

معاون گردشگری استان مطرح کرد؛

غذاهای سنتی یزد ظرفیتی مغفول در توسعه گردشگری ایران

سازگاری ترکیبات غذایی با شرایط اقلیمی گرم و خشک و پیوند برخی غذاها با آیین‌ها و مناسبت‌های مذهبی، از جمله ویژگی‌هایی است که خوراک یزد را از بسیاری مناطق دیگر متمایز می‌کند.

وی با بیان این که غذاها و شیرینی‌های سنتی یزد ظرفیت تبدیل شدن به برندهای گردشگری خوراک را دارند، افزود: غذاهایی مانند قیقه یزدی، آش شولی، کوفته نخودچی، خورش به‌آلو، آشکنه و انواع آبگوشت‌های محلی، در کنار شیرینی‌هایی مانند قطاب، باقلاوا، پشمک، لوز، حاجی‌بادام و نان برنجی یزد، بخشی از سرمایه فرهنگی استان محسوب می‌شوند که می‌توانند در معرفی یزد به گردشگران نقش آفرینی کنند. سالارحسینی با اشاره به ضرورت توجه به ذائقه بازارهای هدف گردشگری، تصریح کرد: برای معرفی غذاهای محلی در سطح بین‌المللی باید علاوه بر حفظ اصالت، شناخت دقیقی از سلیقه و نیاز بازارهای مختلف داشت و متناسب با ویژگی‌های هر منطقه، ظرفیت‌های خوراکی استان را معرفی کرد. وی افزود: به عنوان نمونه، آش شولی به دلیل گیاهی بودن و استفاده از سبزی‌های معطر، می‌تواند برای بازارهایی مانند کشورهای اروپایی، غربی، کانادا و استرالیا، به‌ویژه در میان علاقه‌مندان به غذاهای سالم و گیاهی، جذابیت داشته باشد. معاون گردشگری استان یزد ادامه داد: سبزی و روغن نیز به دلیل استفاده از ادویه‌هایی مانند زیره و رازرانه، می‌تواند با ذائقه کشورهای حوزه خلیج فارس، ترکیه و آسیای مرکزی همخوانی داشته باشد و شیرینی‌هایی مانند قطاب و باقلاوا نیز به دلیل استفاده از مغزها، هل، گلاب و زعفران، ظرفیت حضور در بازارهای مختلف جهانی را دارند. سالارحسینی با اشاره به ظرفیت سایر غذاها و محصولات خوراکی سنتی یزد برای حضور در بازارهای بین‌المللی، اظهار کرد: قیقه یزدی به واسطه طعم ویژه، استفاده از ادویه‌های معطر و پیشینه فرهنگی خود، می‌تواند برای بازار کشورهای خاورمیانه، ترکیه، جمهوری آذربایجان و حوزه بالکان جذاب باشد. وی ادامه داد: آش گندم نیز با توجه به استفاده از غلات کامل و ارزش غذایی بالا، قابلیت معرفی در بازارهایی مانند کشورهای اروپای شمالی، آلمان و کانادا را دارد و مقاومت نیز به دلیل بافت لطیف و بهره‌گیری از عطر گلاب و زعفران، می‌تواند مورد توجه بازارهای شرق آسیا و کشورهای عربی قرار گیرد. معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان با بیان این که برخی محصولات خوراکی سنتی استان قابلیت بالایی برای عرضه در بازارهای جهانی دارند، گفت: ارده یزد با توجه به افزایش گرایش جهانی به سمت غذاهای سالم و گیاهی، از ظرفیت حضور در بازارهای اروپا، آمریکا، کانادا و استرالیا برخوردار است. وی افزود: مشوک نیز به دلیل اصالت بومی و پیشینه فرهنگی خود، می‌تواند برای گردشگرانی که به دنبال تجربه غذاهای محلی هستند، جذاب باشد. همچنین نان خشک یزدی به دلیل ماندگاری بالا و قابلیت بسته‌بندی، امکان عرضه در بازارهای کشورهای حوزه خلیج فارس، آسیای مرکزی و اروپا را دارد.



سالارحسینی با اشاره به ظرفیت‌های استان یزد در حوزه گردشگری خوراک، اظهار کرد: یزد علاوه بر برخورداری از معماری ارزشمند، بافت تاریخی ثبت شده در فهرست میراث جهانی یونسکو و جاذبه‌های فرهنگی متعدد، دارای تنوع قابل توجهی در حوزه غذاها و شیرینی‌های سنتی است که می‌تواند در مسیر توسعه گردشگری خوراک مورد توجه قرار گیرد.

معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان یزد با اشاره به ظرفیت‌های گسترده خوراک سنتی این استان برای تبدیل شدن به برندهای جهانی، گفت: غذا می‌تواند فراتر از یک محصول خوراکی، به تجربه‌ای فرهنگی و عاملی مؤثر در جذب گردشگر تبدیل شود و یزد با برخورداری از تنوع غذایی و شیرینی‌های سنتی، ظرفیت بالایی برای توسعه گردشگری خوراک دارد. سید علیرضا سالارحسینی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به گرامیداشت روز جهانی لازانیا در ۲۹ جولای (۷ مرداد)، اظهار کرد: اگرچه این مناسبت یک روز رسمی در تقویم سازمان ملل محسوب نمی‌شود و بیشتر ریشه در یک رویداد فرهنگی و رسانه‌ای دارد، اما محبوبیت گسترده این غذا باعث شده به یکی از شناخته‌شده‌ترین مناسبت‌های مرتبط با غذا در جهان تبدیل شود. وی افزود: لازانیا به عنوان یکی از نمادهای آشپزی ایتالیا، تنها یک غذای محبوب نیست، بلکه بخشی از هویت فرهنگی و سنت‌های خانوادگی این کشور به شمار می‌رود و پیشینه تاریخی آن در کنار گسترش رستوران‌های ایتالیایی، فعالیت رسانه‌ها و توسعه ارتباطات فرهنگی، زمینه جهانی شدن این غذا را فراهم کرده است.

معاون گردشگری استان با بیان این که جهانی شدن یک غذا حاصل تعامل عوامل مختلف فرهنگی، اقتصادی و گردشگری است، تصریح کرد: برخورداری از پیشینه و هویت فرهنگی، قابلیت سازگاری با ذائقه‌های مختلف، حضور در رسانه‌ها و توسعه گردشگری خوراک از جمله عواملی هستند که می‌تواند یک غذای محلی را به یک برند جهانی تبدیل کنند. سالارحسینی ادامه داد: در این فرآیند، غذا از یک محصول خوراکی فراتر می‌رود و به تجربه‌ای فرهنگی تبدیل می‌شود که می‌تواند زمینه آشنایی گردشگران با سبک زندگی، تاریخ و فرهنگ یک منطقه را فراهم کند. وی با اشاره به جایگاه گردشگری خوراک در صنعت گردشگری جهان، گفت: گردشگری خوراک یا گاسترونومی توریزم یکی از شاخه‌های رو به رشد صنعت گردشگری در دنیاست و امروزه بسیاری از گردشگران، تجربه غذاهای محلی را به عنوان یکی از معیارهای مهم در انتخاب مقصد سفر مورد توجه قرار می‌دهند. معاون گردشگری اداره کل

افزایش نرخ بیکاری یزد به ۶/۳ درصد



شاخص‌های منتشر شده از بازار کار استان توسط مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که استان یزد به رغم افزایش نرخ بیکاری و البته کاهش نسبت اشتغال در فصل بهار ۱۴۰۵، همچنان جزو استان‌های با کمترین بیکاری در کشور است. بر اساس تازه‌ترین داده‌های منتشر شده توسط مرکز آمار ایران مربوط به شاخص‌های بازار کار

استان یزد، نرخ بیکاری این استان در بهار ۱۴۰۵ معادل ۶.۳ درصد بوده است که این رقم نسبت به بهار سال گذشته ۱.۲ درصد و نسبت به نرخ ۵ درصدی فصل زمستان سال گذشته، ۱.۳ درصد افزایش را نشان می‌دهد. طبق این آمار، استان یزد پس از استان‌های خراسان جنوبی، زنجان و مازندران، در رده چهارمین استان با کمترین نرخ بیکاری در کشور قرار گرفته است. همچنین در بازه زمانی بررسی شده، کمترین نرخ بیکاری در استان ۴.۸ درصد و بیشترین آن ۷.۸ درصد ثبت شده است. شاخص نرخ مشارکت اقتصادی استان یزد که بیانگر درصد فعال بودن جمعیت

در سن کار است، در این فصل ۴۳.۵ درصد گزارش شده که نسبت به بهار سال گذشته تغییری نداشته، اما در مقایسه با فصل زمستان گذشته، ۰.۲ درصد کاهش را نشان می‌دهد؛ به عبارت دیگر در فصل بهار ۴۳.۵ درصد از جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر در سن کار استان، در گروه بیکار یا شاغل قرار گرفته و از نظر اقتصادی فعال بوده‌اند. از نظر رتبه‌بندی کشوری، یزد با ثبت این میزان مشارکت، ۲.۸ درصد بالاتر از میانگین کشوری قرار گرفته و در رده هشتم استان‌های کشور از نظر این شاخص ایستاده است. با این حال، نسبت اشتغال فصل بهار استان با کاهش ۰.۵

درصدی نسبت به سال گذشته میزان ۴۰.۷ درصد را ثبت کرد. طبق این اطلاع می‌توان دریافت که از هر ۱۰۰ نفری که در سن اشتغال قرار داشته‌اند، حدود ۴۱ نفر شاغل بوده و در واقع بیشتر از نیمی از آن‌ها موفق به یافتن شغل نشده‌اند. در حالی که یزد حدود ۴۱ نفر از ۱۰۰ نفر موفق به یافتن کار شده‌اند که این اطلاع برای میانگین کل کشور عدد ۳۷ را نشان می‌دهد. همچنین، استان یزد در بین استان‌های کشور بعد از زنجان، اردبیل، گیلان، مازندران و خراسان شمالی ششمین استانی است که دارای بیشترین نسبت اشتغال ثبت شده در فصل بهار است.