معاون گردشگری کشور:

در انتظار پاسخ روس‌ها برای لغو ویزای گروهی هستیم

معاون گردشگری کشور با اشاره به آنکه توسعه گردشگری داخلی رویدادمحور خواهد شد، گفت: نقش جشنواره‌ها در همه زمانی و همه مکانی کردن سفر اهمیت دارد در این میان توسعه گردشگری بین‌المللی را مدنظر داریم و امکان بازبینی در بازارهای هدف گردشگری وجود دارد.

به واسطه آنکه در دوران کرونا بودیم و از آن جهت که کشور روسیه دغدغه‌هایی درخصوص بیماری کرونا داشت نتوانستیم به درخواست‌ها درخصوص لغو ویزای گروهی پاسخ مثبت بدهیم. از آنجا که هنوز بیماری کرونا مرتفع نشده، همچنان در انتظار پاسخ دولت روسیه برای نهایی کردن تفاهم‌نامه لغو ویزای گروهی هستیم.

گروه گردشگری – در دوران پساکرونا و برداشته شدن محدودیت‌های سفر، جان دوباره‌ای به کالبد گردشگری دمیده شد و امید به رونق دوباره این صنعت می‌رود. از ابتدای سال جاری تاکنون بعد از تعطیلات نوروز که باسونامی سفر همراه بود، تعطیلات متعدد از عید سعید فطر گرفته تا تعطیلات نیمه خرداد و در پس آن تعطیلات عید سعید قربان و غدیر با حجم گسترده‌ای از سفرهای داخلی مواجه شدیم. در این میان اخذ سیاست گردشگری رویدادمحور توسط معاونت گردشگری وزارتخانه میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و برگزاری ۷۱۰ برنامه‌ی گردشگری در قالب جشنواره، نمایشگاه و مراسم توسط ادارات کل استانی در ۴ ماه نخست سال جاری در سراسر کشور به منظور توزیع و همه مکانی کردن سفرهای داخلی از موضوعاتی است که این روزها مطرح شده. در این راستا با علی اصغر شالبافیان (معاون گردشگری) به گفتگو نشستیم تا از سیاست‌های این معاونت برای توسعه و رونق گردشگری در دوران پساکرونا سخن گوید و از چگونگی همه مکانی و همه زمانی کردن سفر حکایت کند.

در ادامه گفتگوی علی اصغر شالبافیان (معاون گردشگری وزارتخانه میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی) در این رابطه می‌خوانید:

ابتدا از سیاست‌های کلی معاونت گردشگری درخصوص سفرهای تابستانه بگویید. این سفرها چگونه و بر چه اساسی برنامه‌ریزی خواهند شد و در قالب چه بسته‌های سفری در اختیار عموم جامعه قرار می‌گیرند؟

نخستین موردی که برای نظام‌مند کردن بحث سفرهای داخلی لازم بود، این مهم بود که فعالیت ستاد خدمات سفر کشور را به نوروز محدود نکنیم. با همکاری تمام دستگاه‌های عضو ستاد، موفق شدیم پیش از آغاز تعطیلات تابستانی و حین آن، جلسات ستاد خدمات سفر در استان‌ها را برگزار کنیم. این جلسات قبل از آغاز تعطیلات قربان و غدیر تشکیل شد و هنوز در دستور کار استانداران قرار گرفته تا در تعطیلات پیش رو بتوانند مدیریت سفر را به نحو مناسبی داشته باشند تا مسافران کمتر با مشکل مواجه شوند.

در این خصوص؛ توزیع مکانی سفر و معرفی ظرفیت‌های پنهان و میراث ناملموس و ظرفیت‌هایی که به گونه‌ای بتوان از آن در حوزه گردشگری استفاده کرد را به طور جدی مورد توجه قرار داده‌ایم و آنها را در قالب جشنواره‌ها که به صورت جدی از ابتدای سال دنبال می‌کردیم، گنجاندیم. بر این اساس، از ابتدای سال جاری و آغاز تابستان بنابر استعداد و ظرفیت‌های هر استان و منطقه شاهد برگزاری جشنواره‌های مختلف بودیم که توسط ادارات کل استانی شکل گرفته‌اند. ما معتقد هستیم که جشنواره‌ها باید نظام‌مند و تقویم برگزاری آن‌ها از قبل اعلام شود حتا برآن هستیم تا سامانه‌ای را راه‌اندازی کنیم که امکان اطلاع از شرایط شرکت و حضور گردشگران و البته جوامع محلی ... را فراهم سازد. در دوران پس از کرونا برای فعال شدن و احیای مجدد گردشگری داخلی به چنین محرکی نیاز داشتیم که سعی کردیم از آن به درستی استفاده کنیم. در ماه‌های آینده سامانه جشنواره‌ها رونمایی خواهد شد تا به توزیع مکانی سفر کمک بهتری کند. این سامانه هنوز راه‌اندازی نشده و به زودی رونمایی خواهد شد تا همه مردم از زمان و چگونگی برگزاری جشنواره‌ها در سراسر کشور مطلع شوند. تعداد کل رویدادهای ثبت شده استان‌ها تا پایان سال ۱۴۰۱ بیش از ۱۲۰۰ مورد پیش‌بینی شده. رویدادهای مذکور در قالب محلی، منطقه‌ای و ملی برگزار می‌شوند و جشنواره‌های مختلف اعم از آنچه مربوط به کشت محصولات متنوع کشاورزی و برگزاری آیین‌هاست تا جشنواره‌های مرتبط با مسابقات محلی، معرفی محصولات غذایی، آشپزی و تولیدات بومی استان‌ها و ... را دربرمی‌گیرد. تحقق هدف همه مکانی کردن سفر به واسطه برگزاری رویدادها منوط به آن است که بتوانیم قبل از برگزاری رویدادهای گردشگری، اطلاع‌رسانی صحیح و کامل درخصوص برگزاری آن رویداد داشته باشیم. این اطلاعات در دسترس قرار می‌گیرد تا مسافران در اکثر نقاط کشور در جریان آن قرار گیرند تا بتوانند از ظرفیت‌های محلی که بیشتر این جشنواره‌ها را شامل می‌شود، برخوردار شوند. این کار اکنون توسط گروه کارشناسی در دست بررسی است تا بتوانیم در ماه‌های آینده قاعده مندی بهتری را شاهد باشیم. ضمن آنکه تاکنون نیز استقبال خوبی از جشنواره‌ها و رویدادهای گردشگری که برگزار شده، صورت گرفته.

نگاهی که به جشنواره‌ها وجود دارد غیر از نگاه محلی و ملی؛ آن است که بتوانیم از ظرفیت‌های بین‌المللی آن نیز در منطقه استفاده کنیم. برای مثال، طی هفته‌های گذشته شاهد برگزاری جشنواره قرابیه در استان آذربایجان شرقی بودیم، به همین جهت از بخش‌های مرتبط در کشور ترکیه دعوت شده بود که شرکت کردند. حتا جشنواره‌هایی در کردستان برگزار شد که میزبان مسافران خارجی بود. همچنین در سالروز ثبت جهانی بافت تاریخی یزد تلاشمان آن بود که بتوانیم به این رویداد ابعاد بین‌المللی نیز بدهیم.

دستورالعمل نحوه برگزاری جشنواره‌ها با توجه به سطح برگزاری آن در اداره کل گردشگری داخلی معاونت گردشگری در دست تهیه است تا به ادارات کل استان‌ها ابلاغ شود. قصد آن است که بتوانیم در حوزه خدمات و زیرساخت‌ها فعالیت لازم را داشته باشیم تا پاسخگوی نیاز گردشگران باشیم. تعریف برگزاری رویدادهای مشترک با سایر دستگاه‌ها را نیز مدنظر داریم به طور مثال می‌توانیم با همکاری وزارت ورزش و جوانان در حوزه برگزاری جشنواره‌هایی که ظرفیت بومی و محلی را دربرمی‌گیرد، بهره جوییم. درنهایت مشارکت ظرفیت‌ها در بخش‌های مختلف مدنظر است.

یعنی معاونت گردشگری سیاست کلی خود را در حوزه توسعه گردشگری داخلی بر رویدادمحور کردن گردشگری متمرکز کرده است؟

یکی از راه‌هایی که می‌توانیم برای فعال کردن و فعال نگاه داشتن گردشگری داخلی از آن استفاده کنیم، این است که بتوانیم رویدادهایی را در طول سال در نقاط مختلف کشور داشته باشیم. تحقق این هدف نیازمند مشارکت تمام دستگاه‌ها و البته توزیع زمانی مناسب است تا توازن لازم برای توزیع سفر را شاهد باشیم. البته نباید از نقش این رویدادها در توزیع مکانی سفر غافل شد.

همانطور که اشاره داشتید علاوه بر توزیع مکانی سفر، توزیع زمانی سفر نیز درخصوص توسعه گردشگری اهمیت دارد. چند دهه است که درخصوص ساماندهی تعطیلات و تعریف بازه زمانی برای تعطیلات تابستانه مطرح شده اما تاکنون به نتیجه مطلوبی نرسیده. در این حوزه تا چه اندازه توانسته‌اید پیش بروید؟

یکی از ایراداتی که در موضوع سفر با آن مواجه هستیم، متمرکز بودن تعطیلات رسمی کشور در بازه زمانی خاص است. این مهم ابعاد و پیچیدگی‌های متعددی دارد از این روست که حدود دو دهه از طرح موضوع ساماندهی تعطیلات می‌گذرد اما هنوز به نتیجه خاصی نرسیده است. کارگروهی ذیل ستاد خدمات سفر تشکیل شده تا سوابق و دلایل عدم توفیق طرح‌های پیشنهادی در این خصوص را مورد بررسی قرار دهد. اگر جمع‌بندی کارشناسی مدنظر نهایی شود، امیدواریم در قالب برنامه هفتم توسعه بتوانیم محملی را برای توزیع زمانی تعطیلات باز کنیم.

عموما در بازه زمانی‌های خاص که با تعطیلات چند روبه روبه رو می‌شویم، حوزه گردشگری با چالش‌هایی ازجمله مشکلات موجود در زیرساخت‌ها روبه رو می‌شود. در این میان بیشترین شکایت انجام شده در حوزه اقامت و رزرواسیون است. البته برخی واحدها مانند خانه مسافرها از جمله مراکزی هستند که گاه با مجوز و گاه بدون مجوز درصدد پذیرش مسافر برمی‌آیند و از قضا برخی سایت‌های رزو اقامت نیز به این قضیه دامن می‌زنند. چه اقداماتی درخصوص فعالیت این دست از مراکز و سایت‌ها در حوزه گردشگری صورت گرفته؟

در مواجهه با مراکز اقامتی که به صورت رسمی دارای پروانه بهره‌برداری نیستند نیروی انتظامی و کمیسیون ارتقای امنیت گردشگران وظایفی دارند که در همکاری با وزارت میراث و گردشگری انجام وظیفه می‌کنند. خانه مسافرها یکی از انواع تاسیسات گردشگری است که در آیین نامه ایجاد، اصلاح و تکمیل تاسیسات گردشگری آمده است. اما خانه مسافرهایی که دارای پروانه بهره‌برداری هستند را قبول داریم. اگر اقامتگاهی مجوز فعالیت نداشته باشد، از سوی وزارت میراث و گردشگری مراکز مجاز شناخته نمی‌شوند.

آن دسته از سایت‌هایی که مجوز فروش مراکز اقامتی را دارند طبیعتا باید درصدد فروش مراکزی برآید که مجوز فعالیت دارند. این امر توسط اداره کل میراث و گردشگری استان‌ها و بخش نظارتی ستاد خدمات سفر مورد بررسی قرار می‌گیرند و در صورت شکایت مسافران با این نوع فعالیت‌ها چه در حوزه اقامت و چه در حوزه تور، مورد پیگیری قرار می‌گیرند. اگر با مورد غیر مجاز روبه رو شویم به پلیس فتا معرفی و مورد پیگیری قرار می‌گیرند. این امر یک فرآیند مستمر است.

در بخشی از صحبت‌هایتان به موضوع گردشگری بین‌المللی اشاره داشتید. با توجه به تغییراتی در دوران پساکرونا با آن روبه رو هستیم، آیا بازارهای هدف گردشگری تغییر خواهند کرد؟

با توجه به شرایطی که پیش می‌آید ممکن است بازارهای هدف تغییر کند. اما با توجه به شرایطی که داریم، کشورهای منطقه بخصوص کشورهایی که کمتر به آن‌ها توجه شده اما گردشگر فرستی مناسبی دارند، مد نظر قرار گرفته‌اند. این روزها از برخی از تورهای ورودی به ایران استقبال‌هایی صورت می‌گیرد که می‌تواند امکان بازبینی در بازارهای هدف را ایجاد کند. به طور مثال اکنون امکان سفر گردشگران روس به ایران مهیا شده و این علاقه‌مندی نیز بوجود آمده. همچنین با توجه به سیاست دولت مبنی بر توسعه مناسبات ایران با کشورهای منطقه، کشورهایی که در حاشیه دریای خزر یا کشورهای CIS یا کشورهایی که در منطقه حضور دارند مانند پاکستان، هندوستان و ... مد نظر قرار گرفته‌اند. البته بازارهای سنتی که همان کشورهای اروپایی هستند نیز در لیست بازارهای هدف ما قرار دارند و بازاری از این لیست حذف نشده بلکه در حال نظام‌مند کردن برخی از تقاضاهایی هستیم که در این میان وجود دارد.

حدود یک سال پیش شاهد امضای تفاهم نامه لغو ویزای گروهی گردشگران ایران و روسیه بودیم. اما این مهم تاکنون به مرحله اجرا نرسیده است. چه موانعی پیش روی اجرایی شدن این مهم وجود دارد؟

به واسطه آنکه در دوران کرونا بودیم و از آن جهت که کشور روسیه دغدغه‌هایی درخصوص بیماری کرونا داشت نتوانستیم به درخواست‌ها درخصوص لغو ویزای گروهی پاسخ مثبت بدهیم. از آنجا که هنوز بیماری کرونا مرتفع نشده، همچنان در انتظار پاسخ دولت روسیه برای نهایی کردن تفاهم‌نامه لغو ویزای گروهی هستیم.

جنگ روسیه و اوکراین تا چه اندازه در عدم اجرایی شدن لغو ویزا گروهی ایران و روسیه تاثیرگذار بوده؟

از طرف وزارت امور خارجه تاکنون چیزی یا نکته‌ای درخصوص تاثیر مناسبات روسیه و اوکراین دراین مورد به ما ارائه نشده. تنها موردی که عنوان شده موضوع کرونا و دغدغه روسیه درخصوص عدم اتمام پاندمی کروناست.

رئیس مرکز تجارت جهانی ایران:

سرمایه گذار قطری در عسلویه هتل و مجتمع گردشگری می سازد

گروه گردشگری – سبزعلیپور گفت: امسال در هفته دولت ساخت یک هتل و مجتمع گردشگری در روستای "کنار خیمه" شهرستان عسلویه توسط سرمایه گذار قطری آغاز می‌شود.

محمد رضا سبزعلیپور رئیس مرکز تجارت جهانی ایرانی در دیدار با استاندار بوشهر گفت: این استان یکی از شریان‌های اصلی اقتصاد کشور به شمار می‌رود و رشد، شکوفایی و نوسازی اقتصاد این استان اعم از صنعت بویژه در میدان‌های نفت و گاز و پتروشیمی، کشاورزی و شیلات نقشی مهم در رشد و توسعه اقتصاد ایران دارد.

وی ادامه داد: سرمایه گذاران داخلی و خارجی اگر جایگاه ارزشمند استان بوشهر را بخوبی بشناسند، با توجه به استقبال مسئولان این استان، به طور قطع سرمایه خود را روانه این استان خواهند کرد. استاندار بوشهر گفت: ظرفیت توسعه استان بوشهر در چند حوزه صنعت، تجارت، کشاورزی و گردشگری تعریف شده که باید برای استفاده و جذب سرمایه گذاران معرفی شود. احمد محمدی زاده با تأکید بر اینکه آغوش مقامات و مردم خون گرم استان بوشهر به روی تمام سرمایه گذاران داخلی و خارجی باز است از کارآفرینان و سرمایه گذاران خواست تا بوشهر را شهر و خانه دوم خود بدانند و این استان را هم یکی از هدف‌های سرمایه گذاری‌های به شمار آورند.

تحلیل یک راهنمای گردشگری؛

چرا کودکان از موزه فراری شده‌اند؟

گروه گردشگری – یک راهنمای گردشگری کودک معتقد است: شرایط موزه‌ها به هیچ عنوان برای کودکان مهیا نیست و نیاز است این فضاها به طور جدی و هدفمند برای کودکان آماده شود؛ چراکه بچه‌ها علاوه بر بازدید از موزه به نوعی سرگرمی نیاز دارند که در یادگیری و ایجاد علاقه آن‌ها به موزه خیلی تأثیرگذار است.

الهام میرزازاده درباره عواملی که موجب جدایی کودکان از موزه‌ها شده است، توضیح داد: واقعیت این که کودکان به موزه علاقه‌ای ندارند، به چند مسأله برمی‌گردد؛ یکی این که تعداد اندکی از خانواده‌ها هستند که به تاریخ علاقه نشان می‌دهند و در خانه‌های ما خیلی کم درباره تاریخ حرفی زده می‌شود. در مدرسه هم با وجود این که تاریخ جزو کتاب‌های درسی مدارس است، اما معلمان کمی هستند که تاریخ را با زبانی ساده بازگو کنند تا دانش‌آموزان به این درس علاقه‌مند شوند.

در واقع به این موضوع تنها به عنوان یک مبحث درسی پرداخته می‌شود. در دوران تحصیلی خودم به یاد دارم که فقط یک معلم تاریخ داشتیم که تاریخ را داستان‌وار و جذاب برای ما تعریف می‌کرد و در طول هفته برای این ساعت درسی لحظه‌شماری می‌کردم.

او اضافه کرد: علاوه بر این، شرایط موزه‌ها به هیچ عنوان برای کودکان محیا نیست. در حال حاضر چند موزه برای کودکان فضایی را طراحی کرده‌اند که آن هم تا حدودی برای کودکان جذابیت دارد. نیاز است این فضاها به طور جدی و هدفمند برای کودکان آماده شود و هر آنچه که یک کودک در بازدید از موزه نیاز دارد، برای او فراهم شود.

به عنوان مثال کودکان نمی‌توانند به اندازه بزرگسالان در موزه‌ها سرپا بایستند و در طول بازدید خسته می‌شوند بنابراین باید در موزه‌ها استراحتگاهی مخصوص کودکان در نظر گرفت. همچنین باید در موزه‌ها فردی حضور داشته باشد که با زبان کودکان و متناسب با فهم آن‌ها درباره موزه توضیح دهد. بزرگسالان از توضیحات معمولی راهنماها خسته می‌شوند و در حوصله‌شان نمی‌گنجد، بنابراین نمی‌توانیم از یک کودک توقع داشته باشیم که از چنین توضیحاتی لذت ببرد و به آن گوش دهد.

این کارشناس گردشگری کودک با بیان این که کودکان قبل از بازدید از موزه‌ها به آمادگی ذهنی نیاز دارند، گفت: باید قبل از ورود به موزهٔ مورد نظر، ذهن کودکان را برای آن‌چه قرار است ببینند آماده کرد، مثلا قبل از ورود به موزه برای بچه‌ها بازی، کاردستی یا قصه‌ای از آثار موزه را در نظر گرفت.

بچه‌ها علاوه بر بازدید از موزه، نیاز به نوعی سرگرمی دارند که در یادگیری و ایجاد علاقه آن‌ها به موزه خیلی تأثیرگذار است. کمبود چنین فعالیت‌هایی در موزه‌ها کاملا محسوس و همین مسائل در بی‌علاقگی کودکان به موزه مؤثر بوده است.

البته گروه‌هایی هستند که این کار را برای بچه‌ها انجام می‌دهند، اما از آن‌ها حمایت نمی‌شود و کاملا سلیقه‌ای با این موضوع برخورد می‌شود.

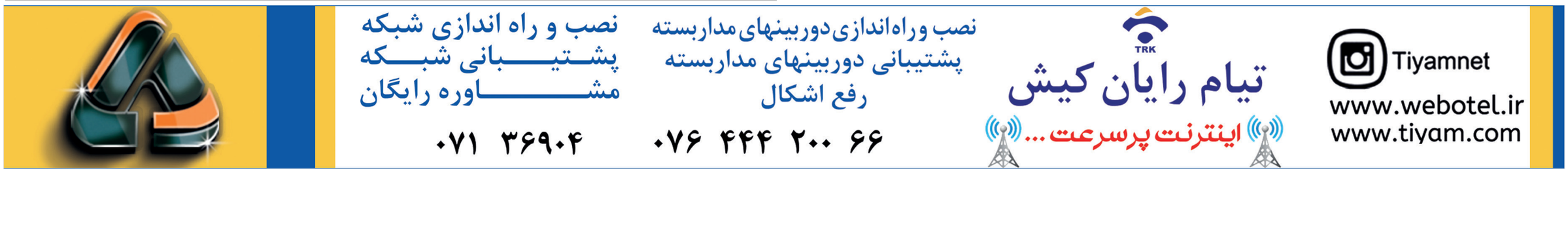
او افزود: موزه‌هایی هستند که چندوقت یک بار برنامه‌هایی برای کودکان در نظر می‌گیرند، اما این برنامه‌ها باید منظم اجرا شود تا تأثیرگذار باشد. اولین بار در موزه بانک ملی این موضوع را دیدم که در کنار هر اثر بارکدی نصب شده بود و با اسکن آن مطلب یا فیلم کوتاهی از آن اثر نمایش داده می‌شد.

قبل از کرونا هم در موزه موسیقی دیدم که اطلاعات سازها را به این شکل در اختیار بازدیدکننده می‌گذاشتند.

میرزازاده گفت: بنابراین موزه‌ها باید یک برنامه مدون برای برگزاری کارگاه‌های آموزشی در حوزه کودک داشته باشند. در دوره‌ای که برای کودکان تور موزه می‌گذاشتیم در بازدید از موزه آبگینه، کارگاه مرمت برای بچه‌ها برگزار کردیم و قبل از بازدید از موزه بچه‌ها در این کارگاه سفال‌های شکسته شده که با طرح‌های آثار خود موزه درست کرده بودیم، مرمت می‌کردند و بعد آن‌ها را به داخل می‌بردیم تا نمونه تاریخی آن سفال را ببینند و این بازدید برای آن‌ها خیلی جذاب بود.

این راهنمای گردشگری درباره تأثیر خانواده و مدارس در ایجاد علاقه به موزه‌گردی کودکان، بیان کرد: خانواده‌ها و مدارس اعتقاد دارند که چون بچه‌ها در دوران کرونا مدام در خانه بودند، حالا که قرنطینه تمام شده باید به طبیعت و شهربازی بروند و موزه‌گردی در چنین برنامه‌هایی جایی ندارد. در واقع موزه‌ها را نوعی مکان آموزشی می‌دانند. البته با چنین وضعیتی بیراه نمی‌گویند، اما موزه‌ها هم با یک برنامه‌ریزی درست می‌توانند جنبه تفریح و سرگرمی داشته باشند.

او در ادامه گفت: اگر امروز کودکانی هستند که به موزه‌گردی علاقه دارند و در تورهای موزه شرکت می‌کنند به دلیل علاقه و حمایت والدینشان است. ما امروز کودک چهار پنج ساله‌ای را می‌بینیم که شاهنامه‌خوانی می‌کند، این کودک چطور به شاهنامه علاقه‌مند شده جز این است که والدینش او را در مسیر قرار داده‌اند؟ کودکان از والدین و افرادی که در تربیت آن‌ها نقش دارند الگوبرداری می‌کنند، بنابراین مدرسه و خانواده دو زمینه بسیار مهم در ایجاد انگیزه و علاقه حوزه‌های تاریخی و فرهنگی هستند و هر چقدر برای آن وقت بگذارند نتیجه آن در کودک مشهود و قابل لمس است.

پس معلم‌ها باید در این زمینه آموزش ببینند و یاد بگیرند باید چه کارهایی انجام دهند تا در کورکان ایجاد علاقه و انگیز کنند.

میرزازاده در عین حال معتقد است: کودکان وقتی آگاه باشند، پدر و مادرهای خود را هم آگاه می‌کنند. بنابراین اگر کودکان را نسبت به فضای موزه‌ها و محوطه‌های تاریخی آگاه کنیم نباید از حضور آن‌ها در این اماکن نگران باشیم. یک کودک آگاه علاوه بر این که مراقب است خودش به آثار تاریخی آسیبی نزند، بلکه به افراد خطاکار حتی اگر والدینش باشند، تذکر می‌دهد.