

ظرفیت‌شناسی سازمان‌های بین‌المللی برای توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران: سازمان همکاری‌های شانگهای



تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۶/۱۰

Publish Date : 2026/9/1



عنوان: ظرفیت‌شناسی سازمان‌های بین‌المللی برای توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران:
سازمان همکاری‌های شانگهای
تهیه و تدوین (Author): محمدمبین گزار (گروه ورزش، میراث فرهنگی و صنایع دستی)
واژه‌های کلیدی: سازمان همکاری‌های شانگهای، افزایش گردشگری ورودی، برنامه هفتم پیشرفت
ناشر: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

DOI: <https://doi.org/10.22034/mrc.report.21818>

Permanent Link: https://report.mrc.ir/article_11852.html

Publisher : Islamic Parliament Research Center of Iran

شماره مسلسل: ۲۱۸۱۸

کد موضوعی: ۲۷۰

عنوان: ظرفیت‌شناسی سازمان‌های بین‌المللی برای توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران:

سازمان همکاری‌های شانگهای

نوع گزارش: طرح/ لایحه ☐، نظارتی ☐، راهبردی ☒، پیش‌نویس قانونی ☐

نام دفتر: مطالعات فرهنگی و آموزش (گروه ورزش، میراث فرهنگی و صنایع دستی)

مدیر مطالعه: سعید شفیعا

ناظر علمی: موسی بیات

ناظر علمی خارج از مرکز: مهدی صادقی شاهدانی (هیئت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه

امام صادق (ع))

اظهار نظر کنندگان: حسین هرورانی (گروه بازرگانی دفتر مطالعات اقتصادی)، احسان فلاحتی (گروه

سیاست خارجی دفتر مطالعات سیاسی)، محسن جودکی (کارشناس حوزه اقتصاد بین‌الملل)،

علیرضا جمشیدی (گروه ورزش، میراث فرهنگی و صنایع دستی)

گرافیک و صفحه‌آرایی: سیده فاطمه ابوطالبی

ویراستار ادبی: زهره عطاردی

تاریخ شروع مطالعه: ۱۴۰۵/۰۲/۰۱



فهرست مطالب

چکیده	۶
خلاصه مدیریتی	۷
۱. مقدمه	۸
۲. مروری بر شکل گیری و اهداف سازمان همکاری شانگهای	۹
۳. بررسی سند «برنامه همکاری های گسترش یافته گردشگری سازمان همکاری شانگهای»	۱۰
۴. اقدامات سازمان همکاری های شانگهای در حوزه گردشگری	۱۲
۵. وضعیت گردشگران خروجی و ورودی میان ایران و کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای	۱۳
۶. ظرفیت شناسی سازمان همکاری شانگهای برای توسعه گردشگری کشورهای عضو اصلی	۱۷
۱-۶. الگوی مطلوب توسعه گردشگری	۱۷
۲-۶. ظرفیت های سازمان شانگهای براساس الگوی توسعه گردشگری	۲۰
۷. بررسی عملکرد ایران در بهره مندی از ظرفیت های سازمان همکاری شانگهای در حوزه گردشگری	۲۲
۸. جمع بندی و پیشنهادها	۲۷
منابع و مأخذ	۳۱

فهرست جداول

جدول ۱. گزاره های کلیدی سند «برنامه همکاری های گسترش یافته گردشگری سازمان همکاری شانگهای»	۱۱
جدول ۲. تعداد گردشگران ورودی به ایران از مبدأ کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای	۱۴
جدول ۳. مقایسه مجموع گردشگران ورودی به ایران از مبدأ کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای با کل گردشگران ورودی به ایران	۱۴
جدول ۴. تعداد گردشگران خروجی از ایران به مقصد کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای	۱۵
جدول ۵. مقایسه مجموع گردشگران خروجی از ایران به مقصد کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای با کل گردشگران خروجی از ایران	۱۶
جدول ۶. ظرفیت شناسی سازمان همکاری شانگهای برای توسعه گردشگری کشورهای عضو اصلی	۲۱
جدول ۷. اقدامات ایران در سازمان همکاری شانگهای در حوزه گردشگری	۲۳
جدول ۸. پیشنهاد های بهره مندی جمهوری اسلامی ایران از ظرفیت های سازمان همکاری شانگهای در حوزه گردشگری	۲۸

فهرست شکل ها

شکل ۱. نمودار مقایسه گردشگران ورودی و خروجی میان ایران و کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای	۱۶
شکل ۲. الگوی مطلوب توسعه گردشگری	۱۸
شکل ۳. مرکز نمایشگاه بین المللی مروارید سازمان همکاری شانگهای	۲۴
شکل ۴. نمایی از شهرهای آلمانی قزاقستان (تصویر سمت راست) و واراناسی هند (تصویر سمت چپ)	۲۴
شکل ۵. تصاویری از «مرکز بین المللی گردشگری جاده ابریشم سمرقند» (تصویر سمت راست نمایی از بخش اقامتی مرکز؛ تصویر سمت چپ نمایی از بخش تفریحی؛ خدماتی و همایشی مرکز؛ و تصویر پایین نمایی از نقشه راهنمای مرکز)	۲۵
شکل ۶. عجایب هشت گانه کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای	۲۶



ظرفیت‌شناسی سازمان‌های بین‌المللی برای توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران: سازمان همکاری‌های شانگهای

چکیده



سازمان همکاری شانگهای به عنوان یکی از سازمان‌های مهم منطقه‌ای اوراسیا، در سال‌های اخیر توجه بیشتری به گردشگری نشان داده است. در این میان، در سال ۲۰۱۶ اولین سند رسمی سازمان همکاری شانگهای در زمینه گردشگری با عنوان «برنامه همکاری‌های گسترش یافته گردشگری سازمان همکاری شانگهای» تدوین شد و به صورت رسمی توسط اعضای اصلی این سازمان تصویب گردید. تطبیق بخش سوم این سند با الگوی مطلوب توسعه گردشگری نشان می‌دهد، سطوح حکمرانی و واسطه میان عرضه و تقاضا را به طور جامع پوشش داده است. با این حال، در سند مذکور به مؤلفه‌های زیرساخت سخت، تاب‌آوری، تجربه محصول و کیفیت خدمات در سطح عرضه و مؤلفه بازاریابی در سطح تقاضا پرداخته نشده است. در نتیجه، ظرفیت اصلی سازمان معطوف به تعمیق همکاری‌های دولتی و کسب و کارهای بخش خصوصی و تسهیل و تسریع در تردد گردشگران است و نمی‌توان انتظار مداخله مستقیم آن را در توسعه زیرساخت‌های فیزیکی، جذب سرمایه‌گذاری یا بازاریابی اولیه داشت. بررسی‌های صورت گرفته نشان می‌دهد، اقدامات ایران از زمان حضور به عنوان عضو اصلی در این سازمان، محدود به مشارکت در نشست‌های سالانه و دوره‌ای اعضای این سازمان شده و هیچ گونه برنامه و طرح مبتکرانه و فعالانه‌ای از سوی کشور ارائه نشده است. ایجاد «دبیرخانه ملی گردشگری سازمان همکاری شانگهای»، ارائه پرونده نامزدی یکی از شهرهای ایران برای کسب عنوان «پایتخت فرهنگی و گردشگری کشورهای عضو شانگهای» و پیشنهاد راه اندازی یک سکوی مجازی مشترک میان اعضا به عنوان بستری متمرکز جهت بازاریابی از مهم‌ترین راهکارهای بهره‌مندی از سازمان همکاری شانگهای در حوزه گردشگری هستند.

خلاصه مدیریتی



شرح/ بیان مسئله

سازمان همکاری شانگهای اگرچه در ابتدا با رویکردی امنیتی و سیاسی شکل گرفته، اما در سال‌های اخیر گردشگری را نیز به عنوان یکی از محورهای همکاری میان کشورهای عضو مورد توجه قرار داده است. عضویت جمهوری اسلامی ایران به عنوان عضو اصلی سازمان مذکور، این امکان را فراهم کرده که به عنوان یک بستر منطقه‌ای برای تقویت گردشگری ورودی و نزدیک شدن به هدف جذب ۱۵ میلیون گردشگر موضوع ماده (۸۲) برنامه هفتم پیشرفت مورد توجه قرار گیرد. بر همین اساس، مسئله اصلی این گزارش ظرفیت‌شناسی سازمان همکاری شانگهای برای توسعه گردشگری کشور و آسیب‌شناسی عملکرد ایران در این سازمان در حوزه گردشگری است تا بتوان در راستای بهره‌مندی از آن ظرفیت‌ها، اقدامات مناسب صورت گیرد.

نقطه نظرات/ یافته‌های کلیدی

- بررسی بخش سوم سند «برنامه همکاری‌های گسترش یافته گردشگری سازمان همکاری شانگهای» که مهم‌ترین محور این سند برای تدوین اقدامات عملیاتی است، نشان می‌دهد هم سطح حکمرانی و سیاستگذاری و هم سطح واسط میان عرضه و تقاضای گردشگری به طور جامع پوشش داده شده است. این موضوع بیانگر آن است که ظرفیت‌های سازمان همکاری شانگهای برای توسعه گردشگری کشورها، بر گسترش و تعمیق همکاری میان کشورها و کسب و کارهای گردشگری و تسهیل و تسریع تردد گردشگران میان کشورهای عضو اصلی متمرکز است.
- در بخش سوم سند «برنامه همکاری‌های گسترش یافته گردشگری سازمان همکاری شانگهای» در خصوص مؤلفه‌های زیرساخت سخت، تاب‌آوری، تجربه محصول و کیفیت خدمات در سطح عرضه پرداخته نشده است. همچنین در سطح تقاضا نیز، مؤلفه بازاریابی و ایجاد تقاضا نادیده گرفته شده است. این موضوع بیانگر آن است که از سند مذکور نمی‌توان انتظار داشت که به طور مستقیم در جذب سرمایه‌گذاری، مشارکت در ایجاد زیرساخت یا بازاریابی برای گردشگری کشورها نقش آفرینی کند.
- جمهوری اسلامی ایران با وجود ارتقا به جایگاه عضویت اصلی در سال ۱۴۰۱، تاکنون ابتکار عمل عملیاتی مؤثری از خود نشان نداده و طرح پیش‌دستانه‌ای برای نهادینه کردن منافع گردشگری خود در این سازوکار ارائه نکرده است. تقلیل سطح مشارکت به حضور فیزیکی صرف و ایراد سخنرانی‌های عمومی در نشست‌های رسمی سازمان، بدون ارائه پیوست‌های اجرایی و طرح‌های ملموس، عملاً هیچ دستاورد و فایده‌ای برای بهره‌مندی از ظرفیت‌های این سازمان جهت توسعه گردشگری کشور به همراه ندارد.
- بررسی آماری تراز گردشگری ایران با کشورهای عضو اصلی سازمان همکاری شانگهای نشان می‌دهد که مجموع کل گردشگران ورودی به ایران طی بازه زمانی ۱۴۰۰ الی ۱۴۰۳، ۴۶۱/۰۴۴ نفر بوده که از این تعداد، ۶۴۲/۹۵۲ نفر از آنان، از کشورهای عضو اصلی سازمان همکاری شانگهای بوده است. به عبارت دیگر، ۶۳/۸ درصد از مجموع گردشگران ورودی به ایران در طی سال‌های فوق، از این کشورها بوده است. این در حالی است که در سال ۱۴۰۲، نسبت مذکور به بیش از ۱۰ درصد هم رسیده بود. این موضوع نشان می‌دهد، نزدیک به یک‌دهم بازار گردشگران ورودی به ایران را این کشورها تشکیل می‌دهند.
- بررسی‌های آماری حکایت از آن دارد که مجموع کل گردشگران خروجی از ایران طی بازه زمانی ۱۴۰۰ الی ۱۴۰۳، ۳۶۴/۶۳۳/۲۸ نفر بوده که از این تعداد، مقصد گردشگری ۱۸۵/۵۲۹ نفر، کشورهای عضو اصلی سازمان همکاری شانگهای بوده است. به بیانی دیگر، تنها ۱/۸۵ درصد از مجموع خروجی از ایران طی سال‌های فوق، مربوط به کشورهای عضو سازمان شانگهای بوده است. این آمار بیانگر آن است که اگرچه کشورهای عضو این سازمان سهم قابل توجهی در بازار گردشگران ورودی ایران دارند، اما همچنان جایگاه پایینی در میان مقاصد گردشگری ایرانیان دارند.
- از ابتکارات سایر کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای در زمینه گردشگری می‌توان به ثبت شهر واراناسی توسط کشور هند به عنوان



پایتخت گردشگری کشورهای عضو در بازه یک ساله ۲۰۲۲ الی ۲۰۲۳ اشاره کرد. هند به واسطه این ابتکار، ضمن میزبانی از برگزاری اجلاس وزرای گردشگری کشورهای عضو این سازمان در سال ۲۰۲۳، اقدام به برگزاری رویدادهای گردشگری چون جشنواره غذاهای سنتی و نمایشگاه صنایع دستی و هنرهای سنتی کرد. نکته قابل تأمل آن است که شهر واراناسی در میان مثلث سنتی گردشگری هند (شامل شهرهای آگرا، دهلی و جیبور) قرار ندارد. دلیل این امر آن است که هند به دنبال ایجاد قطب جدید گردشگری در مقاصد دیگر این کشور با استفاده از ظرفیت‌های سازمان همکاری‌های شانگهای است.

● طرح «عجایب هشت گانه سازمان همکاری‌های شانگهای» یکی از ابتکارات اعضای اصلی سازمان شانگهای برای تقویت ویزند گردشگری آن است که در سال ۲۰۲۰ از آن رونمایی شد. این هشت جاذبه گردشگری بر جسته شامل مجسمه اتحاد، مجموعه امپراتوری کاخ دامینگ، چشم‌انداز باستان‌شناختی تامگالی، دریاچه ایسک کول، میراث مغولی لاهور، حلقه طلایی، کاخ نوروز و مجموعه پای کلان است. نکته حائز اهمیت این است که کشورهای هند، چین و روسیه که از نظر توسعه گردشگری، در وضعیت مناسبی قرار دارند، به سراغ انتخاب جاذبه‌ای برای ویزندسازی رفته‌اند که نسبت به سایر جاذبه‌های آن کشور، کمتر دیده شده است.

پیشنهاد راهکار تقنینی، نظارتی یا سیاستی

- به منظور بهره‌مندی از ظرفیت‌های سازمان همکاری‌های شانگهای، راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:
- در راستای نظام‌مندسازی فعالیت‌های کشور در تعامل با سازمان همکاری‌های شانگهای در زمینه گردشگری، ایجاد «دبیرخانه ملی گردشگری سازمان همکاری‌های شانگهای» به عنوان ساختاری دائمی و فرابخشی در وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی (بدون توسعه ساختار و تشکیلات) با مشارکت وزارت امور خارجه، وزارت اقتصاد و بخش خصوصی، به منظور تدوین مستمر لوایح و طرح‌های پیشنهادی پیش از اجلاس‌های سالانه؛
- در راستای تثبیت جایگاه جمهوری اسلامی ایران در سطح حکمرانی و سیاست‌گذاری توسعه گردشگری در سازمان همکاری‌های شانگهای، تدوین و ارائه پرونده نامزدی یکی از شهرهای ایران مانند یزد، مشهد یا تبریز برای کسب عنوان «پایتخت فرهنگی و گردشگری کشورهای عضو شانگهای» در بازه ۲۰۲۶ تا ۲۰۲۸ توسط میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی؛
- ارائه پیشنهاد راه‌اندازی یک سکوی مجازی مشترک میان اعضای سازمان همکاری‌های شانگهای به عنوان بستری متمرکز برای بازاریابی، معرفی مقاصد و رزور و مستقیم‌تورها و اقامتگاه‌ها، همراه با امکان قیمت‌گذاری بر مبنای ارزهای پرکاربرد منطقه و پرداخت دومرحله‌ای توسط وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و وزارت امور اقتصاد و دارایی به دبیرخانه سازمان همکاری‌های شانگهای؛
- تدوین ابتکار «مثلث گردشگری دریامحور دریای کاسپین» با محوریت ایران، روسیه و قزاقستان، با هدف توسعه مسیرهای مشترک گردشگری دریایی، تقویت زیرساخت‌های بندری و جذب سرمایه‌گذاری سایر اعضای سازمان.

۱. مقدمه

گردشگری در دهه‌های اخیر به یکی از ارکان مهم اقتصاد جهانی تبدیل شده و در بسیاری از کشورها، به واسطه سهم قابل توجه در تولید ناخالص داخلی، ظرفیت بالای اشتغال‌زایی و نقش مؤثر در تقویت تعاملات فرهنگی و انسانی، جایگاهی راهبردی یافته است. از این رو، همکاری‌های منطقه‌ای در حوزه گردشگری با هدف تسهیل جریان گردشگران، ارتقای زیرساخت‌ها، تقویت پیوندهای فرامرزی و بهره‌گیری مشترک از ظرفیت‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی، بیش از پیش مورد توجه دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی قرار گرفته است. در این میان، سازمان همکاری‌های شانگهای به عنوان یکی از

مهم‌ترین سازوکارهای منطقه‌ای در گستره اوراسیا، طی سال‌های اخیر توجه فزاینده‌ای به حوزه گردشگری نشان داده است. اگرچه تمرکز اولیه این سازمان بیشتر بر مسائل امنیتی، سیاسی و اقتصادی قرار داشت، اما به تدریج ابعاد فرهنگی و اجتماعی نیز جایگاه برجسته‌تری در دستورکار آن یافته‌اند. حضور بازارهای بزرگ گردشگری نظیر چین، هند و روسیه در میان اعضای اصلی سازمان، در کنار پیوندهای تاریخی، فرهنگی و تمدنی ایران با بسیاری از کشورهای آسیای مرکزی، بستر مساعدی برای گسترش همکاری‌های منطقه‌ای در حوزه گردشگری ایجاد کرده است. از این منظر، عضویت ایران در سازمان همکاری‌های شانگهای می‌تواند فراتر از یک دستاورد سیاسی و دیپلماتیک، به بستری برای فعال‌سازی ظرفیت‌های اقتصادی و فرهنگی کشور در حوزه گردشگری نیز تبدیل شود.

در همین راستا، مطابق با جدول اهداف کمی ماده (۸۲) برنامه هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران، دولت مکلف شده است تا پایان این برنامه، ظرفیت گردشگری ورودی کشور را به سالانه ۱۵ میلیون نفر افزایش دهد. تحقق این هدف، مستلزم بهره‌گیری هوشمندانه از ظرفیت‌های دیپلماسی منطقه‌ای و فعال‌سازی فرصت‌های ناشی از عضویت در سازوکارهای بین‌المللی و منطقه‌ای است. بر این اساس، توسعه گردشگری ورودی در چارچوب همکاری‌های سازمان همکاری‌های شانگهای می‌تواند ضمن کمک به تحقق اهداف برنامه هفتم، به بهبود جایگاه منطقه‌ای ایران و گسترش تعاملات فرهنگی و مردمی با کشورهای عضو نیز یاری رساند. در عین حال، تحولات اخیر به موجب جنگ‌های تحمیلی اخیر در تعامل با کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس و دگرگونی‌های احتمالی در الگوهای سفر ایرانیان، ضرورت بازاندیشی در سیاستگذاری گردشگری خروجی کشور را بیش از گذشته آشکار ساخته است. این دگرگونی و اختلال در دسترسی‌پذیری برخی مقاصد سنتی سفر گردشگران خروجی ایران از جمله امارات، می‌تواند فرصتی برای بازتعریف اولویت‌های جدید برای توسعه گردشگری ایران، به‌ویژه در بسترهای منطقه‌ای مانند سازمان همکاری‌های شانگهای ایجاد کند.

۲. مروری بر شکل‌گیری و اهداف سازمان همکاری‌های شانگهای

سازمان همکاری‌های شانگهای ریشه در ائتلاف «پنج شانگهای» دارد که در سال ۱۹۹۶ با عضویت چین، روسیه، قزاقستان، قرقیزستان و تاجیکستان و با هدف حل و فصل اختلافات مرزی و تقویت اعتمادسازی امنیتی شکل گرفت. این روند در ۱۵ ژوئن ۲۰۰۱ با پیوستن ازبکستان، به تأسیس رسمی «سازمان همکاری‌های شانگهای» انجامید. تصویب اساسنامه سازمان در سال ۲۰۰۳ نیز چارچوب حقوقی لازم را برای گسترش همکاری‌ها در حوزه‌های مختلف، از جمله ابعاد اقتصادی و فرهنگی، تثبیت کرد [۱]. سازمان همکاری‌های شانگهای در ادامه مسیر توسعه خود، با عضویت کامل هند و پاکستان در سال ۲۰۱۷، جمهوری اسلامی ایران در سال ۲۰۲۳ و بلاروس در سال ۲۰۲۴، از یک سازوکار منطقه‌ای متمرکز بر آسیای مرکزی به نهادی فراگیر در سطح اوراسیا و غرب آسیا تبدیل شد؛ نهادی که امروزه بخش قابل توجهی از جمعیت جهان و مجموعه‌ای متنوع از نظام‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی را در بر می‌گیرد [۱] و [۲].

اهداف و کارکردهای سازمان نیز به تدریج در سه محور اصلی امنیتی، اقتصادی و فرهنگی تکامل یافته است. در بُعد امنیتی، تمرکز سازمان بر مقابله با تروریسم، جدایی طلبی و افراط‌گرایی، به ایجاد ساختار منطقه‌ای ضد تروریسم در تاشکند در سال ۲۰۰۴ انجامید. در بُعد اقتصادی، تلاش‌ها عمدتاً بر تسهیل تجارت، تقویت پیوندهای اقتصادی و ایجاد سازوکارهایی مانند کنسرسیوم بین‌بانکی متمرکز بوده است [۲]. افزون بر این، از دهه ۲۰۱۰ به بعد، تقویت پیوندهای مردمی و فرهنگی نیز جایگاه برجسته‌تری در دستورکار سازمان یافته و از طریق برگزاری جشنواره‌های هنری، نشست‌های علمی و برنامه‌های تبادل فرهنگی تلاش شده است زمینه معرفی میراث فرهنگی، گسترش تعامل میان



نخبگان و تقویت احساس هویت مشترک منطقه‌ای میان اعضا فراهم شود [۲].

در این میان، در سال ۲۰۱۶ اولین سند رسمی سازمان همکاری‌های شانگهای در زمینه گردشگری با عنوان «برنامه همکاری‌های گسترش یافته گردشگری سازمان همکاری‌های شانگهای» تدوین شد و به صورت رسمی توسط اعضای اصلی این سازمان تصویب گردید [۳]. این سند، مبنای اقدامات سازمان همکاری‌های شانگهای و همکاری میان اعضای آن در حوزه گردشگری طی سال‌های پس از آن بوده است. در ادامه سند مذکور مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۳. بررسی سند «برنامه همکاری‌های گسترش یافته گردشگری سازمان همکاری‌های شانگهای»

سند «برنامه همکاری‌های گسترش یافته گردشگری سازمان همکاری‌های شانگهای» در چهار بخش مقدمه، سیاست‌های کلی، اشکال همکاری و سازوکارهای پیگیری تدوین شده است. بخش دوم با عنوان «سیاست‌های کلی همکاری‌ها»، اصول و جهت‌گیری‌های کلان اعضا را در این حوزه تبیین می‌کند [۳]. این سیاست‌ها بر چهار محور اجرایی متمرکز است: توسعه همکاری‌های عادلانه و سودمند به منظور افزایش درآمد، اشتغال‌زایی و بهبود کیفیت زندگی «بند ۱»؛ ارتقای کیفیت خدمات، حفظ حقوق و تأمین امنیت گردشگران «بند ۲»؛ ترویج همکاری‌های تجاری و تسهیل جذب سرمایه برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری «بند ۳»؛ و در نهایت تأکید بر اهمیت همکاری‌های مرزی و بین منطقه‌ای «بند ۴».

برای این جهت‌گیری‌ها حاکی از آن است که هدف کلان سازمان، بهبود، گسترش و تقویت هم‌افزایی میان ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری، اعم از نهادهای دولتی و فعالان بخش خصوصی کشورهای عضو، در سطوح منطقه‌ای و فراملی است [۳]. بخش سوم سند مذکور که با عنوان «اشکال همکاری‌ها» تدوین شده، محور اصلی این سند است و به تبیین دقیق اقدامات عملیاتی کشورهای عضو در صنعت گردشگری اختصاص دارد. این بخش در هشت بند، زمینه‌های همکاری را تبیین می‌کند. «بند ۱» بر تبلیغ مشترک محصولات گردشگری در نمایشگاه‌ها و رویدادهای بین‌المللی تأکید دارد تا کشورهای عضو بتوانند ظرفیت‌ها و امکانات خود را به فعالان فرهنگی و اقتصادی یکدیگر معرفی کنند. «بند ۲» تسهیل همکاری میان ادارات گردشگری و دفاتر خدمات مسافرتی را مدنظر قرار داده است؛ این امر نشان‌دهنده رویکرد سندها به توسعه همکاری‌های هم‌زمان در بخش دولتی (وزارتخانه‌ها) و بخش خصوصی (دفاتر مسافرتی) است. در «بند ۳»، تسهیل سفر شهروندان عنوان شده که نشان می‌دهد تسریع رفت‌وآمد میان اعضای سازمان همکاری‌های شانگهای از اهداف اصلی این سند است. در «بند ۴»، موضوع تبادل اطلاعات و منابع گردشگری (رسانه‌ها و مراکز تخصصی) مطرح شده است. تأکید این بند بر ایجاد بستری برای معرفی جاذبه‌ها و ارائه آمار گردشگری است که می‌تواند در بهبود تصمیم‌گیری اعضا بسیار مؤثر باشد [۳]. در «بند ۵»، برگزاری همایش‌ها و میزگردها جهت تبادل تجربه و رویکردهای سرمایه‌گذاری عنوان شده که ظرفیت مناسبی را برای فراگیری ابتکارات اقتصادی و سرمایه‌گذاری دیگر کشورها در حوزه گردشگری (از جمله برای ایران) فراهم می‌کند.

جدول ۱. گزاره‌های کلیدی سند «برنامه همکاری‌های گسترش‌یافته گردشگری سازمان همکاری‌های شانگهای» [۳]

بخش	بند مورد استناد	گزاره کلیدی
مقدمه	بند «۱»	تلاش برای تقویت روابط حسن هم‌جواری، دوستی و همکاری
	بند «۲»	پایبندی به اهداف و اصول سازمان جهانی گردشگری
	بند «۳»	استناد به منشور سازمان همکاری‌های شانگهای (۲۰۰۲) و پیمان حسن هم‌جواری (۲۰۰۷)
	بند «۴»	هدف‌گذاری برای اجرای استراتژی توسعه سازمان همکاری‌های شانگهای
سیاست‌های کلی همکاری‌ها	بند «۱»	توسعه همکاری‌های عادلانه و سودمند در حوزه گردشگری جهت افزایش درآمد، اشتغال‌زایی و بهبود کیفیت زندگی
	بند «۲»	اقدام برای بهبود کیفیت خدمات گردشگری، حفاظت از حقوق گردشگران و تضمین امنیت آنها
	بند «۳»	ترویج همکاری بین کسب‌وکارها و کمک به جذب سرمایه‌گذاری برای زیرساخت‌های گردشگری
	بند «۴»	تأکید بر اهمیت همکاری‌های مرزی و بین‌منطقه‌ای در حوزه گردشگری
آشکال همکاری‌ها	بند «۱»	تبلیغ مشترک محصولات گردشگری در نمایشگاه‌ها و رویدادهای بین‌المللی
	بند «۲»	تسهیل همکاری میان ادارات گردشگری و دفاتر خدمات مسافرتی
	بند «۳»	ایجاد شرایط مساعد برای سفر شهروندان کشورهای عضو به یکدیگر
	بند «۴»	تبادل اطلاعات و منابع گردشگری (رسانه‌ها و مراکز تخصصی)
	بند «۵»	برگزاری همایش‌ها، سمینارها و میزگردها برای تبادل تجربه و رویکردهای سرمایه‌گذاری
	بند «۶»	حمایت از ایجاد و ترویج مسیرهای جدید مسافرتی
سازوکارهای پیگیری همکاری‌ها	بند «۷»	سازماندهی پروژه‌های تحقیقاتی و ارتقای فناوری‌های گردشگری
	بند «۸»	همکاری برای افزایش امنیت گردشگران و بهبود سیستم مسافرتی
	بند «۱»	ایجاد «گروه کاری کارشناسی گردشگری» برای هماهنگی و برگزاری نشست‌های سالانه
	بند «۲»	بررسی پیشنهادها توسط رؤسای ادارات گردشگری در نشست‌های دوسالانه
	بند «۳»	امکان انعقاد موافقت‌نامه‌های بین‌المللی دیگر برای توسعه همکاری‌ها

بند «۶» مبنی بر حمایت از ایجاد و ترویج مسیرهای جدید مسافرتی است. از این ظرفیت می‌توان در راستای ایجاد تورهای مشترک و مسیرهای چندمقصودی استفاده کرد که مستقیماً به رونق گردشگری ورودی می‌انجامد. در بند «۷»، سازماندهی پروژه‌های تحقیقاتی و ارتقای فناوری مطرح شده تا با طراحی سکوهای اشتراکی مجازی، کسب‌وکارها به یکدیگر متصل شده و ارائه خدمات به گردشگران تسهیل شود. در نهایت در بند «۸»، بر همکاری جهت افزایش امنیت گردشگران و بهبود سیستم مسافرتی تأکید شده است؛ موضوعی که با اقدامات مشترک،



به تأمین و تضمین امنیت گردشگران در کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای خواهد انجامید [۳].

بخش پایانی سند با عنوان «سازوکارهای پیگیری همکاری‌ها»، چارچوب ارائه و اجرای طرح‌های عملیاتی اعضا را تبیین می‌کند. محور این سازوکار، یک فرایند تصمیم‌گیری دوجمله‌ای است: در گام نخست، «کارگروه کارشناسی همکاری‌های گردشگری» به منظور هماهنگی و تجمیع پیشنهادها، جلسات سالانه خود را به میزبانی دبیرخانه سازمان یا یکی از کشورهای عضو برگزار می‌کند. در گام دوم، خروجی این بررسی‌های فنی جهت تصمیم‌گیری کلان و نهایی به نشست‌های دوسالانه رؤسای نهادهای گردشگری ارجاع داده می‌شود. افزون بر این، سند با پیش‌بینی امکان امضای توافق‌نامه‌ها و اسناد تکمیلی، رویکردی منعطف اتخاذ کرده است؛ به نحوی که اعضای توانمند متناسب با اقتضائات جدید و به منظور تعمیق همکاری‌های تخصصی، اسناد اجرایی مورد نیاز را برای پیشبرد اهداف برنامه تدوین کنند [۳].

۴. اقدامات سازمان همکاری‌های شانگهای در حوزه گردشگری

در سال‌های اخیر، تدابیر دبیرخانه سازمان همکاری شانگهای در حوزه گردشگری، به صورت فعالانه‌تری نسبت به سال‌های گذشته در حال پیگیری است که در ادامه به بخشی از این اقدامات اشاره می‌شود. یکی از مهم‌ترین اقدامات صورت گرفته توسط این سازمان در زمینه گردشگری، اعلام سال ۲۰۲۳ به عنوان «سال گردشگری سازمان همکاری شانگهای»^۱ بود. این ابتکار در نشست هیئت‌های گردشگری کشورهای عضو در شهر واراناسی^۲ هند صورت گرفت. هدف اصلی از این اقدام، ایجاد چارچوبی مشترک برای معرفی ظرفیت‌های گردشگری کشورهای عضو، افزایش شناخت متقابل میان ملت‌ها و تقویت جریان گردشگری درون سازمانی بود [۴]. از محورهای کلیدی اقدام مذکور، می‌توان به تلاش برای شکل‌دهی به ویژگی مشترک گردشگری سازمان همکاری شانگهای، ترویج میراث فرهنگی و تاریخی کشورهای عضو، توسعه همکاری‌ها در حوزه گردشگری سلامت و پزشکی و ارتقای کیفیت خدمات گردشگری از طریق تبادل تجربیات و استانداردها اشاره کرد. در واقع، «سال گردشگری» به عنوان بستری آزمایشی طراحی شد تا امکان سنجش ظرفیت‌های همکاری، میزان مشارکت اعضا و چالش‌های اجرایی پیش‌روی همکاری‌های گردشگری در سطح سازمان فراهم شود. در این راستا مجموعه‌ای از رویدادهای فرهنگی، نمایشگاه‌های گردشگری، نشست‌های تخصصی در کشورهای مختلف عضو برگزار شد. از جمله مهم‌ترین آنها می‌توان به نشست هیئت‌های گردشگری اعضای سازمان همکاری شانگهای در شهر اورومچی^۳ چین اشاره کرد که با حضور بیش از ۳۰۰ نماینده از نهادهای دولتی، شرکت‌های گردشگری، فعالان بخش خصوصی و کارشناسان برگزار شد. محورهای اصلی این نشست شامل تاب‌آوری مقاصد گردشگری، حفاظت از محیط زیست، بازاریابی دیجیتال مقاصد، نقش فناوری‌های نوین در گردشگری و تسهیل سفر میان کشورهای عضو بود [۴].

تدبیر دیگر سازمان همکاری شانگهای در حوزه گردشگری، تدوین و ابلاغ سند «نقشه راه دوساله اقدام مشترک اعضای سازمان همکاری شانگهای در زمینه گردشگری برای سال‌های ۲۰۲۴ و ۲۰۲۵» بود [۴]. این سند در نشست سازمان همکاری شانگهای که در ماه مه ۲۰۲۴ در شهر آلماتی^۴ قزاقستان برگزار شد، به تصویب رسید. این اقدام نسبت به تدابیر سال ۲۰۲۳، از جامعیت و رویکرد راهبردی بیشتری برخوردار بود و نشان‌دهنده عبور سازمان از تصمیمات کوتاه مدت به سمت برنامه‌ریزی میان مدت در حوزه گردشگری است. مهم‌ترین ویژگی این نقشه راه، گذار از تدابیر رویدادمحور به سیاستگذاری ساختاری است. در این سند، اهداف کلی به مجموعه‌ای از جهت‌گیری‌های عملیاتی تبدیل شده‌اند، که عبارت‌اند: «توسعه مسیرها و بسته‌های گردشگری چندمقصدی میان کشورهای عضو، به‌ویژه در محورهای فرهنگی، تاریخی و طبیعی»، «تسهیل روادید، به‌ویژه برای گروه‌های گردشگری و رویدادهای مشترک، به عنوان یکی از پیش‌شرط‌های افزایش جریان گردشگر»،

1. Year of Tourism
2. Varanasi
3. Ürümqi
4. Almaty

«ارتقای زیرساخت‌های گردشگری و کاهش شکاف توسعه‌ای میان اعضا از طریق تبادل تجربه و تشویق سرمایه‌گذاری مشترک»، «تأکید بر گردشگری متوازن و مدیریت مسئولانه مقاصد، به‌ویژه در مناطق طبیعی و میراثی حساس». هم‌زمان با تصویب این نقشه‌راه، شهر چینگ‌دائو در چین به‌عنوان «پایتخت فرهنگی- گردشگری سازمان همکاری‌های شانگهای برای سال‌های ۲۰۲۴ و ۲۰۲۵» انتخاب شد. در طول این دوره، چینگ‌دائو میزبان مجموعه‌ای از رویدادهای فرهنگی و گردشگری از جمله جشنواره‌های تبادلات فرهنگی- گردشگری، نمایشگاه‌های صنایع خلاق و نشست‌های تخصصی با محوریت کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای شد [۴].

در راستای ادامه فعالیت‌های سازمان همکاری‌های شانگهای در زمینه گردشگری، در سال ۲۰۲۵ نشست هیئت‌های گردشگری کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای در شهر چینگ‌دائو برگزار شد. این نشست که با حضور وزرای فرهنگ برخی کشورهای عضو همراه بود، نشان‌دهنده ارتقای سطح سیاسی و نهادی همکاری‌های گردشگری در سازمان است. محورهای اصلی گفت‌وگو در این نشست شامل تسهیل صدور روادید و حرکت به‌سوی سازوکارهای ساده‌تر سفر، توسعه مسیرها و محصولات مشترک گردشگری، ارتقای زیرساخت‌های گردشگری به‌ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته عضو، و ترویج گردشگری جوانان به‌عنوان ابزاری برای تقویت پیوندهای بلندمدت اجتماعی بود. در پایان این نشست، به‌طور رسمی پیشنهاد شد که شهر چولپون آتا^۱ در قرقیزستان به‌عنوان پایتخت فرهنگی- گردشگری بعدی سازمان معرفی شود. این پیشنهاد نشان می‌داد که سازوکار انتخاب پایتخت‌های گردشگری به یک روند منظم و قابل پیش‌بینی در چارچوب سازمان تبدیل شده است [۵].

۵. وضعیت گردشگران خروجی و ورودی میان ایران و کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای



به‌منظور ارزیابی تبیین اهمیت اقتصادی و راهبردی کشورهای عضو اصلی سازمان همکاری‌های شانگهای برای توسعه گردشگری ایران، بررسی روندهای آماری گردشگران خروجی و ورودی از این کشورها ضروری است. از این‌رو هدف از ارائه آمار و جداول پیش‌رو، تبیین سهم دقیق کشورهای عضو سازمان مذکور از کل بازار گردشگری ایران و تعاملات دوجانبه و کلان آنها با این است. در جدول ۲، تعداد گردشگران ورودی از کشورهای عضو اصلی سازمان همکاری‌های شانگهای به مقصد ایران طی سال‌های ۱۴۰۰ الی ۱۴۰۳ ارائه شده است. از میان این کشورها به ترتیب، پاکستان با ۶۰۲۴۰۹ نفر، روسیه با ۱۵۱۲۳۰ نفر و هند با ۷۶۴۳۰ نفر بیشترین تعداد گردشگران ورودی به ایران را در مجموع چهار سال داشته‌اند. همچنین بلاروس با ۲۰۳۴ نفر، قرقیزستان با ۴۱۰۸ نفر و ازبکستان با ۸۱۹۷ نفر، کمترین گردشگران ورودی به ایران را در مجموع چهار سال داشته‌اند [۶].



جدول ۲. تعداد گردشگران ورودی به ایران از مبدأ کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای [۶]

رتبه	کشور	تعداد گردشگران ورودی به ایران					نسبت گردشگران ورودی به جمعیت کشور مبدأ (سال ۱۴۰۳)
		سال ۱۴۰۰	سال ۱۴۰۱	سال ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۳	مجموع	
۱	پاکستان	۳۴۷۲۵	۱۵۳۸۰۵	۲۳۵۲۶۳	۱۷۸۶۱۶	۶۰۲۴۰۹	٪ ۰/۰۷۴
۲	روسیه	۳۷۸۱۱	۳۵۱۲۰	۴۰۴۸۸	۳۷۸۱۱	۱۵۱۲۳۰	٪ ۰/۰۲۶
۳	هند	۳۰۹۷	۲۱۶۷۴	۲۷۳۷۲	۲۴۲۸۷	۷۶۴۳۰	٪ ۰/۰۰۱
۴	چین	۲۱۱۴	۵۷۲۶	۴۴۳۸۱	۲۳۰۹۱	۷۵۳۱۲	٪ ۰/۰۰۱
۵	تاجیکستان	۶۴۳۰	۴۴۰۷	۵۹۱۰	۷۶۳۰	۲۴۳۷۷	٪ ۰/۰۷۲
۶	قزاقستان	۱۹۶۷	۱۵۴۵	۳۰۶۶	۱۹۶۷	۸۵۴۵	٪ ۰/۰۰۹
۷	ازبکستان	۲۰۶۵	۱۱۵۸	۲۹۰۹	۲۰۶۵	۸۱۹۷	٪ ۰/۰۰۵
۸	قرقیزستان	۵۵۷	۱۴۵۳	۱۵۴۱	۵۵۷	۴۱۰۸	٪ ۰/۰۰۸
۹	بلاروس	۳۱۴	۸۰۰	۶۰۶	۳۱۴	۲۰۳۴	٪ ۰/۰۰۳
	مجموع	۸۹۰۸۰	۲۲۵۶۸۸	۳۶۱۵۳۶	۲۷۶۳۳۸	۹۵۲۶۴۲	-

در جدول ۳، نسبت مجموع گردشگران ورودی به ایران طی سال‌های ۱۴۰۰ الی ۱۴۰۳ به مجموع کل گردشگران ورودی به کشور از کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای در این سال‌ها ارائه شده است. براساس این جدول، مجموع کل گردشگران ورودی به ایران طی سال‌های مذکور، ۱۱/۰۴۴/۴۶۱ نفر بوده که از این تعداد، ۹۵۲/۶۴۲ نفر از آنان، از کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای بوده‌اند [۶]. به عبارت دیگر، ۸/۶۳ درصد از مجموع گردشگران ورودی به ایران در طی سال‌های فوق، از این کشورها بوده است. این درحالی است که در سال ۱۴۰۲، نسبت مذکور به بیش از ۱۰ درصد رسیده بود. این موضوع نشان می‌دهد که نزدیک به یک‌دهم از بازار گردشگران ورودی به ایران در اختیار کشورهای اصلی عضو این سازمان است. لذا افزایش همکاری‌های نهادی جمعی با این کشورها در قالب ساختار سازمان همکاری‌های شانگهای می‌تواند تأثیر بسزایی در توسعه گردشگری ایران داشته باشد.

جدول ۳. مقایسه مجموع گردشگران ورودی به ایران از مبدأ کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای با کل گردشگران ورودی به ایران [۶]

سال	مجموع گردشگران ورودی از کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای	مجموع کل گردشگران ورودی به ایران	نسبت مجموع گردشگران ورودی از کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای به کل گردشگران ورودی
۱۴۰۰	۸۹۰۸۰	۱,۱۶۲,۷۳۹	٪ ۷/۶۶
۱۴۰۱	۲۲۵۶۸۸	۲,۷۸۹,۵۳۶	٪ ۸/۰۹
۱۴۰۲	۳۶۱۵۳۶	۳,۵۲۹,۷۸۸	٪ ۱۰/۲۴
۱۴۰۳	۲۷۶۳۳۸	۳,۵۶۲,۳۹۸	٪ ۷/۷۶
مجموع	۹۵۲۶۴۲	۱۱/۰۴۴/۴۶۱	٪ ۸/۶۳

علاوه بر بررسی آمار گردشگران ورودی، تبیین روند سفرهای خروجی گردشگران از ایران به مقصد کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای نیز برای تبیین توازن تعامل ایران با این کشورها در حوزه گردشگری و شناخت الگوی سفرهای خروجی ایرانیان به این مقاصد ضروری است. بر این اساس، در جدول ۴، آمار گردشگران خروجی از ایران به مقصد کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای طی سال‌های ۱۴۰۰ الی ۱۴۰۳ ارائه شده است. در این جدول، تعداد گردشگران خروجی از ایران به مقصد کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای طی سال‌های ۱۴۰۰ الی ۱۴۰۳ ارائه شده است. براساس آن، در مجموع گردشگران ورودی طی بازه چهارساله فوق، کشورهای پاکستان با ۲۴۹۶۲۷ نفر، چین با ۱۰۲۵۳۲ نفر، روسیه با ۱۰۰۹۸۵ نفر و هند با ۳۶۹۹۴ نفر، به ترتیب پرتعدادترین مقاصد گردشگران خروجی از ایران در میان کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای بوده‌اند. همچنین کشورهای بلاروس با ۱۱۴، قرقیزستان با ۶۸۶ و ازبکستان با ۹۷۴۵ به ترتیب کم‌طرف‌دارترین مقاصد گردشگری میان کشورهای مذکور بوده‌اند [۶].

جدول ۴. تعداد گردشگران خروجی از ایران به مقصد کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای [۶]

رتبه	کشور	تعداد گردشگران خروجی از ایران				نسبت گردشگران خروجی به جمعیت مبدأ (سال ۱۴۰۳)
		سال ۱۴۰۰	سال ۱۴۰۱	سال ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۳	
۱	پاکستان	۶۰۹۷۹	۴۷۴۲۱	۷۱۷۵۵	۶۹۴۷۲	۰/۰۲۹
۲	چین	۱۵۶۰۶	۱۳۶۵۰	۲۷۲۵۳	۴۶۰۲۳	۰/۰۰۳
۳	روسیه	۶۱۰۷	۲۲۹۸۴	۳۱۴۲۴	۴۰۴۷۰	۰/۰۲۸
۴	هند	۴۲۴۷	۹۲۴۰	۱۰۵۳۰	۱۲۹۷۷	۰/۰۰۰۹
۵	قزاقستان	۴۴۷۴	۴۱۹۲	۳۹۸۴	۳۴۳۹	۰/۰۱۸
۶	تاجیکستان	۱۶۷۰	۲۴۳۵	۳۲۵۷	۵۰۵۱	۰/۰۴۹
۷	ازبکستان	۱۲۵۵	۲۳۸۲	۲۵۸۹	۳۵۱۹	۰/۰۱۰
۸	قرقیزستان	۱۱۳	۳۰۶	۱۹۵	۷۲	۰/۰۰۱
۹	بلاروس	۱۴	۱۷	۵۴	۲۹	۰/۰۰۰۳
	مجموع	۹۴۴۶۵	۱۰۲۶۲۷	۱۵۱۰۴۱	۱۸۱۰۵۲	–

به‌منظور درک بهتر از جایگاه کلان کشورهای عضو اصلی سازمان همکاری شانگهای در سبد گردشگری ایران، بررسی سهم این کشورها از کل سفرهای خارجی ایرانیان ضروری است. در جدول ۵، نسبت مجموع گردشگران خروجی از ایران طی سال‌های ۱۴۰۰ الی ۱۴۰۳ به مجموع کل گردشگران خروجی از کشور به مقصد کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای در این سال‌ها ارائه شده است. براساس این جدول، مجموع کل گردشگران خروجی از ایران طی سال‌های مذکور، ۳۶۴/۶۳۳/۲۸ نفر بوده که از این تعداد، مقصد گردشگری ۵۲۹۱۸۵ نفر، کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای بوده است. به عبارت دیگر، ۱/۸۵ درصد از مجموع خروجی از ایران طی سال‌های فوق، به کشورهای عضو سازمان شانگهای بوده است [۶]. این آمار نشان می‌دهد که اگرچه کشورهای عضو این سازمان سهم قابل توجهی در بازار گردشگران ورودی ایران دارند، اما همچنان جایگاه پایینی در میان مقاصد گردشگری ایرانیان دارند.

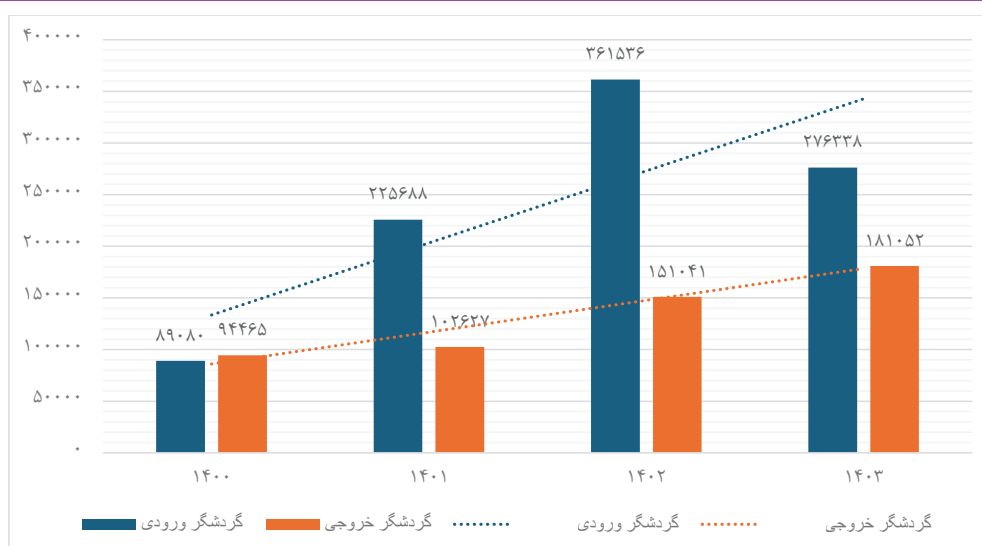


جدول ۵. مقایسه مجموع گردشگران خروجی از ایران به مقصد کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای با کل گردشگران خروجی از ایران [۱۶]

سال	مجموع گردشگران خروجی به کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای	مجموع کل گردشگران خروجی از ایران	نسبت مجموع گردشگران خروجی به کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای به کل گردشگران خروجی
۱۴۰۰	۹۴۴۶۵	۲,۸۵۴,۸۲۴	۳/۳۱٪
۱۴۰۱	۱۰۲۶۲۷	۷,۸۸۱,۸۶۹	۱/۳۰٪
۱۴۰۲	۱۵۱۰۴۱	۹,۵۹۴,۲۱۰	۱/۵۷٪
۱۴۰۳	۱۸۱۰۵۲	۸,۳۰۲,۴۶۱	۲/۱۸٪
مجموع	۵۲۹۱۸۵	۲۸,۶۳۳,۳۶۴	۱/۸۵٪

به منظور ارزیابی نهایی تبادلات ایران با کشورهای عضو اصلی سازمان همکاری‌های شانگهای در حوزه گردشگری، در شکل ۱ تراز گردشگران ورودی و خروجی میان ایران و کشورهای مذکور به تفکیک سال‌های ۱۴۰۰ الی ۱۴۰۳ نشان داده شده است. براساس این شکل، تراز گردشگری ایران با کشورهای مذکور، در تمامی این سال‌ها مثبت (مازاد ورود گردشگری از کشورهای اصلی) بوده است. بیشترین ناترازی مثبت مربوط به سال ۱۴۰۲ بوده که مجموع گردشگران ورودی به این کشورها از ایران، ۱۵۱۰۴۱ نفر و مجموع گردشگران ورودی به ایران از کشورهای مذکور بیش از دو برابر، یعنی ۳۶۱۵۳۶ نفر بوده است [۶]. از ریشه‌های این موضوع می‌توان به سه مورد اشاره کرد: نخست، تغییر الگوی سفر در اقتصادهای نوظهور آسیایی (به ویژه چین و هند) و تمایل فزاینده برای بازدید از مقاصد بکر فرهنگی کمتر شناخته شده برای گردشگران نظیر ایران؛ دوم، رشد چشمگیر گردشگران مذهبی از مبدأ پاکستان؛ و سوم، پیامدهای ژئوپلیتیک ناشی از جنگ روسیه و اوکراین، که به دنبال اعمال محدودیت‌های سفر برای شهروندان روس به مقاصد اروپایی، منجر به تغییر مسیر گردشگران این کشور به سمت مقاصد جایگزین و همسو، از جمله ایران شده است.

شکل ۱. نمودار مقایسه گردشگران ورودی و خروجی میان ایران و کشورهای عضو سازمان همکاری‌های شانگهای



مأخذ: نگارنده.

نکته حائز اهمیت آن است که براساس شیب نمودار بالا، در هر سال فاصله میان تعداد گردشگران ورودی از کشورهای عضو اصلی سازمان همکاری شانگهای به ایران و تعداد گردشگران خروجی از ایران به مقصد این کشورها بیشتر شده است. البته پیش‌بینی می‌شود، به دلیل درگیری‌های منطقه‌ای اخیر و جنگ تحمیلی علیه کشور (در سال‌های ۱۴۰۴ و ۱۴۰۵)، در پی کاهش گردشگران ورودی به ایران، این شکاف تا حد قابل توجهی کاهش یابد.

۶. ظرفیت‌شناسی سازمان همکاری شانگهای برای توسعه گردشگری کشورهای عضو اصلی

برای ارزیابی دقیق عملکرد ایران در بهره‌مندی از ظرفیت‌های نهفته در سازمان همکاری شانگهای، لازم است پیش از هر چیز مشخص شود که این سازمان چه جایگاهی در تکمیل زنجیره ارزش و توسعه گردشگری کشور دارد و چگونه می‌تواند به عنوان یک بازوی محرک عمل کند. به تعبیر ساده‌تر، باید دید سازمان همکاری شانگهای قرار است کدام قطعه از پازل کلان گردشگری ایران را تکمیل کرده و چه ارزش افزوده‌ای برای آن به همراه داشته باشد. رسیدن به این درک متقابل، نیازمند یک چارچوب تحلیلی و هدف‌گذاری مشخص است؛ از این‌رو در ادامه، ابتدا «الگوی مطلوب توسعه گردشگری» به عنوان یک معیار و نقشه راه تبیین می‌شود و پس از آن، ظرفیت‌ها و کارکردهای سازمان همکاری شانگهای در تناسب با این الگو مورد سنجش و واکاوی قرار می‌گیرد.

۶-۱. الگوی مطلوب توسعه گردشگری

همان‌طور که در شکل ۲ نشان داده شده، در الگوی توسعه گردشگری مدنظر،^۱ می‌توان بخش‌های کلیدی توسعه را ذیل دو سمت عرضه و تقاضا بررسی کرد. در این چارچوب، عرضه و تقاضا نه به صورت مستقل، بلکه در پیوند با یکدیگر عمل می‌کنند. این تعامل، با تأکید بر مفهوم «منطقه عملکردی» تبیین می‌شود؛ مفهومی که براساس آن، مقصد گردشگری باید به عنوان فضایی سازمان‌یافته درک شود که در آن جاذبه‌ها، زیرساخت‌ها، خدمات، شبکه‌های دسترسی، مدیریت، سرمایه‌گذاری و سیاست‌گذاری، در قالب یک کل منسجم با هم در تعامل‌اند. بر این اساس، صرف وجود یک یا چند جاذبه طبیعی، تاریخی یا فرهنگی، به تنهایی به معنای شکل‌گیری مقصد گردشگری نیست؛ بلکه مقصد زمانی معنا می‌یابد که آن جاذبه‌ها در بستری از زیرساخت‌های مناسب، خدمات قابل اتکا، نظام مدیریتی کارآمد و برنامه‌ریزی هدفمند قرار گیرند.

۱. الگوی توسعه گردشگری که در این گزارش تبیین شده، از تلفیق مدل توسعه گردشگری گان [۷] و رویکرد سیستم دینامیک [۸] توسط نگارنده احصا شده است.

شکل ۲. الگوی مطلوب توسعه گردشگری [۷] و [۸]



در بخش عرضه، این مدل بر فرایند «تولید تجربه گردشگری» تمرکز دارد و نشان می‌دهد که تجربه نهایی گردشگر حاصل مجموعه‌ای از ورودی‌ها، فرایندها و خروجی‌هایی است که در کنار یکدیگر معنا پیدا می‌کنند. در نخستین سطح، یعنی سطح ورودی‌های پایه، شرایط بنیادینی فراهم می‌شود که بدون آنها اساساً امکان شکل‌گیری فعالیت گردشگری وجود ندارد. در این سطح، مؤلفه «زیرساخت‌های سخت» به‌عنوان زیربنای مادی و فیزیکی گردشگری نقش اساسی ایفا می‌کنند. شبکه‌های حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی و هوایی، دسترسی مناسب به مقصد را ممکن می‌سازند؛ زیرساخت‌های انرژی، آب و ارتباطات، امکان تداوم ارائه خدمات را فراهم می‌کنند؛ و مدیریت پسماند، بهداشت محیط و ساماندهی فضاهای اقامتی، کیفیت حضور گردشگر را تضمین می‌کند. همچنین وجود هتل‌ها، اقامتگاه‌ها، مراکز پذیرایی و دیگر تأسیسات مرتبط، بخشی جدایی‌ناپذیر از این سطح پایه به‌شمار می‌آید، زیرا بدون آنها جاذبه هر چقدر هم برجسته باشد، قابلیت تبدیل شدن به یک مقصد گردشگری برای جذب گردشگران ورودی از سایر کشورهای منطقه را نخواهد داشت. در کنار این بستر فیزیکی، «سرمایه‌گذاری و تأمین مالی» به‌عنوان دومین مؤلفه حیاتی در بخش ورودی‌ها مطرح می‌شود. از آنجا که توسعه زیرساخت‌های گردشگری فرایندی سرمایه‌بر است، تحقق آن نیازمند تأمین منابع مالی برای ارائه خدمات، فراهم‌سازی زیرساخت‌ها و همچنین ایجاد انگیزه و امنیت لازم برای جذب سرمایه‌گذاران و ترغیب آنها به فعالیت در مقصد است. به‌بیانی دیگر، جریان تأمین مالی و سرمایه‌گذاری، نیروی محرک و موتور تداوم مراحل بعدی در توسعه گردشگری محسوب می‌شود.

پس از فراهم شدن این پایه‌ها، الگوی توسعه گردشگری وارد سطح دوم، یعنی فرایندهای محوری می‌شود؛ در این سطح است که منابع فیزیکی و مالی فراهم شده در سطح پیشین، به‌تدریج به محصول و تجربه گردشگری تبدیل می‌شوند. یکی از مؤلفه‌های این سطح، «اتصال منطقه‌ای و کریدورهای گردشگری» است. در بسیاری از مناطق، جاذبه‌ها به‌صورت پراکنده و منفک از یکدیگر وجود دارند و اگر این عناصر به شکل شبکه‌ای به هم متصل نشوند، ظرفیت واقعی آنها برای جذب و نگهداشت گردشگر بالفعل نخواهد شد. از این رو، طراحی کریدورها و مسیرهای گردشگری در سطوح ملی و بین‌المللی، هماهنگ‌سازی سیستم‌های حمل‌ونقل و تعریف بسته‌های چندمقصدی جایگاه ویژه‌ای

در فرایند جذب گردشگران دارد. چنین رویکردی نه تنها تنوع تجربه گردشگر را افزایش می‌دهد، بلکه مدت اقامت او را نیز بیشتر می‌کند و در نتیجه آورده اقتصادی بیشتری هم برای آن ذی‌نفعان آن مقصد گردشگری به همراه دارد.

در کنار این مؤلفه، «تاب‌آوری» قرار دارد. تأکید این مؤلفه این است که گردشگری اگر چه می‌تواند محرک رشد اقتصادی، اشتغال و احیای فرهنگی باشد، اما در صورت فقدان مدیریت درست، می‌تواند به تخریب منابع طبیعی، فرسایش میراث فرهنگی، فشار بر زیرساخت‌ها و ایجاد نارضایتی برای مردم جامعه مقصد و میزبان منجر شود. از این رو، در این الگو حفاظت از بنیان‌های زیست‌محیطی، تاریخی و فرهنگی مقصد، بخشی جدایی‌ناپذیر از فرایند توسعه گردشگری آن کشور تلقی می‌شود.

سطح سوم بخش عرضه، به خروجی‌ها اختصاص دارد؛ یعنی جایی که تمامی ظرفیت‌های ایجاد شده، در قالب محصول و تجربه‌ای ملموس به گردشگر ارائه می‌شود. در این سطح، مؤلفه «تجربه و محصول گردشگری» نقشی محوری پیدا می‌کند؛ زیرا آنچه گردشگر در نهایت درک و مصرف می‌کند، نه صرفاً یک جاذبه خام، بلکه محصولی طراحی شده و معنادار است. این محصول می‌تواند از طراحی تورهای تخصصی فرهنگی، تاریخی، طبیعی یا مذهبی، برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای گردشگری، بازدید از موزه و آثار و ابنیه تاریخی-فرهنگی و سایر موارد مشابه شکل بگیرد. در واقع، در همین مرحله جاذبه از یک عنصر بالقوه به تجربه‌ای قابل درک و ملموس تبدیل می‌شود. هم‌زمان با این امر، «کیفیت خدمات» نیز به عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سطح خروجی قرار دارد. کیفیت در گردشگری مفهومی فراگیر است که از نحوه پذیرش و برخورد با گردشگر گرفته تا استانداردهای اقامت، تغذیه، حمل‌ونقل، راهنمایی، ایمنی و پاسخ‌گویی را در بر می‌گیرد. اگر تجربه گردشگر با ضعف خدمات همراه شود، حتی غنی‌ترین جاذبه‌ها نیز نمی‌توانند رضایت گردشگران را جلب کنند. از این رو، آموزش مستمر و تخصصی نیروی انسانی کسب‌وکارها، ارتقای سطح علمی و فرهنگی فعالان زنجیره گردشگری، تدوین استانداردهای حرفه‌ای، نظارت بر اجرای آنها و تطبیق با معیارهای ملی و بین‌المللی، همگی برای تضمین کیفیت تجربه ضروری هستند. به بیان دیگر، بخش عرضه زمانی به درستی شکل می‌گیرد که بتواند هم‌زمان «زیرساخت مناسب»، «فرایند منسجم» و «خدمت باکیفیت» را در اختیار گردشگر قرار دهد.

در سوی دیگر بخش تقاضا قرار دارد که بدون آن، ظرفیت‌های ایجاد شده در بخش بلا استفاده می‌ماند. تقاضا در این الگو، صرفاً به معنای حضور فیزیکی گردشگر نیست، بلکه مجموعه‌ای از ادراکات، انگیزه‌ها، ترجیحات، احساسات، الگوهای رفتاری و واکنش‌های بازار را شامل می‌شود. نخستین مؤلفه در این بخش، «بازارسازی و ایجاد تقاضا» است که به شناسایی، هدف‌گیری و جذب گردشگران بالقوه مربوط می‌شود. در دنیای امروز، بازار گردشگری به شدت رقابتی و متنوع شده است و دیگر نمی‌توان با رویکردهای کلی و عمومی، انتظار جذب دائمی گردشگر را صرفاً به واسطه فراهم کردن زیرساخت‌ها داشت. بنابراین، لازم است روندهای بازار به طور مستمر رصد شوند، بخش‌های مختلف مشتریان از نظر سن، انگیزه سفر، سطح درآمد، سبک مصرف و ترجیحات فرهنگی شناسایی شوند و براساس آنها اقدامات مناسب برای بازاریابی هدفمند طراحی گردد. در کنار این مؤلفه، دو مؤلفه «امنیت و تصویر ذهنی» و «تحلیل رفتار مشتری» قرار می‌گیرد که نقشی تعیین‌کننده در موفقیت یا شکست توسعه گردشگری مقصد دارد. گردشگر پیش از سفر، مقصد را نه فقط از خلال جاذبه‌ها، بلکه از طریق تصویری که در ذهن او شکل گرفته ارزیابی می‌کند. این تصویر ذهنی می‌تواند متأثر از رسانه‌ها، تجربه دیگران، تبلیغات، روایت‌های فرهنگی، شرایط سیاسی و اجتماعی و حتی شایعات باشد. اگر مقصدی تصویر مطلوبی نداشته باشد، حتی با وجود ظرفیت‌های غنی نیز در جذب تقاضا با چالش مواجه می‌شود. بنابراین ویژندسازی مقصد، اصلاح ادراکات منفی و تحلیل بازخوردهای گردشگران پس از سفر، از عناصر اساسی این بخش به شمار می‌آیند.

برای آنکه میان مقصد و بازار پیوندی اثر بخش برقرار شود، وجود یک لایه پیونددهنده ضروری است که وظیفه اصلی آن تسهیل تعامل میان ارائه‌دهندگان خدمت و گردشگران است؛ به گونه‌ای که از یک سو، گردشگران بتوانند با جاذبه‌ها و کسب‌وکارهای فعال در مقصد آشنا شوند و از سوی دیگر، ارائه‌دهندگان خدمت نیز بتوانند مشتریان هدف خود را بیابند و محصولاتشان را عرضه کنند. این پیوند در عمل در قالب دوسازوکار اصلی صورت می‌گیرد: نخست، سازوکار «بازار غیرهوشمند» که بر روش‌های سنتی و واسطه‌های انسانی متکی است. در این



شیوه، آژانس‌های مسافرتی و مجریان گشت نقش کلیدی ایفا می‌کنند و گردشگران برای شناسایی مقصد و انتخاب مسیر سفر، عمدتاً به مراجعه حضوری به دفاتر خدمات مسافرتی، مطالعه بروشورهای چاپی، و یا توصیه‌های شفاهی دوستان و راهنمایان وابسته هستند؛ از این رو، ارائه‌دهندگان خدمات نیز برای یافتن مشتری، بخش عمده‌ای از انرژی و منابع خود را بر شرکت در نمایشگاه‌ها و رویدادهای فیزیکی بین‌المللی متمرکز می‌کنند تا از طریق ارتباطات مستقیم و چهره‌به‌چهره، جایگاه خود را در بازار تثبیت کنند. در کنار آن، سازوکار «فناوری، داده و هوشمندسازی» قرار دارد. این سازوکار از طریق سکوه‌های رزرو برخط، سامانه‌های اطلاع‌رسانی یکپارچه و تحلیل کلان‌داده‌ها بستری را فراهم کرده‌اند که گردشگران در هر لحظه و مکان به خدمات کسب‌وکارهای مقصد دسترسی داشته باشند و از سوی دیگر، مدیران مقصد با رصد دقیق رفتار بازار و تحلیل داده‌های رفتاری، مشتریان واقعی خود را بتوانند شناسایی کنند.

فراتر از همه این اجزا، لایه «حکمرانی و سیاستگذاری» قرار دارد. این لایه همچون چتری کلان بر تمامی مؤلفه‌های سیستم سایه دارد و وظیفه آن ایجاد جهت‌گیری مشترک، هماهنگی نهادی و انسجام راهبردی میان همه اجزای این الگو است. توسعه گردشگری بدون حکمرانی مؤثر، معمولاً به مجموعه‌ای از اقدامات جزیره‌ای، ناپایدار و گاه متعارض تبدیل می‌شود. از این رو، وجود سیاستگذاری روشن، قوانین تسهیلگر، نهادهای هماهنگ‌کننده و سازوکارهای مشارکت‌ذی‌نفعان، پیش‌شرط موفقیت کل اجزای الگوی مذکور است. اهمیت این سطح در آن است که جهت کلی حرکت سیستم را مشخص می‌کند و اجازه نمی‌دهد که اجزای مختلف، هریک در مسیر مستقل و گاه متناقض حرکت کنند. اکنون، می‌توان ظرفیت‌های سازمان همکاری‌های شانگهای در زمینه گردشگری، براساس آنچه در سند «برنامه همکاری‌های گسترش یافته گردشگری سازمان همکاری‌های شانگهای» آمده، مورد بررسی قرار داد.

۲-۶. ظرفیت‌های سازمان شانگهای براساس الگوی توسعه گردشگری

تطبیق بخش سوم سند «برنامه همکاری‌های گسترش یافته گردشگری سازمان همکاری‌های شانگهای» با الگوی مطلوب توسعه گردشگری که پیشتر تبیین شد، نشان می‌دهد ظرفیت‌های مستقیم این سازمان برای توسعه گردشگری کشور، بر پنج مؤلفه اصلی حکمرانی و سیاستگذاری؛ اتصال کریدوری و منطقه‌ای؛ فناوری، داده و هوشمندسازی؛ بازار غیرهوشمند؛ و امنیت و تصویر ذهنی متمرکز است. این امر بیانگر آن است که ظرفیت‌های مستقیم سازمان همکاری‌های شانگهای، هم سطح حکمرانی و سیاستگذاری و هم سطح واسط میان عرضه و تقاضای گردشگری را به‌طور جامع پوشش می‌دهد. افزون بر این، در بند پنجم سند، ظرفیت‌هایی غیرمستقیم در حوزه تأمین مالی و سرمایه‌گذاری و در بند چهارم، ظرفیت‌هایی مرتبط با بازاریابی و تحلیل رفتار گردشگران قابل مشاهده است.

جدول ۶. ظرفیت‌شناسی سازمان همکاری شانگهای برای توسعه گردشگری کشورهای عضو اصلی

ارزیابی نهایی	آشکال همکاری‌ها								مؤلفه‌های الگوی مطلوب توسعه گردشگری	سطح الگو
	بند «۸»	بند «۷»	بند «۶»	بند «۵»	بند «۴»	بند «۳»	بند «۲»	بند «۱»		
				✓		✓	✓		حکمرانی و سیاستگذاری	سطح حکمرانی
									زیرساخت سخت	سطح عرضه
				✓					تأمین مالی و سرمایه‌گذاری	
			✓						اتصال کردوری و منطقه‌ای	
									پایداری و تاب‌آوری	
									تجربه محصول	
									کیفیت خدمات	سطح واسطه میان عرضه و تقاضا
		✓			✓				فناوری، داده و هوشمندسازی	
								✓	بازار غیرهوشمند	سطح تقاضا
									بازارسازی و ایجاد تقاضا	
	✓								امنیت و تصویر ذهنی	
					✓				تحلیل رفتار مشتری	

مأخذ: نگارنده.

۱. در ستون ارزیابی نهایی، برای مؤلفه‌های ذکر شده در هر ردیف، رنگ سبز به معنای ظرفیت مستقیم، رنگ زرد به معنای ظرفیت غیر مستقیم و رنگ قرمز به معنای عدم ظرفیت است.



نکته حائز اهمیت این است که بیش از ۶۰ درصد از مؤلفه‌های مرتبط با بخش عرضه از الگوی مطلوب توسعه گردشگری، در این سند پوشش داده نشده است. به عبارت دیگر، در خصوص مؤلفه‌های زیرساخت سخت، تاب‌آوری، تجربه محصول و کیفیت خدمات، هیچ‌گونه سخنی به میان نیامده است. همچنین در سطح تقاضا نیز، مؤلفه بازاریابی و ایجاد تقاضا نادیده گرفته شده است. مجموع این توضیحات بیانگر آن است که ظرفیت سازمان همکاری‌های شانگهای برای توسعه گردشگری کشورها، گسترش و تعمیق همکاری کشورهای عضو اصلی آن و کسب‌وکارهای گردشگری و تسهیل و تسریع تردد گردشگران میان کشورهای عضو اصلی است. از این‌رو نمی‌توان قبل از جذب سرمایه‌گذاری، مشارکت در ایجاد زیرساخت و بازاریابی برای گردشگری کشورها را از آن انتظار داشت.

۷. بررسی عملکرد ایران در بهره‌مندی از ظرفیت‌های سازمان همکاری‌های شانگهای در حوزه گردشگری



پس از تبیین الگوی مطلوب توسعه گردشگری و ظرفیت‌شناسی سازمان همکاری‌های مبتنی بر آن، ضروری است کارنامه اجرایی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در بهره‌مندی از ظرفیت‌های گردشگری سازمان مذکور به عنوان دستگاه اصلی کشور در این خصوص، مورد بررسی قرار گیرد. این امر به جهت آن است که مشخص شود از زمان ارتقای جایگاه ایران به عنوان عضو اصلی سازمان همکاری‌های شانگهای، کشور چه گام‌های عملیاتی مؤثری در این عرصه برداشته است. در همین راستا، جدول ۷ به ارائه اقدامات عملیاتی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در ارتباط با سازوکارهای سازمان همکاری‌های شانگهای می‌پردازد [۹]. براساس این جدول، غالب اقدامات این وزارتخانه مربوط به مؤلفه حکمرانی و سیاستگذاری بوده و ذیل نشست‌های عمومی سالانه سازمان همکاری‌های شانگهای در حوزه گردشگری از جمله شرکت در نشست‌های اعضای این سازمان در سال ۱۴۰۲ در چین، در سال ۱۴۰۳ در روسیه و قزاقستان و سایر موارد بوده است. این موضوع به معنای آن است که اقدامات ایران تاکنون غالباً رویکردی انفعالی داشته و محدود به مشارکت فیزیکی یا مجازی در نشست‌های سالانه و دوره‌ای بوده است. درواقع، برنامه راهبردی مؤثر، طرح مبتکرانه و یا پیشنهاد پیش‌دستانه‌ای از سوی کشور به سازمان همکاری‌های شانگهای ارائه نشده است. با این حال حضور و کسب رتبه اول در «جشنواره خوراک سازمان همکاری‌های شانگهای» اقدام قابل تقدیر وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی بوده که با هدف بهبود بازنمایی و برند گردشگری ایران صورت گرفته است.

جدول ۷. اقدامات ایران در سازمان همکاری‌های شانگهای در حوزه گردشگری [۹]

ردیف	اقدام	مؤلفه مربوطه از الگوی توسعه گردشگری مطلوب
۱	حضور در نشست سازمان همکاری‌های شانگهای مورخ آذر ۱۴۰۳ در شهر مسکو در روسیه	حکمرانی و سیاستگذاری
۲	شرکت در «جشنواره خوراک سازمان همکاری‌های شانگهای» و کسب رتبه اول مورخ خرداد ۱۴۰۳ در شهر آلماتی در قزاقستان	بازار غیرهوشمند
۳	شرکت در همایش «سال گردشگری ۲۰۲۳» سازمان شانگهای مورخ آذر ۱۴۰۲ در شهر اورومچی در چین	حکمرانی و سیاستگذاری
۴	حضور در نشست بررسی سند همکاری‌های گردشگری مورخ دی ۱۴۰۲ به صورت مجازی	حکمرانی و سیاستگذاری
۵	حضور در نشست رؤسای سازمان‌های گردشگری و کارگروه تخصصی مورخ خرداد ۱۴۰۳ در آلماتی در قزاقستان	حکمرانی و سیاستگذاری
۶	مشارکت در طرح «اماکن معنوی سازمان همکاری‌های شانگهای» از طریق ارسال تصاویر و فیلم‌های مرتبط با اماکن معنوی ایران مورخ بهمن ۱۴۰۲ به صورت مجازی	امنیت و تصویر ذهنی
۷	حضور در نشست‌های دوره‌ای کارشناسان ارشد گروه گردشگری به صورت مجازی	حکمرانی و سیاستگذاری

لازم به ذکر است که سایر اعضای اصلی از طریق پیشنهاد طرح‌های مبتکرانه در برگزاری رویدادها و مسیرهای گردشگری مشترک و تلاش برای درج اولویت‌های خود در اسناد اجرایی، نقش بیشتری در جهت‌دهی به همکاری‌ها ایفا کرده‌اند. در این زمینه، می‌توان به اقدام کشور چین در راه‌اندازی «مرکز نمایشگاه بین‌المللی مروارید سازمان همکاری‌های شانگهای»^۱ در سال ۲۰۲۲ در شهر چینگ‌دائو به عنوان مقرر برگزاری نمایشگاه‌های فرهنگی، جشنواره‌های هنری و نشست‌های چندجانبه میان مجریان گشت و سرمایه‌گذاران کشورهای عضو اصلی اشاره کرد [۱۰]. بررسی‌ها حاکی از آن است که کشورهای ازبکستان، روسیه، هند و قزاقستان دارای دفاتر رسمی و غرفه‌های دائمی در این مرکز نمایشگاهی هستند. با این حال تاکنون ایران، هیچ‌گونه نقشی در این مجموعه نمایشگاهی ایفا نکرده است.

1. Qingdao SCO Pearl International Expo Center

شکل ۳. مرکز نمایشگاه بین‌المللی مروارید سازمان همکاری‌های شانگهای



مأخذ: نگارنده.

اقدام دیگر، استفاده کشورهای عضو اصلی از ظرفیت ابتکار «پایتخت گردشگری و فرهنگی سازمان شانگهای» است. کشور هند موفق شد تا برای دوره یک‌ساله ۲۰۲۲ الی ۲۰۲۳، سازمان همکاری‌های شانگهای شهر واراناسی را به‌عنوان پایتخت گردشگری اعضای اصلی سازمان شانگهای معرفی کند [۱۱]. هند با استفاده از این ظرفیت، ضمن میزبانی از برگزاری اجلاس وزرای گردشگری و مقامات ارشد سازمان شانگهای در سال ۲۰۲۳، در بازه یک‌ساله، اقدام به برگزاری رویدادهایی از جمله «جشنواره غذاهای سنتی کشورهای عضو»، «نمایشگاه صنایع دستی و هنرهای سنتی کشورهای عضو» و «جشنواره فیلم‌های فرهنگی - هنری کشورهای عضو» سازمان شانگهای کرد [۱۱]. نکته قابل تأمل آن است که، شهر واراناسی در میان مثلث سنتی گردشگری هند (شامل شهرهای آگرا، دهلی و جیپور) که به‌صورت سنتی دارای گردشگر است، قرار ندارد [۱۲]. هندی‌ها حتی به سراغ انتخاب شهری مانند دهلی نیز به‌عنوان پایتخت گردشگری کشورهای عضو سازمان نرفته‌اند. دلیل این امر آن است که هند به دنبال ایجاد قطب جدید گردشگری در مقاصد دیگر این کشور با استفاده از ظرفیت‌های سازمان همکاری‌های شانگهای است. علاوه بر تجربه واراناسی، می‌توان به تجربه شهر آلماتی کشور قزاقستان که در بازه یک‌ساله ۲۰۲۳ الی ۲۰۲۴ به‌عنوان پایتخت گردشگری و فرهنگی سازمان شانگهای انتخاب شد نیز قابل توجه است. در آلماتی نیز، ضمن میزبانی از برگزاری اجلاس وزرای گردشگری و مقامات ارشد سازمان شانگهای در سال ۲۰۲۴، اقدام به برگزاری رویداد «مسابقات بین‌المللی ورزشی ماراتن کشورهای عضو»، «جشنواره غذاهای سنتی عشایر»، «برگزاری تورهای ویژه گردشگری عشایر» و «جشنواره موسیقی سنتی کشورهای آسیای میانه» کرد.

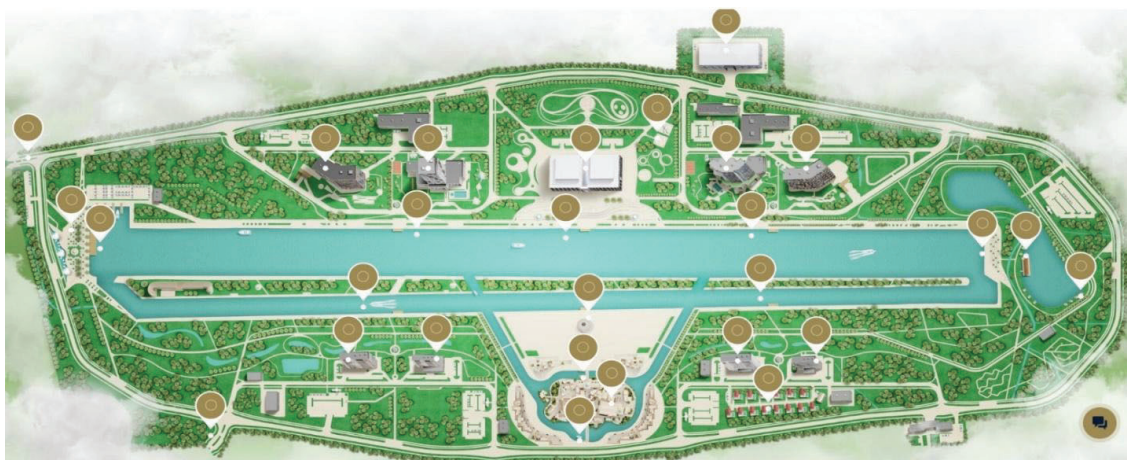
شکل ۴. نمایی از شهرهای آلماتی قزاقستان (تصویر سمت راست) و واراناسی هند (تصویر سمت چپ)



مأخذ: همان.

یکی دیگر از ابتکارات سایر اعضا، طرح مسیر گردشگری «جاده ابریشم سمرقند»^۱ از سوی کشور ازبکستان است [۱۳]. هدف از این طرح، برگزاری تورهای گردشگری چندمقصدی و مشترک میان اعضای اصلی سازمان همکاری شانگهای با محوریت شهر سمرقند ازبکستان بوده است. نکته قابل توجه آن است که این کشور، به منظور اجرای طرح مذکور، اقدام به احداث طرح زیرساختی - خدماتی «مرکز بین‌المللی گردشگری جاده ابریشم سمرقند» در یک سایت ۲۶۰ هکتاری در اطراف کانال قایقرانی شهر سمرقند کرد. این مرکز در اوت سال ۲۰۲۲ (مرداد سال ۱۴۰۱) توسط رئیس‌جمهور ازبکستان افتتاح شد و یک ماه بعد در سپتامبر ۲۰۲۲ (شهریور سال ۱۴۰۱) میزبان اجلاس سران سازمان همکاری شانگهای بود [۱۳]. این موضوع نشان از رویکرد ازبکستان مبنی بر ارائه طرح همراه با اقدام عملی برای بهره‌مندی از ظرفیت‌های سازمان همکاری شانگهای دارد.

شکل ۵. تصاویری از «مرکز بین‌المللی گردشگری جاده ابریشم سمرقند» (تصویر سمت راست نمایی از بخش اقامتی مرکز؛ تصویر سمت چپ نمایی از بخش تفریحی؛ خدماتی و همایشی مرکز؛ و تصویر پایین نمایی از نقشه راهنمای مرکز)



مأخذ: همان.

از دیگر ابتکارات سایر اعضای اصلی سازمان همکاری شانگهای، طرح «عجایب هشت گانه سازمان همکاری شانگهای» به منظور ایجاد ویزند مشترک میان اعضای سازمان بوده است [۱۴]. طرح مذکور در سال ۲۰۱۹ با پیشنهاد اعضای اصلی این سازمان مطرح شد و با پیگیری آن از سوی دبیرخانه سازمان در ابتدای سال ۲۰۲۰ به صورت رسانه‌ای از آن رونمایی شد. در این طرح، هشت جاذبه گردشگری برجسته از هشت کشور عضو اصلی سازمان همکاری شانگهای شامل مجسمه اتحاد در هند، مجموعه امپراتوری کاخ دامینگ در چین، چشم‌انداز باستان‌شناختی تامگالی در قزاقستان، دریاچه ایسک کول در قرقیزستان، میراث مغولی لاهور در پاکستان، حلقه طلایی در روسیه، کاخ نوروز در تاجیکستان و مجموعه پای کلان در ازبکستان، تحت یک ویزند مشترک به عنوان عجایب هشت گانه کشورهای عضو آن سازمان معرفی شدند [۱۴].

شکل ۶. عجایب هشت گانه کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای



مأخذ: همان.

نکته حائز اهمیت این است که کشورهای هند، چین و روسیه که از نظر توسعه گردشگری، در وضعیت مناسبی قرار دارند، به سراغ انتخاب جاذبه‌ای برای ویژندسازی رفته‌اند که نسبت به سایر جاذبه‌های آن کشور، کمتر دیده شده است. به عنوان مثال، کشور روسیه به جای انتخاب مسکو و سنت پترزبورگ، حلقه طلایی^۱ را به عنوان جاذبه بر جسته خود در میان عجایب هشت گانه انتخاب کرده است. این موضوع، همان رهیافتی است که در انتخاب شهر واراناسی توسط هند به عنوان پایتخت گردشگری کشورهای عضو سازمان شانگهای نیز دیده شد. در نقطه مقابل این رویکردهای فعالانه، جمهوری اسلامی ایران با وجود ارتقا به جایگاه عضویت اصلی^۲، تاکنون هیچ ابتکار عمل عملیاتی از خود نشان نداده و طرح پیش‌دستانه‌ای برای نهادینه کردن منافع گردشگری خود در این سازوکار ارائه نکرده است. تقلیل سطح مشارکت به حضور فیزیکی صرف و ایراد سخنرانی‌های عمومی در نشست‌های رسمی سازمان، بدون ارائه پیوست‌های اجرایی و طرح‌های ملموس، عملاً هیچ دستاورد و فایده‌ای برای بهره‌مندی از ظرفیت‌های این سازمان برای توسعه گردشگری کشور به همراه ندارد. از این رو، این حضور تشریفاتی در رویدادها رانمی‌توان به عنوان کارنامه و عملکرد مثبت وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در چارچوب سازمان همکاری شانگهای به حساب آورد؛ چرا که بهره‌مندی از این ظرفیت منطقه‌ای، نیازمند گذار از حضور رسمی به نقش‌آفرینی مؤثر، ارائه طرح‌های اجرایی و چانه‌زنی برای تصویب آنها در اسناد بالادستی سازمان است.

۸. جمع‌بندی و پیشنهادها

بررسی سند «برنامه همکاری‌های گسترش یافته گردشگری سازمان همکاری شانگهای» نشان می‌دهد که سطوح حکمرانی و سیاستگذاری به همراه مؤلفه‌های واسط میان عرضه و تقاضای گردشگری به شکل قابل توجهی مورد نظر قرار گرفته است. لازم به ذکر است؛ بیش از ۶۰ درصد از مؤلفه‌های مرتبط با بخش عرضه الگوی مطلوب توسعه گردشگری مورد تأکید سند واقع نشده است. به عبارت دیگر، در خصوص مؤلفه‌های زیرساخت سخت، تاب‌آوری، تجربه محصول و کیفیت خدمات تأکیدی صورت نگرفته است. همچنین در سطح تقاضا نیز، مؤلفه بازارسازی و ایجاد تقاضا نادیده گرفته شده است. این بدان معناست که ظرفیت سازمان فوق برای توسعه گردشگری کشورهای عضو اصلی آن، بر گسترش و تعمیق همکاری کشورهای کشورها و کسب‌وکارهای گردشگری و تسهیل و تسریع تردد گردشگران میان اعضای مذکور است. از این رو جذب سرمایه‌گذاری، مشارکت در ایجاد زیرساخت و بازارسازی برای گردشگری کشورها در زمینه این سند قابل پیگیری نیست.

بررسی اقدامات وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به عنوان نماینده جمهوری اسلامی ایران در حوزه گردشگری این سازمان نشان می‌دهد که تاکنون وزارتخانه مذکور هیچ ابتکار عمل عملیاتی و طرح پیش‌دستانه‌ای برای بهره‌مندی از ظرفیت‌های گردشگری این سازمان ارائه نکرده است. به بیان دیگر، فعالیت‌های گزارش شده حاکی از تقلیل سطح مشارکت به حضور فیزیکی صرف و ایراد سخنرانی‌های عمومی در نشست‌های رسمی سازمان، بدون ارائه پیوست‌های اجرایی و طرح‌های ملموس است که عملاً دستاورد عملیاتی مؤثری برای توسعه گردشگری ورودی به کشور به همراه نداشته است.

بنابراین، بهره‌مندی مؤثر از این سند، مستلزم عبور از رویکرد کلی و نمادین به سوی اجرایی، هدفمند و مبتنی بر ظرفیت‌ها و سازوکارهای موجود سازمان است. در همین چارچوب، با توجه به ظرفیت‌های مصرح در سند مذکور و نیز قابلیت‌های کشور در حوزه گردشگری، در ادامه مجموعه‌ای از پیشنهادها ارائه می‌شود که هدف آنها بهره‌مندی کشور از ظرفیت‌های یاد شده و تقویت جایگاه ایران در سازمان همکاری شانگهای در حوزه گردشگری است.

۱. «حلقه طلایی»، مجموعه شهرهای تاریخی و مذهبی در شمال شرقی مسکو شامل شهرهای رگنی، یاساد، پرسلاول، زالسکی، راستوف، یاراسلاو، کاستروما، ایوانوا، سوزدال و ولادیمیر است.
۲. در تاریخ ۲۶ شهریور ۱۴۰۰، سران هشت کشور عضو اصلی سازمان همکاری شانگهای، نظر موافق خود را با تبدیل عضویت جمهوری اسلامی ایران از عضو ناظر به عضو اصلی اعلام و اسناد مربوط به آن را امضا کردند و بر این اساس فرایند فنی تبدیل عضویت ایران آغاز شد. با انجام فرایند فنی و انجام تعهدات رویه‌ای در روند تبدیل عضویت کشورمان، «قانون الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به سازمان همکاری شانگهای» در روز ۴ بهمن ۱۴۰۱ در مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۵ بهمن به تأیید شورای نگهبان رسید. آیت الله دکتر رئیسی (رئیس جمهور شهید ایران) نیز ۱۸ بهمن ۱۴۰۱ قانون الحاق ایران به سازمان همکاری شانگهای را برای اجرا ابلاغ کرد.

جدول ۸. پیشنهاد‌های بهره‌مندی جمهوری اسلامی ایران از ظرفیت‌های سازمان همکاری‌های شانگهای در حوزه گردشگری

دستگاه همکار	دستگاه متولی	اقدامات پیشنهادی	بند مرتبط در سند	مؤلفه گردشگری	سطح الگو	اولویت
دستگاه همکار - وزارت امور خارجه - وزارت امور اقتصادی و دارایی - وزارت راه و شهرسازی - نمایندگان بخش خصوصی	فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	ایجاد «دفترخانه ملی گردشگری سازمان همکاری‌های شانگهای» به‌عنوان یک ساختار دائمی و فرابخشی در وزارت میراث فرهنگی (با حضور نمایندگان وزارت خارجه، وزارت اقتصاد و بخش خصوصی) برای تدوین مستمر لوائح و طرح‌های پیشنهادی پیش از اجلاس‌های سالانه سازمان.				
وزارت امور خارجه	فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی وزارت میراث	تدوین و ارائه پرونده «پایتخت گردشگری شانگهای» به‌منظور اعلام آمادگی و نامزدی رسمی یکی از شهرهای ایران (به‌ویژه شهرهای یزد، مشهد و تبریز که هم‌زیرساخت‌های لازم دارند؛ هم به‌شدت مشهد و اصفهان شهرت جهانی ندارند) برای کسب عنوان پایتخت فرهنگی و گردشگری کشورهای عضو شانگهای در بازه ۲۰۲۶ الی ۲۰۲۸.				
وزارت امور خارجه - معاونت حقوقی رئیس‌جمهور وزارت امور اقتصادی و دارایی - سازمان هلال احمر کشور	فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی وزارت میراث	تدوین و پیشنهاد یک سند حقوقی مشترک تحت عنوان سند «پروتکل مدیریت بحران و امنیت گردشگران کشورهای عضو سازمان شانگهای» به‌منظور امدادسانی سریع، بیمه‌های درمانی یکپارچه و تلاش برای متوقف نشدن جریان گردشگری میان کشورهای عضو در زمان بحران‌های طبیعی و جنگ.	بند‌های ۲، ۳ و ۵ در بخش آشکال همکاری‌ها	سیاست‌گذاری و حکمرانی	سطح حکمرانی	اول
وزارت کشور	فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی وزارت امور خارجه - فرماندهی نیروی انتظامی کشور	تدوین و پیشنهاد طرح تأسیس یک کارگروه تخصصی در ساختار سازمان همکاری‌های شانگهای برای صدور روایید واحد گروهی با نشان سازمان، براساس این طرح، تورهایی چندمقصدی پس از تأیید توسط این کارگروه مرجع در سازمان، نیازی به طی کردن روند اخذ روایید از تک‌تک کشورهای مقصد نخواهند داشت و با یک مجوز یکپارچه در سطح کشورهای عضو سفر خواهند کرد.				

دستگاه همکار	دستگاه متولی	اقدامات پیشنهادی	بند مرتبط در سند	مؤلفه گردشگری	سطح الگو	اولویت
- وزارت امور اقتصادی و دارایی - وزارت امور خارجه - وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات	وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	تدوین و پیشنهاد راه‌اندازی یک سکوی مجازی مشترک میان کشورهای عضو اصلی که به‌عنوان بستر مرکزی برای تبلیغات و ارائه خدمات توسط آژانس‌های مسافرتی و مراکز اقامتی عمل کند. هدف از راه‌اندازی این سکوا این است که امکان معرفی مقاصد و رزرو مستقیم تورهای گروهی (به‌ویژه تورهای چندمقصدی) و اقامتگاه‌ها را فراهم شود. در این سکو می‌توان این امکان را نیز فراهم کرد که جهت تسهیل ترانزیتی‌ها، خدمات بر مبنای ارزشهای پرکاربرد منطقه (مانند پیان چین و روبل روسیه) قیمت‌گذاری شده و با دریافت بخشی از هزینه به‌عنوان پیش‌پرداخت در زمان رزرو و برخط، تسویه مابقی مبلغ به‌صورت حضوری پس از ورود گردشگر به مقصد انجام می‌شود.	بند‌های «۴» و «۷» در بخش آشکال همکاری‌ها	فناوری، داده و هوشمندسازی	سطح واسطه میان عرضه و تقاضا	دوم
- وزارت امور خارجه - وزارت امور اقتصادی و دارایی - دبیرخانه شورای عالی منطقه آزاد	- وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی - سازمان بنادر و دریانوردی	تدوین و پیشنهاد ابتکار «مثلث گردشگری دریامحور دریای کاسپین» با ویژگی «خزر؛ دروازه گردشگری دریایی شانگهای». پیشنهاد می‌شود، این طرح با محوریت سه کشور ساحلی دریای خزر به‌عنوان اعضای اصلی سازمان همکاری شانگهای (شامل کشورهای ایران، روسیه و قزاقستان) و با هدف جذب مشارکت سرمایه‌گذاری سایر اعضای این سازمان طراحی و پیاده‌سازی شود. براساس این ایده، می‌توان سه قطب گردشگری دریایی شامل شهرهای بندری «بندر ترکمن در ایران»، «آستراخان در روسیه» و «آکتائو» در قزاقستان، تعریف و شبکه‌سازی کرد. این قطب‌ها می‌توانند از طریق راه‌اندازی خطوط کشتیرانی تفریحی مانند کروز^۴ و یات^۵، مشترک به یکدیگر متصل شده و برنامه‌های گردشگری دریایی چندمقصدی را با تسهیلات ویژه (نظیر تخفیف‌ها و روادید ویژه فرودگاهی یا لغو روادید) به‌تمامی گردشگران کشورهای عضو شانگهای ارائه دهند. همچنین در این طرح می‌توان با جلب مشارکت کنسرسیوم‌های سرمایه‌گذاری کشورهای عضو سازمان، زیرساخت‌های رفاهی مشترکی در این سه بندر توسعه داد تا اعضای محصور در خشکی (مانند ازبکستان، قرقیزستان و تاجیکستان) نیز بتوانند از این پایگاه‌ها به‌عنوان مقاصد اختصاصی گردشگری دریایی برای شهرت‌انداز خود بهره‌مند شوند.	بند «۶» در بخش آشکال همکاری‌ها	اتصال گردشگری و منطقه‌ای	سطح عرضه	سوم
- وزارت امور خارجه - فرماندهی نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران - وزارت کشور	- وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی - کانون جهانگردی و اتومبیل‌رانی جمهوری اسلامی ایران	تدوین و پیشنهاد برگزاری تورهای اتومبیل‌رانی و موتورسواری مشترک به‌صورت سالانه در امتداد مسیر کریدورهای ترانزیتی کشورهای عضو اصلی (مسیر هند - پاکستان - ایران، مسیر چین - پاکستان - ایران و سایر مسیرها). هدف از این ابتکار، جلب توجه رسانه‌های بین‌المللی به امنیت، جذابیت و ظرفیت‌های مسیرهای زمینی میان کشورهای عضو و همچنین تقویت دیپلماسی عمومی و ارتباطات فرهنگی در قالب گردشگری ماجراجویانه و ورزشی است.				

دستگاه همکار	دستگاه متولی	اقدامات پیشنهادی	بند مرتبط در سند	مؤلفه گردشگری	سطح الگو	اولویت
- وزارت امور خارجه - وزارت صنعت، معدن و تجارت	وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	تدوین و پیشنهاد ابتکار برگزاری «نمایشگاه و جشنواره سالانه و بین‌المللی صنایع دستی و سوغات» ویژه کشورهای عضو سازمان همکاری شانگهای به‌صورت دوره‌ای و چرخشی؛ با معرفی شهر اصفهان (با توجه به برند جهانی آن در هنرهای سنتی) به‌عنوان «دبیر خانه دائمی این رویداد در سازمان شانگهای»	بند اول در بخش اشکال همکاری‌ها	غیرهوشمند بازار	سطح واسطه و میان‌عرضه و تقاضا	چهارم
	وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	پیشنهاد تأسیس و راه‌اندازی «پایگاه دائمی معرفی گردشگری و صنایع دستی ایران» در مرکز نمایشگاه‌های بین‌المللی مروارید شانگهای (شهر چینگ‌دانگو در چین)، هدف از این اقدام، ایجاد یک فضای دائمی است که از یک‌سوی با ارائه تجربه ملموس فرهنگی شامل نمایش هنر، عرضه صنایع دستی فاخر و توزیع اقلام ترویجی به جذب مخاطب عام پرداخته و از سوی دیگر، با استقرار «میز دائم مذاکرات تجاری»، بستری بی‌واسطه برای توسعه تعاملات تخصصی ^۱ و عقد قرارداد میان آژانس‌های مسافرتی کشور با سایر کشورهای عضو اصلی سازمان همکاری شانگهای فراهم می‌آورد.				
- وزارت امور خارجه - سازمان صدا و سیما	وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	تدوین و پیشنهاد تفاهم‌نامه‌های رسانه‌ای با شبکه‌های ملی کشورهای عضو (به‌ویژه شبکه‌های رسانه‌ای چین و روسیه) برای تولید مستندهای مشترک با محوریت «سفر در جاده ابریشم». هدف از این اقدام، مقابله با ایران‌هراسی شکل گرفته از سوی رسانه‌های غربی و بازتولید تصویر ایران به‌عنوان مقصدی امن است.	بند «۸» در بخش اشکال همکاری‌ها	امنیت و تصویر ذهنی	سطح تقاضا	پنجم
- وزارت امور خارجه - وزارت امور اقتصاد و دارایی - معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان	وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	تدوین و پیشنهاد برگزاری رویداد چرخشی «مجمع سالانه فناوری‌ها و نوآوری‌های گردشگری شانگهای» که ایران میزبانی اولین دوره را بر عهده گیرد. این رویداد از طریق برگزاری نشست‌ها و ارائه‌ها، زمینه را برای اتصال بی‌واسطه استارت‌آپ‌ها و سکوهاي گردشگری دانش‌بنیان داخلی به سرمایه‌گذاران کشورهای عضو سازمان شانگهای و شرکت‌های بزرگ فناوری آن کشورها فراهم می‌آورد.	بند «۵» در بخش اشکال همکاری‌ها	تأمین مالی و سرمایه‌گذاری	سطح عرضه	ششم



- [1] Aris, S. (2011). Eurasian Regionalism: The Shanghai Cooperation Organization. Palgrave] Macmillan.
- [2] Zhao, H. (2020). "The SCO at 20: The evolution of its security and economic agenda". Journal of Eurasian Studies.
- [3] <https://eng.sectsco.org/images/07e8/0c/14/1626064.pdf>
- [4] Wang, J. (2023). "Tourism Cooperation in the SCO Region: Prospects and Challenges". International Journal of Tourism Policy.
- [5] Kassenova, N. (2025). "Cultural Diplomacy within the SCO: Beyond Security". Central Asian Survey.
- [۶] استعلام از وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در خصوص وضعیت گردشگری ورودی و خروجی ایران طی سال‌های ۱۴۰۰ الی ۱۴۰۴ به شماره نامه ۱۶۶۱۴-۸۲ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۶.
- [7] Gunn, C. A., & Var, T. (2002). Tourism planning: Basics, concepts, cases Routledge.
- [8] Sterman, J. D. (2000). Business dynamics: Systems thinking and modeling for a complex world. McGraw-Hill.
- [۹] جلسه کارشناسی با وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با موضوع ظرفیت‌های سازمان شانگهای برای رونق گردشگری ایران مورخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۳.
- [10] Xinhua News Agency. (2022). SCO Pearl International Expo Center officially opens in Qingdao, China. China-SCO Local Economic and Trade Cooperation Demonstration Area (SCODA) reports.
- [11] Shanghai Cooperation Organisation (SCO) Secretariat. (2022; 2023). Declarations of the Council of Heads of State of the SCO (Samarkand Summit 2022 designating Varanasi, and New Delhi Summit 2023 designating Almaty as Cultural and Tourism Capitals).
- [12] <https://www.alibaba.ir/mag/india/best-cities-in-india/>
- [13] Uzbekistan National News Agency (UzA). (2022). Opening of the "Silk Road Samarkand" International Tourist Centre built for the 2022 SCO Summit.
- [14] SCO Secretariat. (2020). Presentation of the project "Eight Wonders of the SCO". Official Press Release. Retrieved from the SCO Official Website (eng.sectsco.org).



عنوان: ظرفیت‌شناسی سازمان‌های بین‌المللی برای توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران:
سازمان همکاری‌های شانگهای

DOI: <https://doi.org/10.22034/mrc.report.21818>

Permanent Link: https://report.mrc.ir/article_11852.html

Publisher: Islamic Parliament Research Center of Iran

گزیده سیاستی

ایجاد «دبیرخانه ملی گردشگری سازمان همکاری شانگهای» و ارائه پرونده نامزدی یکی از شهرهای ایران برای کسب عنوان «پایتخت فرهنگی و گردشگری کشورهای عضو شانگهای» از مهم‌ترین راهکارهای بهره‌مندی از سازمان همکاری شانگهای در حوزه گردشگری هستند.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir