در نشست مدیران گردشگری با رایزنان اقتصادی تشریح شد؛

ماموریت جدید دیپلمات‌ها

■ **معاون گردشگری کشور در نشست با رایزنان اقتصادی وزارت خارجه پیشنهاد کرد که رایزنان اقتصادی وزارت خارجه با رایزنان سازمان توسعه تجارت همکاری مشترک در حوزه گردشگری داشته باشند.**

نمایشگاه‌ها و رویدادها در کشورهای دیگر اتفاق مهمی است رایزنان از این رویدادها مهم است اما اگر از قلم شما این موضوعات مطرح شود بسیار مهمتر خواهد بود. حالا که همکاران ما در وزارت میراث فرهنگی چنین نشست‌هایی را برگزار کرده اند شما هم به گردشگری بیشتر توجه کنید. البته فهرست بلندی را می‌توان از فعالیت‌های مشترک ارائه داد که حتماً اتفاق خوبی در پی آن رخ می‌دهد.

گروه گردشگری – نشست هم اندیشی معاونین وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با رایزن‌های اقتصادی وزارت امور خارجه عصر امروز در موزه فرش ایران برگزار شد در این مراسم ابراهیم پورفرج رئیس جامعه تورگردانان ایران گفت: ۱۲ سال پیش زمانی که آقای صفری در چین بود، تفاهمنامه گردشگری بین دو کشور را امضا کردیم و ایران صد و یازدهمین کشوری شد که از چین گردشگر جذب می‌کرد. اتفاقات خوبی پس از آن افتاد. حالا باید این اتفاقات ادامه یابد.

در ادامه لیلا اژدری مدیرکل دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی در این برنامه گفت: از رایزنان اقتصادی می‌خواهم که نمایشگاه بین المللی گردشگری را که در بهمن ماه برگزار می‌شود به سرمایه گذاران و شرکت‌های خارجی معرفی کنند چون ما این شرکت‌ها را نمی‌شناسیم. بنابراین می‌خواهیم که دیپلمات‌های اقتصادی این شرکت‌ها را به ما معرفی کنند تا بتوانند در نمایشگاه حضور داشته باشند. چون ما برای اولین بار در این نمایشگاه جلسات b۲b نیز داریم. همچنین تاکید ما بر گردشگری کشورهای همسایه است البته نباید فرصت بازارهای کشورهای همسایه را فراموش کنیم.

وی گفت: تمرکز ما بر کشورهای همسایه و کشورهایی است که از مسائلی که جهان با آن درگیر است فاصله دارند. از رایزنان اقتصادی می‌خواهیم که سه نسل از ایرانیان خارج از کشور را برای سفر به ایران دعوت و تشویق کنند. اینها اهداف ماست که رایزنان می‌توانند به ما در رسیدن به این اهداف کمک کنند.

در ادامه حرمت الله رفیعی رئیس انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافر ایرانی و جهانگردی ایران گفت: نمایشگاه گردشگری تهران یک ماه دیگر برگزار می‌شود در این فرصت کوتاه رایزنان به ما کمک کنند که شرکت‌های خارجی بیشتری در این نمایشگاه حضور پیدا کنند.

وی گفت: عراق بیش از چهار میلیون گردشگر به ایران می‌فرستد اما سهم اقتصادی ایران از این آمار هیچ است. اگر قرار است گردشگر وارد ایران شود باید برای ما نفع داشته باشد چقدر از هشت میلیون نفری که به ایران آمده اند گردشگر بودند؟

احمد تجری مدیرکل سرمایه گذاری و مناطق نمونه گردشگری نیز در این مراسم گفت: یکی از سیاست‌های دولت برای جذب سرمایه گذاران خارجی این است که در حوزه جذب سرمایه گذاری خارجی فعالیت کند و به دلیل ظرفیت‌های خوبی که ایران دارد، سرمایه گذاری در این حوزه‌ها نیاز امروز کشورمان باشد.

وی گفت: امکان تملک زمین به نام سرمایه گذار خارجی در ایران وجود دارد و ما برای سرمایه گذاران فرایندها را تسهیل کرده ایم.

مصطفی فاطمی مدیرکل گردشگری داخلی نیز در این مراسم گفت: تنوع گردشگری در کشورمان مخاطب خاص در کشورهای دیگر دارد. باید بدانیم در کدام کشور چه جاذبه‌ای از کشورمان را باید معرفی کنیم چون رقبای جدی در دنیا داریم. دلیل اینکه چرا تور گردشگری به ایران کمتر می‌آید ایران هراسی است ما باید جواب درستی برای مخاطبان ایران داشته باشیم.

تنوع گردشگری باعث شده تا محورهای مختلف گردشگری را تدوین کنیم و شما هم به عنوان رایزنان اقتصادی باید بتوانید به ما کمک کنید که بتوانیم نواقص خود را در این محورها رفع کنیم شما از نگاه خارجی‌ها به ما بگویید چه کارهایی باید انجام شود.

اولین بار است که می شنوم وزیری درباره کباب حرف می‌زند

اخلاقی از رایزنان اقتصادی در این مراسم گفت: اولین بار است که می شنوم وزیری درباره برند شدن کباب بناب صحبت کردند. شاید اسم این کباب برای خارجی‌ها ناشناخته باشد اما خوب است که به جای آن نام کباب ایرانی را استفاده کنیم. خبر خوبی که وجود دارد این است که ما در سال ۲۰۱۹ حدود ۸ میلیون گردشگر داشته ایم و این اتفاق را باید ارج بنهیم.

نمایشگاه گردشگری در پاریس وجود داشت. غرفه ترکیه وسیع بود وقتی با آنها صحبت کردم گفتند که دولت زمین نمایشگاه را اجاره کرده و دولت با مبلغ کمی در اختیارمان قرار داده است خوب است که این اتفاق نیز در ایران بیفتد. همچنین ما تابستان به کشورهای محل مأموریت خود اعزام می‌شویم و تا آن زمان فرصت داریم.

یکی دیگر از رایزنان اقتصادی پرسید که آیا وب سایت یا فضای دیجیتال دارید که گردشگری سلامت را به کشورهای دیگر معرفی کند و استراتژی شما در این فضا برای معرفی کشور چیست؟

در پاسخ به او لیلا اژدری مدیرکل دفتر بازاریابی گردشگری خارجی گفت: این پتانسیل در داخل کشور با ظرفیت آژانس‌های مسافرتی متعددی که داریم وجود دارد. بحث زیرساختها و تولید محتوا به زبان‌های مختلف یکی از نواقصی است که باید حل شود. آقای ضرغامی روی این موضوع تاکید دارد چون خودشان رسانه‌ای هستند. ما در حال حاضر سایت ویزیت ایران را داریم که به چند زبان محتوا تولید کرده است و در آینده ارتقا می‌یابد.

یکی دیگر از حضار گفت: با این روش لاکپشت وار در حال ادامه دادن هستیم. کشورهای هدف ما باید کشورهایی باشند که گردشگران آن یک فرش چند هزار دلاری را بخرد و ببرد. باور سیاست گذاران ما بر این نیست که گردشگری بسیار صنعت مهمی است. رسانه ملی ما چه هدفی برای ارتقای فرهنگ و باور مردم دارد؟

رایزنان در سوالی مطرح کردند در نمایشگاهی که در مسجد کبود آذربایجان برگزار می‌شود ایران می‌تواند حضور پیدا کند آیا ایران می‌تواند شرکت کند؟

همچنین فرد دیگری بیان کرد که سرویس‌های بهداشتی یکی از معضلات کشورهای ماست که باید حل شود. صدا و سیما که از بودجه دولت استفاده می‌کند فرهنگسازی عمومی را مد نظر قرار دهد.

مشکل دیگر در حوزه ارز دیجیتال است که باید برای حل آن راهکار ارائه کرد.

چند راهکار به رایزنان وزارت خارجه و معاونان وزارت میراث فرهنگی

در ادامه این مراسم محسن امامی از پیشکسوتان حوزه گردشگری نیز گفت: ما بخش خصوصی داریم که موتور محرک کشور است در وزارت امور خارجه تسهیل گری برای دولت و خدمت رسانی به مردم است این تسهیلگری نیازمند چند کار است.

یک بخشی در اختیار همکاران من است و بخشی از آن در اختیار همکارانم در وزارت نیست. آن هم تصویرسازی برای ایران است. باید رفتارهای ما به گونه‌ای باشد که تصویر ایران در خارج از کشور اصلاح شود. ارتباط بین مدیران می‌تواند این روند را تسهیل کند. به آقای ضرغامی گفتم اگر می‌خواهید کار مفیدی کنید دولتمردان ما یک کارهایی را انجام ندهد این خودش کار زیادی است.

وی گفت: اگر بخواهیم حیطه فعالیت‌هایمان را وسیع کنیم شاید از برخی جاهای آن بمانیم.

از معاونان وزارت میراث فرهنگی می‌خواهم که چند مورد را با دوستان در وزارت خارجه پیگیری کنند یکی از آنها بحث ویزاست. راهش این است که در این مسئله محوریت وزارت خارجه بیشتر از سایر وزارتخانه‌ها باشد. مسئله دیگر گزارش‌هایی است که از وزارتخانه‌ها می‌رسد. گزارش‌هایی که از وزارت خارجه به دستگاه‌های دولتی دیگر می‌رود بسیار اهمیت دارد اگر این گزارش‌ها با میل به گردشگری باشد اتفاق خوبی خواهد افتاد.

امامی بیان کرد: نمایشگاه‌ها و رویدادها در کشورهای دیگر اتفاق مهمی است رایزنان از این رویدادها مهم است اما اگر از قلم شما این موضوعات مطرح شود بسیار مهمتر خواهد بود. حالا که همکاران ما در وزارت میراث فرهنگی چنین نشست‌هایی را برگزار کرده اند شما هم به گردشگری بیشتر توجه کنید. البته فهرست بلندی را می‌توان از فعالیت‌های مشترک ارائه داد که حتماً اتفاق خوبی در پی آن رخ می‌دهد.

علی اصغر شالبافیان نیز گفت: گردشگری حوزه‌ای است که بدون هماهنگی پیش نمی‌رود این هماهنگی باید بین دستگاه‌های دولتی ایجاد شود تا بخش خصوصی دلگرم باشد.

در روزهای ابتدایی با تاکید وزیر میراث فرهنگی بنای ما بر این بود که در سه حوزه معاونت دیپلماسی کنسولی و مرکز دیپلماسی عمومی همکاری نزدیکی را به سبب وظایف هر حوزه شروع کنیم. در حوزه دیپلماسی اقتصادی طرحی را در حوزه کشور چین آماده کردیم. در حوزه معاونت کنسولی به واسطه اینکه بازگشایی مرزها مصوب شد نگاه جدیدی را در دستور العمل نحوه حضور گردشگران خارجی در ایران تدوین و ابلاغ شد. در مرکز دیپلماسی عمومی نیز موضوعات مرتبط با نحوه مدیریت و تأثیر بر مدیریت وجهه ایران همکاری‌های خوبی انجام شده است.

وی گفت: درروزهای آینده میزبان ۴۵ دفتر خدمات مسافرتی از اقلیم کردستان در کیش هستیم. در بازارهای دیگر نیز فعالیت می‌کنیم. رویکرد ما در بازارهای همسایه گره زدن بخش خصوصی ایران با بخش خصوصی کشورهای همسایه است.

پیشنهاد فعالیت مشترک گردشگری رایزنان اقتصادی و بازرگانی

شالبافیان گفت: رایزنان و یا همکاران ما در وزارت خارجه می‌تواند ما را از نمایشگاه‌های تخصصی گردشگری آگاه کنند. نکته دیگر تجربه کروناست. این پدیده ارتباطات دو طرفه را از طریق فضای مجازی متحول کرد. دفتر بازاریابی ما برای هر کدام از کشورهایی که رایزنان شأن در اینجا حضور دارند، تدارک اولیه ای را خواهند دید که رایزنان با ظرفیت‌های موجود آشنا شوند.

در برخی از کشورها شبکه‌های اجتماعی که از طریق آنها می‌توان تأثیرگذاری داشت، می‌تواند با تصور ما متفاوت باشد. ارتباط با مقامات گردشگری می‌تواند در اصلاح نگرش و رویکرد ما اثرگذار باشد. در حوزه سرمایه گذاری گردشگری به سبب مسئولیتی که در چند سال اخیر داشتم می‌توانم بگویم بسیاری از فعالان گردشگری راغب به حضور در ایران هستند اما با توجه به ملاحظاتی که دارند مشکلاتی برای حضور دارند و این مشکلات توسط شما باید شناسایی شود تا ما آن را حل کنیم.

وی افزود: زمان اعزام هر کدام از رایزنان یکسان نیست و برخی از همکاران وزارت خارجه مدت بیشتری را در ایران حضور دارند از این مدت برای برنامه ریزی استفاده شود.

سازمان توسعه تجارت نیز رایزنان بازرگانی را اعزام می‌کند که با فعالیت شما همپوشانی دارند پس این ارتباط نیز می‌تواند کمک کننده باشد.

دلیل عدم حضور وزیر میراث فرهنگی در این جلسه آن است که عضویت ما در شورای عالی ایرانیان خارج از کشور در حال تثبیت است و آقای ضرغامی هم اکنون در آن جلسه حضور دارد.

امیدوارم این اتفاق آغازی برای یک ارتباط مؤثر باشد. در حوزه گردشگری نیز مشکلات زیادی داریم که باید با کمک همدیگر حل کنیم. امیدوارم جلسه امروز نقطه آغاز حل این مشکلات باشد.

ماهیت برخی پروژه‌های مرمتی با پیمانکاری جور درنمی‌آید؛

خواهرخواندگی بازار تبریز و استانبول بلاتکلیف ماند

گروه گردشگری – مدیر پایگاه جهانی بازار تبریز با اشاره به آنکه ماهیت برخی پروژه‌های مرمتی با پیمانکاری جور درنمی‌آید و معمولا به صورت امانی کار می‌کنیم، گفت: با این وجود بودجه بخش امانی در حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد است و در حدود ۶۰ تا ۷۰ درصد بودجه مرمت به بخش پیمانی اختصاص می‌یابد.

حسین اسمعیلی سنگری (مدیر پایگاه میراث جهانی بازار تبریز) با اشاره به آنکه این روزها به دلیل شیوع ویروس کرونا بیشتر کارهای مشورتی و پژوهشی به صورت وبینار و در قالب فضای مجازی برگزار می‌شود، گفت: طی ماه‌های گذشته نشست‌های مشترک متعددی با صاحب‌نظران به صورت مجازی برگزار کردیم و از قضا خروجی این نشست‌ها بهتر و مثمرثمرتر از نشست‌های حضوری است. طی این نشست‌ها توانستیم تجربیاتمان را با سایر پایگاه‌های ملی و جهانی کشور به اشتراک بگذاریم.

او درخصوص برگزاری نشست‌های مجازی در عرصه بین‌المللی نیز گفت: به زودی و تا حدود دوهفته دیگر دوسالانه بین‌المللی گردشگری پایدار در سایت‌های میراث جهانی برگزار خواهد شد و سخنران‌های مختلف از کشورهای متفاوت شرکت خواهند کرد. ضمن آنکه تجربه سال گذشته ما در شرکت مجازی در نشست سیستم‌های پیشرفته مانیتورینگ و پایش و حفاظت از ابنیه تاریخی فواید زیادی را متوجه ما کرد و توانستیم از تجربه سایر کشورها در این حوزه بهره‌مند شویم.

مدیر پایگاه میراث جهانی بازار تبریز در پاسخ به این سئوال که آیا می‌توانیم از تجربیات ترکیه در حفاظت و پایش بناهای خود با توجه به نزدیکی معماری آن‌ها به معماری ایران، بهره جست یاخیر، گفت: معماری ترکیه در برخی موارد شبیه به معماری ایران است. معماری آثار استانبول بسیار به معماری آثار ما شبیه است.

هرچند طی سال‌های گذشته موفق شدیم خواهرخواندگی بازار تبریز و بازار استانبول را اعلام کنیم اما این امر همچنان به حال خود باقی مانده و فعالیتی در این خصوص انجام نگرفته. ایران در حوزه مرمت و حفاظت از ابنیه تاریخی طی دو دهه اخیر پیشرفت‌های چشمگیری داشته و حرف برای گفتن دارد.

او درخصوص پیمانکاری شدن مرمت آثار تاریخی و تاثیر مثبت یا منفی آن نیز گفت: پیمانکاری شدن مرمت آثار تاریخی توسط مسئولان در راس وزارتخانه و سازمان‌های مرتبط اخذ شده. درعین حال نباید فراموش کرد که ماهیت برخی پروژه‌های مرمتی با پیمانکاری جور درنمی‌آید و معمولا به صورت امانی کار می‌کنیم. برخی آثار دارای شاخص‌های هنری و ارزش‌های خاصی هستند که نمی‌توان به پیمانکار واگذار کنیم و باید از بودجه امانی تامین اعتبار شوند. اما نباید فراموش کرد که بودجه بخش امانی محدود است و نمی‌توان همه آثار را از محل این بخش از بودجه مرمت کرد.

اسمعیلی سنگری تصریح کرد: سقفی که می‌توان برای بودجه امانی تخصیص داد عموما در حدود ۳۰ تا ۴۰ است و ۶۰ تا ۷۰ درصد مرمت‌ها به صورت پیمانکار انجام می‌شود. البته بازار تبریز در بخش‌هایی که به صورت پیمانی کار کرده است به نفعش شده چنانکه در سالی که بازار آتش گرفت، زمان و اجرای سریع مرمت مهم بود و پیمانکار توانست این مهم را تامین کند. با این وجود بخش‌هایی که نیازمند مطالعات بیشتر و ریزه کاری است به صورت امانی کار می‌کنیم. ضمن آنکه اکنون پیمانکارهایی در حوزه میراث فعال شده‌اند که کارهایشان قابل دفاع است با این وجود باید به سمت هرچه بهتر شدن کارها پیش بروند.

او همچنین از ساماندهی و بهسازی تیمچه‌های امیر بازار جهانی تبریز خبر داد و گفت: حفاظت، مرمت و بازسازی تیمچه امیر جنوبی طی چند ماه گذشته به همت اصناف آغاز شد و به دنبال این اقدام کف‌سازی تیمچه امیر شمالی نیز در دستور کار قرار گرفت و این مرحله با تأمین بخشی از مصالح از سوی اداره کل میراث فرهنگی استان و اصناف در حال انجام بوده و تا یک ماه آینده به پایان خواهد رسید. با توجه به اینکه نورگیرهای بالای سقف تیمچه امیر شمالی نیز نیازمند ساماندهی است، لذا مراحل انجام این عملیات نیز همچون تیمچه امیر جنوبی در دستور کار این اداره کل قرار گرفته و پس از اتمام کف سازی، آغاز خواهد شد.

مدیر پایگاه میراث جهانی بازار تبریز درخصوص میزان بازدید و حضور گردشگران در این مجموعه تاریخی گفت: با توجه به آنکه بازار تبریز محل خرید و فروش است و عموما مردم محلی نیز برای تامین مایحتاج روزانه‌اشان به این بازار مراجعه می‌کنند، عموما مراجعه کننده در بازار تبریز حضور دارد که بیشتر آن‌ها مردم بومی و محلی هستند. اما از آنجایی که با شیوع کرونا و سویه جدید آن روبه رو هستیم و سرمای هوا نیز زیاد است، تعداد مسافران و گردشگران کاهش یافته. برنامه‌ریزی‌ها برای نوروز در جریان است.

مجموعه مسقف بازار تبریز با یک کیلومتر مربع وسعت در ۲۵ شهریور ۱۳۵۴ با شماره ثبت ۱۰۹۷ به عنوان یکی از آثار ملی ایران ثبت شد و در سال ۲۰۱۰ نیز این مجموعه با شماره ثبت ۱۳۴۶ به عنوان یکی از میراث جهانی ایران در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسید.

این بازار تاریخی با داشتن حدود پنج هزار و ۵۰۰ باب حجره، مغازه و فروشگاه، ۴۰ گونه شغل، ۳۵ باب سرا، ۲۵ باب تیمچه، ۳۰ باب مسجد، ۲۰ باب راسته و راسته‌بازار، ۱۱ باب دالان، ۵ باب حمام و ۱۲ باب مدرسه به عنوان اصلی ترین مرکز داد و ستد مردم تبریز و ایران شناخته می‌شود.