بودن یک‌سوم از ظرفیت‌های غذایی ایران همواره با سیاست‌گذاری متقن خود، هم‌اکنون یکی از محبوب‌ترین برندهای غذایی و گردشگری خوراک را در دنیا را به خود اختصاص داده، تا جایی که تمام دنیا نودل کباب یا لهمجان را منحصر به کشور ترکیه می‌دانند.

بنا به گفته وی، ضعف عملکردی ایران در برندسازی گردشگری خوراک تا جایی است که گردشگران خارجی، غذایی را به‌صورت خاص به‌عنوان غذای ایرانی نمی‌شناسند و آن را با عنوان‌هایی مانند غذای شرقی، مدیترانه‌ای و یا حتی غذاهای عربی یاد می‌کنند و علی‌رغم وجود چندین هزار غذا و نوشیدنی مختص کشورمان، غذایی تحت عنوان غذای ایرانی در اذهان گردشگران جهان وجود ندارد.

کارشناس کیفیت خدمات گردشگری با بیان این مطلب که متأسفانه تفکر غلط و دیدگاه اشتباهی که در عرصه گردشگری غذا وجود دارد این است که گردشگری خوراک صرفاً تناول غذای لذیذ و رفع گرسنگی است در حالی که چنین نیست، افزود: هدف اصلی گردشگری غذا یا همان خوراک بسیار فراتر از رفع گرسنگی و لذت بردن صرف بوده و در حقیقت این قسم از گردشگری به‌دنبال درک آداب و رسوم، فرهنگ برخاسته از غذا و همچنین چگونگی طبخ و سبک پذیرایی جوامع محلی است.

میرشاهزاده ادامه داد: متأسفانه همین دیدگاه غلط در رستوران‌های موجود در کشور نیز به خوبی قابل مشاهده و لمس است، چراکه رستوران در معنای واقعی و جهانی خود، محلی اجتماعی برای گفتمان و ملاقات با محیط پیرامون و لذت بردن از قرار گرفتن در آن همراه با تناول غذا است، در حالی که این امر در کشور ایران تنها به معنای صرف غذا و لزوم ترک سریع مکان رستوران است.

وی در ادامه صحبت‌های خود تأکید کرد: اکثر رستوران‌ها در قریب به اتفاق موارد خالی از هرگونه نیروی آموزش‌دیده و آشپزهای حرفه‌ای و تخصصی هستند و به نوعی دانش و مهارت نسبی در رستوران قائم به شخص شده است، تا جایی که اگر فرد آشپز، رستوران را ترک کند مزه و اصالت غذای رستوران نیز به همراه این تغییر دستخوش دگرگونی خواهد شد.

*وجود آشپزهای ستاره ترکیه و اعزام آن‌ها به سایر کشورها موجب حفظ هرچه بیشتر برند غذایی ترکیه در دنیا است

وی با اشاره به اینکه کشور ترکیه همواره از گذشته دور به دلیل قرارگیری در مسیر شرق به غرب دنیا به‌عنوان مسیر ارتباطی تجاری جهان شناخته شده است، اظهار کرد: به همین خاطر شاخص‌ترین صفت این کشور وجود غذاهای متنوع و بسترسازی‌های لازم برای برندسازی آن است؛ تا جایی که که این کشور در دنیا ابتدا به‌عنوان مقصدی محبوب برای گردشگران خوراک بوده و سپس به مقصدی مطلوب و جذاب جهت تفریح و انجام سفر تبدیل شد.

کارشناس کیفیت خدمات گردشگری ضمن اشاره به موقعیت جغرافیایی مدیترانه‌ای کشور ترکیه و سبک و نوع غذاهای موجود در این کشور، یادآور شد: همواره غذاهای ترکیه دارای محبوبیت زیادی بین مردم دنیا است که دلیل آن نیز چیزی جز تلاش برای حفظ اصالت و گسترش و شناساندن آن در دنیا نیست.

میرشاهزاده وجود آشپزهایی تحت عنوان آشپزهای ستاره ترکیه‌ای و اعزام آن‌ها به سایر کشورها را یکی از دلایل عمده محبوبیت و برندسازی غذای ترکیه عنوان کرد و گفت: معمولاً آشپزهای دنیا و حتی ایران سعی در الگوبرداری از سبک و سیاق آشپزی آشپزهای ترکیه‌ای دارند.

وی در پایان با اشاره به این موضوع که در پنج سال اخیر اقداماتی در راستای برندسازی گردشگری غذا در شهرهای بزرگ کشور انجام شده است، خاطرنشان کرد: علی‌رغم این امر و تلاش‌های صورت‌گرفته در این خصوص، تمرکز عمده فعالیت‌های صورت گرفته بر روی کافی‌شاپ‌ها، سفره‌خانه‌ها و چای‌خانه‌ها بوده و این امر در حالی است که سهم رستوران‌ها از برندسازی تقریباً صفر بوده است؛ به نوعی کشور ایران هیچگونه اقدامی در راستای ترویج فرهنگ اصیل ایرانی با استفاده از برندسازی غذای ایرانی در سطح جهان و حتی منطقه انجام نداده است.

افزایش حداقل ۴۰ درصدی سفر در تابستان پیش‌رو نسبت به تابستان ۹۸

پاشنه آشیل سفرهای نوروزی، عدم مدیریت صحیح میراث فرهنگی بود

سپهرغرب، گروه گردشگری: یک کارشناس گردشگری با اشاره به پیش‌بینی افزایش حداقل ۴۰ درصدی سفر در تابستان پیش‌رو نسبت به تابستان ۹۸ گفت: نابسامانی سفرهای نوروزی دقیقاً به جایی برمی‌گردد که وزارت میراث فرهنگی باید با انجام وظایف خود مانع از ایجاد مشکلات عدیده می‌شد.

رحیم یعقوب‌زاده ضمن انتقاد از عملکرد وزارت میراث فرهنگی در ارتباط با کنترل سفرهای نوروزی، مدیریت صورت گرفته در این خصوص را ضعیف دانست و با تأکید بر ضرورت توجه به توسعه زیرساخت‌های گردشگری ازجمله هتل‌ها و اتخاذ تدابیر لازم برای توزیع زمانی و مکانی مناسب سفر در سطح کل کشور با توجه به افزایش سفرها در تعطیلات عید فطر و تابستان پیش‌رو خواستار انجام برنامه‌ریزی‌ها و هماهنگی‌های لازم از هم‌اکنون شد.

وی با بیان اینکه با روی کار آمدن دولت جدید و انتصاب و انتخاب مدیران جدید در بدنه وزارت میراث فرهنگی انتظار احیای ظرفیت‌های مغفول و معطل‌مانده در راستای توسعه و رونق گردشگری را داشتیم، گفت: متأسفانه تاکنون اقدام درخورتوجهی در راستای رونق این صنعت انجام نشده و به نوعی کورسویی از امید که در دل فعالان و دلسوزان این عرصه روشن شده بود دوباره به خاموشی انجامید.

این کارشناس حوزه گردشگری، نظام گردشگری در کشور را بسیار شلخته و به نوعی رها شده دانست و بیان کرد: به جرئت می‌توان گفت مدیران مربوطه در دستگاه‌های متولی صنعت گردشگری همگی عملکرد انفعالی در پیش گرفته‌اند به گونه‌ای که صرفاً اهم اقدامات آنان در ارائه آمار و یا حتی آمار اغراق‌آمیز نیز خلاصه شده است.

یعقوب‌زاده با اشاره به اینکه حادث شدن سونامی سفر و افزایش بی‌رویه سفرها در تعطیلات عید نوروز از مدت‌ها قبل از شروع تعطیلات محرز و قابل پیش‌بینی بود، تصریح کرد: متأسفانه وزارت میراث فرهنگی به هیچ وجه کارنامه قابل قبولی در مدیریت و کنترل بحران سفرها نداشت و این در حالی است که حتی افزایش میزان سفرها را نتیجه عملکرد و برنامه‌ریزی‌های خود عنوان کردند!

این مدرس دانشگاه ادامه داد: نکته قابل تأمل این است که ضعف عملکردی و نابسامانی سفرهای نوروزی دقیقاً به جایی برمی‌گردد که وزارت میراث فرهنگی باید با انجام وظایف ذاتی و قانونی خود که شامل مدیریت و نظارت بر تخلفات تأسیسات گردشگری، برنامه‌ریزی و جهت‌دهی به سفرهای نوروزی و همچنین جلوگیری از ایجاد مشکلات اقامتی و ترافیکی بود، مانع از ایجاد مشکلات عدیده شود.

یعقوب‌زاده ضمن اشاره به فروکش کردن بلندای موج همه‌گیری کرونا و به تبع آن رفع بسیاری از محدودیت‌های کرونایی تأکید کرد: لازم است به جهت جلوگیری از نابسامانی‌های مجدد سفر در تعطیلات عید سعید فطر و تابستان از هم‌اکنون ضمن اقتباس و گرته‌برداری از چگونگی برنامه‌ریزی کشورهای پیشرو در دوران پسا کرونا، با ایجاد کمیته‌هایی مبتنی بر تاکتیک راهبردی و استراتژیک عملیاتی، برای تعطیلات پیش‌رو تدابیر لازم اندیشیده شود.

وی با تأکید بر این موضوع که در تابستان پیش‌رو افزایش حداقل ۴۰ درصدی میزان سفرها نسبت به تابستان سال ۹۸ را شاهد خواهیم بود، اظهار کرد: متأسفانه به نظر می‌رسد وزارت میراث فرهنگی هیچگونه برنامه‌ای جهت افزایش تأسیسات گردشگری و مدیریت سفرهای پیش‌رو ندارد.

بنا به گفته‌های این کارشناس حوزه گردشگری در تعطیلات عید نوروز امسال و حتی پیک‌های سفر در سال‌های گذشته نیز به وفور شاهد افزایش بی‌رویه قیمت خدمات سفر خصوصاً در زمینه ارائه خدمات اقامتی بودیم، تا جایی که به‌عنوان نمونه اقامتگاهی که در سایر ایام سال به ازای هر شب مبلغ یک میلیون تومان دریافت می‌کرد در عید نوروز تا شبی بالغ بر سه میلیون تومان به مسافران ارائه شد.

یعقوب‌زاده، علت گران شدن بی‌حد و حصر هتل‌ها و اقامتگاه‌ها، خصوصاً در شهرهای مسافرپذیر را عدم اعمال نظارت کافی و لازم توسط وزارت میراث فرهنگی عنوان کرد و یادآور شد: هرچند مسافران مجبور به پرداخت مبلغ گزاف جهت اقامت خود شدند اما تداوم این موضوع در میان مدت یقیناً موجبات نارضایتی مردم را به همواره خواهد داشت.

وی با بیان اینکه متأسفانه مکفی نبودن زیرساخت‌های گردشگری خصوصاً در بحث اقامتگاه‌ها و هتل‌ها در شهرهای توریستی قطعاً خود عاملی مضاعف و تشدیدکننده برای ایجاد بحران سونامی سفر است، افزود: در همین راستا ضروری است وزارت میراث فرهنگی ضمن انجام تبلیغات و اطلاع‌رسانی مناسب و همچنین حمایت از برخی پایگاه‌های اطلاع‌رسانی که به معرفی مقاصد گردشگری ایران می‌پردازند، با توزیع مکانی سفر در تمامی مقاصد گردشگری ایران مانع از ایجاد مشکلات اقامتی و ترافیکی در شهر توریستی پرمسافر شود.

این کارشناس حوزه گردشگری با اشاره به تجربه موفق کشورهای پیشرو در صنعت گردشگری خاطرنشان کرد: این کشورها همواره با برگزاری رویدادها، جشنواره‌ها و حتی اطلاع‌رسانی دقیق و منسجم به نحوی عمل کرده‌اند که با توزیع مطلوب مکانی سفر مانع از انباشت جمعیت گردشگران در چند مقصد محدود و به وجود آمدن مشکلات بعدی ناشی از می‌شوند.