

وبینار آثار کوید - ۱۹ بر گردشگری کشورهای OIC برگزار شد؛

## کاهش ۵۸ میلیارد دلاری در آمد حاصل از گردشگری در میان کشورهای OIC

موبینار «آثار کوید - ۱۹ بر گردشگری در میان کشورهای OIC و راه های پیش رو» برگزار شد.



گروه گردشگری - وبینار «آثار کوید - ۱۹ بر گردشگری در میان کشورهای OIC و راه های پیش رو» با حضور ۴۱ نماینده از ۲۵ کشور عضو و سازمان های تخصصی بین المللی و با حضور مدیرکل دفتر بازاریابی و تبلیغات گردشگری و همچنین رابط وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در «کمیته دائمی همکاری های اقتصادی سازمان همکاری های اسلامی» یا «کومسک» (COMCEC). به عنوان نمایندگان جمهوری اسلامی ایران، برگزار شد.

در ابتدای وبینار «آثار کوید - ۱۹ بر گردشگری در میان کشورهای OIC و راه های پیش رو» نماینده سازمان جهانی گردشگری ضمن اعلام پیش بینی کاهش ۶۰ تا ۸۰ درصدی گردشگران بین المللی

در دیدار معاون گردشگری و رایزن فرهنگی ایران در سوئد مطرح شد:

## تصویر غیر واقعی ایران بزرگترین چالش است

معاون وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در دیدار رایزن جدید ایران در سوئد گفت: بزرگترین چالش در حوزه گردشگری خارجی نداشتن تصویر واقعی از ایران و اعتمادسازی نکردن درباره رعایت پروتکل های بهداشتی برای عبور از بحران کرونا است.



معاون گردشگری و رایزن فرهنگی ایران در سوئد گفت: بزرگترین چالش در حوزه گردشگری خارجی نداشتن تصویر واقعی از ایران و اعتمادسازی نکردن درباره رعایت پروتکل های بهداشتی برای عبور از بحران کرونا است.

میدانی صورت گرفته دیدگاه گردشگران ایرانی را به عنوان مقصد گردشگری انتخاب می کنند اما هنگام خروج آنچه از جامعه واقعی ایران درک کرده اند را کاملاً متفاوت است و با وجود اینکه اغلب با دید

میدانی صورت گرفته دیدگاه گردشگران ایرانی را به عنوان مقصد گردشگری انتخاب می کنند اما هنگام خروج آنچه از جامعه واقعی ایران درک کرده اند را کاملاً متفاوت است و با وجود اینکه اغلب با دید

گروه گردشگری - ولی تیموری در دیدار با سیدضیاء هاشمی - رایزن جدید فرهنگی ایران در کشور سوئد - و محمدعلی کیانی - مدیرکل همکاری های فرهنگی و امور ایرانیان خارج از کشور - یادآور شدند: این نشست با هدف اجرایی شدن تفاهم نامه همکاری میان وزارت گردشگری و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی به دلیل اشتراک در مأموریت ها تشکیل شده است تا با هم رستا کردن ظرفیت ها، چشم انداز و اهداف موجود گامی عملیاتی برای ایجاد تصویر مثبت از ایران برداشته شود.

او تاکید کرد: هدف گذاری مشترک وزارت گردشگری و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی به منظور کاهش «ایران هراسی» و انعکاس ظرفیت ها، توانمندی ها و نمایش چهره واقعی کشور در تحقق سفری ایمن می تواند گامی مهم به شمار آید.

وی ادامه داد: طبق پژوهش های

در جهان، بیان داشتند که بیشترین نرخ کاهش گردشگران بین المللی و ضررهای ناشی از آن در بازه زمانی ژانویه تا آوریل در میان مناطق مختلف دنیا متعلق به آسیا -اقیانوسیه با ۵۱٪ - و خاورمیانه با ۴۰٪ بوده است. او در ادامه بر توسعه محصولات جدید و خلاقانه متناسب با وضعیت موجود، گردشگری مسئولانه و توسعه آموزشی مهارت های جدید به ویژه مهارت های دیجیتال تاکید و آنها را به کشورهای عضو توصیه کرد.

در ادامه، نماینده کومسک گزارش آماری از آثار کوید - ۱۹ بر گردشگری کشورهای عضو سازمان همکاری های اسلامی OIC ارائه و در این خصوص

اشاره داشت که در میان کشورهای اسلامی ترکیه با ۸۹٪ -، امارات با ۸۴٪ -، اندونزی با ۷۸٪ -، مالزی با ۷۵٪ -، قطر با ۷۴٪ - و عربستان با ۶۴٪ - بیشترین کاهش در ظرفیت صندلی پروازهای

بین المللی را در ماه آوریل داشته اند. او اشاره داشت که طبق آمار کومسک، پیش بینی می شود در سال جاری میلادی آمار جابجایی گردشگر در میان کشورهای OIC حدود ۴۶ میلیون نفر تنزل یافته و در نتیجه درآمد حاصل از این جریان گردشگری حدود ۵۸ میلیارد دلار آمریکا کاهش یابد.

سپس در بخش ارائه تجربیات کشورها در زمینه انجام اقدامات مناسب برای رونق گردشگری با تاکید ویژه بر گردشگری داخلی در دوران کرونا، نمایندگان کشورمان گزارشی از اقدامات انجام شده در فازهای متوالی ارائه دادند. این فازها شامل تشکیل کمیته ملی

اشاره داشت که در میان کشورهای اسلامی ترکیه با ۸۹٪ -، امارات با ۸۴٪ -، اندونزی با ۷۸٪ -، مالزی با ۷۵٪ -، قطر با ۷۴٪ - و عربستان با ۶۴٪ - بیشترین کاهش در ظرفیت صندلی پروازهای

در دیدار معاون گردشگری و رایزن فرهنگی ایران در سوئد مطرح شد:

## تصویر غیر واقعی ایران بزرگترین چالش است

معاون وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در دیدار رایزن جدید ایران در سوئد گفت: بزرگترین چالش در حوزه گردشگری خارجی نداشتن تصویر واقعی از ایران و اعتمادسازی نکردن درباره رعایت پروتکل های بهداشتی برای عبور از بحران کرونا است.

تعامل هر دو بخش می تواند در پایش و شناخت دقیق بازارهای هدف گردشگری خارجی کشور بسیار موثر باشد، تاکید کرد؛ ورود به لایه های اجتماعی کوشی که قصد ورود گردشگر از آن را دارد می تواند با کمک رایزنان فرهنگی مقیم به راحتی انجام شود و افزایش اطلاعات دقیق از بخش های مختلف مرتبط قطعا در اثر گذاری روش های بازاریابی و دریافت نتیجه دلخواه موثر خواهد بود. وی با تاکید بر اینکه همکاری متقابل و بهر مندی از ظرفیت های متعدد ۸۵ نمایانگی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در ۸۵ کشور از بر نامه های این وزارت است، گفت: طبق آخرین آمار سازمان جهانی گردشگری متوسط هزینه کرد گردشگران ورودی به کشورهای منطقه جنوب آسیا که ایران نیز در آن قرار دارد، ۱۳۷۵ دلار است. از این رو با در نظر گرفتن نتایج اقتصادی ورود گردشگران خارجی در کنار سایر منافع

تعمیر ادامه داد: ایران در سال ۱۳۹۷ با ۸ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر گردشگری ورودی و ۵۲ درصد رشد و در سال ۱۳۹۸ با وجود بحران های سه ماهه پایانی سال، ۸ میلیون و ۶۶۰ هزار نفر با ۱۱ درصد رشد مواجه بوده است که این مسیر و به جلو که متأسفانه به دلیل بحران کرونا با چالش مواجه شد، نشان از موفقیت در بازاریابی و بازاریابی در کشورهای همسایه دارد و طبق اعلام سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) با دومین رشد

تعمیر ادامه داد: ایران در سال ۱۳۹۷ با ۸ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر گردشگری ورودی و ۵۲ درصد رشد و در سال ۱۳۹۸ با وجود بحران های سه ماهه پایانی سال، ۸ میلیون و ۶۶۰ هزار نفر با ۱۱ درصد رشد مواجه بوده است که این مسیر و به جلو که متأسفانه به دلیل بحران کرونا با چالش مواجه شد، نشان از موفقیت در بازاریابی و بازاریابی در کشورهای همسایه دارد و طبق اعلام سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) با دومین رشد

تعمیر ادامه داد: ایران در سال ۱۳۹۷ با ۸ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر گردشگری ورودی و ۵۲ درصد رشد و در سال ۱۳۹۸ با وجود بحران های سه ماهه پایانی سال، ۸ میلیون و ۶۶۰ هزار نفر با ۱۱ درصد رشد مواجه بوده است که این مسیر و به جلو که متأسفانه به دلیل بحران کرونا با چالش مواجه شد، نشان از موفقیت در بازاریابی و بازاریابی در کشورهای همسایه دارد و طبق اعلام سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) با دومین رشد

شرکت کنندگان درخواست شد تا راهکارهایی برای نجات صنعت گردشگری در دوران کرونا و رونق آن در دوران پساکرونا ارائه نمایند. نمایندگان ایران در این بخش حضور فعالی داشته و دو پیشنهاد ارائه شده از سوی آنها مورد استقبال اعضای کومسک، نماینده سازمان جهانی جهانگردی و دبیرخانه کومسک قرار گرفت و انجام آن قویا به کشورهای دیگر توصیه شد.

این پیشنهادات عبارات بودند از تمرکز بر رونق گردشگری داخلی با رویکرد تورهای خانوادگی و تهیه کلیه های از وضعیت مثبت رعایت موارد بهداشتی در مراکز اقامتی و پذیرایی و بخش گسترده آن به منظور اعتمادسازی بین مردم جهت انجام سفر داخلی.

گفتنی است از پیشنهاد کشورمان برای تمرکز بر تورهای داخلی خانوادگی به عنوان ایده ای کاملاً نو و گره کشا در رونق گردشگری داخلی یاد و به عنوان یکی از نتایج اصلی وبینار از سوی رییس جلسه به سایر کشورهای عضو پیشنهاد شد. از دیگر نتایج نشست می توان به ضرورت بازتعریف بازارهای هدف گردشگری خارجی در دوران کرونا و ویژه پساکرونا و همچنین استفاده از بازاریابی و تبلیغات مبتنی بر فناوری اطلاعات و دیجیتال برای بازسازی چهره کشورها اشاره کرد.

معاون گردشگری با بیان اینکه تعامل هر دو بخش می تواند در پایش و شناخت دقیق بازارهای هدف

## تصویر غیر واقعی ایران بزرگترین چالش است

معاون وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در دیدار رایزن جدید ایران در سوئد گفت: بزرگترین چالش در حوزه گردشگری خارجی نداشتن تصویر واقعی از ایران و اعتمادسازی نکردن درباره رعایت پروتکل های بهداشتی برای عبور از بحران کرونا است.

تعمیر ادامه داد: ایران در سال ۱۳۹۷ با ۸ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر گردشگری ورودی و ۵۲ درصد رشد و در سال ۱۳۹۸ با وجود بحران های سه ماهه پایانی سال، ۸ میلیون و ۶۶۰ هزار نفر با ۱۱ درصد رشد مواجه بوده است که این مسیر و به جلو که متأسفانه به دلیل بحران کرونا با چالش مواجه شد، نشان از موفقیت در بازاریابی و بازاریابی در کشورهای همسایه دارد و طبق اعلام سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) با دومین رشد

تعمیر ادامه داد: ایران در سال ۱۳۹۷ با ۸ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر گردشگری ورودی و ۵۲ درصد رشد و در سال ۱۳۹۸ با وجود بحران های سه ماهه پایانی سال، ۸ میلیون و ۶۶۰ هزار نفر با ۱۱ درصد رشد مواجه بوده است که این مسیر و به جلو که متأسفانه به دلیل بحران کرونا با چالش مواجه شد، نشان از موفقیت در بازاریابی و بازاریابی در کشورهای همسایه دارد و طبق اعلام سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) با دومین رشد

سریع جهانی همراه بوده است. معاون گردشگری، تمرکز بر بازاریابی دیجیتال و تهیه بسته های تبلیغاتی مرتبط و محتوای مجازی را با هدف ایجاد اعتمادسازی و انعکاس نحوه رعایت پروتکل های بهداشتی در تاسیسات گردشگری و در نهایت تحقق سفری ایمن در ایام بحران کرونا را بسیار موثر خواند. وی همچنین با تشریح ظرفیت های برند گردشگری ایران برای رایزن جدید فرهنگی سوئد، اظهار کرد: طبق پژوهش انجام شده برای دستیابی به برند گردشگری ایران، آنچه برای گردشگران خارجی ورودی به کشور بیش از هر چیز دارای اهمیت است، حسن عمیق مهمان نوازی و مهربانی ایرانیان است و آنچه که بسیار تشنه دانستن

سریع جهانی همراه بوده است. معاون گردشگری، تمرکز بر بازاریابی دیجیتال و تهیه بسته های تبلیغاتی مرتبط و محتوای مجازی را با هدف ایجاد اعتمادسازی و انعکاس نحوه رعایت پروتکل های بهداشتی در تاسیسات گردشگری و در نهایت تحقق سفری ایمن در ایام بحران کرونا را بسیار موثر خواند. وی همچنین با تشریح ظرفیت های برند گردشگری ایران برای رایزن جدید فرهنگی سوئد، اظهار کرد: طبق پژوهش انجام شده برای دستیابی به برند گردشگری ایران، آنچه برای گردشگران خارجی ورودی به کشور بیش از هر چیز دارای اهمیت است، حسن عمیق مهمان نوازی و مهربانی ایرانیان است و آنچه که بسیار تشنه دانستن

معاون گردشگری با بیان اینکه تعامل هر دو بخش می تواند در پایش و شناخت دقیق بازارهای هدف

## تصویر غیر واقعی ایران بزرگترین چالش است

معاون وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در دیدار رایزن جدید ایران در سوئد گفت: بزرگترین چالش در حوزه گردشگری خارجی نداشتن تصویر واقعی از ایران و اعتمادسازی نکردن درباره رعایت پروتکل های بهداشتی برای عبور از بحران کرونا است.

تعمیر ادامه داد: ایران در سال ۱۳۹۷ با ۸ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر گردشگری ورودی و ۵۲ درصد رشد و در سال ۱۳۹۸ با وجود بحران های سه ماهه پایانی سال، ۸ میلیون و ۶۶۰ هزار نفر با ۱۱ درصد رشد مواجه بوده است که این مسیر و به جلو که متأسفانه به دلیل بحران کرونا با چالش مواجه شد، نشان از موفقیت در بازاریابی و بازاریابی در کشورهای همسایه دارد و طبق اعلام سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) با دومین رشد

تعمیر ادامه داد: ایران در سال ۱۳۹۷ با ۸ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر گردشگری ورودی و ۵۲ درصد رشد و در سال ۱۳۹۸ با وجود بحران های سه ماهه پایانی سال، ۸ میلیون و ۶۶۰ هزار نفر با ۱۱ درصد رشد مواجه بوده است که این مسیر و به جلو که متأسفانه به دلیل بحران کرونا با چالش مواجه شد، نشان از موفقیت در بازاریابی و بازاریابی در کشورهای همسایه دارد و طبق اعلام سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) با دومین رشد

## آگهی مناقصه عمومی

«یک مرحله ای»

شرکت تیساکیش در نظر دارد عملیات تهیه، ساخت و اجرای کانال اگز است (ورق پال عمارات) یکی از برج های مسکونی واقع در پروژه رویای کیش در جزیره کیش را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید، متقاضیان با معرفی نامه رسمی از تاریخ ۲۳/۰۴/۹۹ تا پایان وقت اداری ۲۵/۰۴/۹۹ جهت دریافت اسناد مناقصه به نشانی زیر مراجعه نمایند.

دفتر تهران: خیابان احمدقصر (بخارست) - خیابان هشتم - پلاک ۱۱ - طبقه اول - واحد دبیرخانه

دفتر کیش: روبروی ساحل مرجان - قطعه VC۱۶۸ - پروژه رویای کیش - دفتر کارفرما

شماره تماس: ۰۲-۸۸۵۳۸۶۰۱ یا ۲۸-۲۷-۴۴۴۸۹۰۴۴-۰۷۶

## آگهی مناقصه عمومی

«یک مرحله ای»

شرکت تیساکیش در نظر دارد عملیات تهیه و اجرای لوله کشی مسی سیستم برودتی (تهویه مطبوع) یکی از برج های مسکونی واقع در پروژه رویای کیش در جزیره کیش را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید، متقاضیان با معرفی نامه رسمی از تاریخ ۲۳/۰۴/۹۹ تا پایان وقت اداری ۲۵/۰۴/۹۹ جهت دریافت اسناد مناقصه به نشانی زیر مراجعه نمایند.

دفتر تهران: خیابان احمدقصر (بخارست) - خیابان هشتم - پلاک ۱۱ - طبقه اول - واحد دبیرخانه

دفتر کیش: روبروی ساحل مرجان - قطعه VC۱۶۸ - پروژه رویای کیش - دفتر کارفرما

شماره تماس: ۰۲-۸۸۵۳۸۶۰۱ یا ۲۸-۲۷-۴۴۴۸۹۰۴۴-۰۷۶

کیش، فاز F۱، خیابان مینا،

قطعه ۸۴، طبقه همکف

تلفن: ۰۷۶ ۴۴۴۳۲۲۲۲

«سر دفتر: حسن سلمانی»

(شماره ۴۷)

دقت است از دواج جزیره کیش