اعلام فهرست بهترین مقاصد سفر جهان،

نامی از ایران نیست!

گروه گردشگری–هر سال در چندین نوبت فهرست‌های پیشنهادی مقاصد سفر به‌روزرسانی می‌شـــود. درحالی که برخی کشورهای همســـایه از جمله امارات، ترکیه و به تازگی عمان و عربستان پای ثابت این فهرست. های پیشنهادی سفر شده‌اند اما مدت‌هاست به نام ایران و جاذبه‌های آن در این فهرست‌های پیشنهادی مقاصد سفر اشاره‌ای نمی‌شود.

مطالعات نشان می‌دهد رسانه‌های معتبر گردشگری و سایت. های نقـــد و بررسی همچون TripAdvisor یا lonely planet نقش مهمی در شـــکل گیری تصمیمات سفر مردم دارند. به خصوص در دوران دیجیتال وقتی کاربردان پیش از رزرو ســـفر، دنبال نظرات و پیشـــنهادها هستند. همچنین یک مطالعه دانشگاهی نشان می‌دهد بیش از ۷۰ درصد گردشگران پیش از انتخاب مقصد یا هتل، نظرات این سایت‌ها را مطالعه می‌کنند. از سوی دیگر، حضور در فهرست بهترین‌ها یا دریافت جوایز از این سایت‌ها باعث افزایش بازدیدکننده و تقاضا می‌شود.

Oxfird Economics در ســـال ۲۰۱۴ تحقیـــقی را درباره تاثیر TripAdvisor بر تصمیمات سفر انجام داده است که نشان می‌دهد محتوای این ســـایت نقد و بررسی ســـفر بر ۱۳ درصد از سفرهای بین‌المللی و تقریبا ۸ درصد از ســـفرهای داخلی در سراسر جهان، تاثیر گذار بوده اســـت. این مطالعه همچین نشان می‌دهد این سایت باعث ایجاد ۲۲ میلیون سفر اضافی و ۳۵۲ میلیون شب اقامت اضافی در سال ۲۰۱۴ شده است.

بـــرخی مطالعات موردی نیز نشـــان می‌دهد پـــس از قرار گرفتن یک مقصد در فهرســـت پیشنهادی رســـانه‌های معتبر بین. المللی از جملـــه نیویورک تایمز یـــا بی بی سی تروال، تا چند ماه بعد، میزان جست‌وجوهای اینترنتی و رزروهای سفر به آن مقصد به شکل قابل توجهی افزایش یافته است.

مطالعات بین‌المللی دیگری نشـــان می‌دهـــد که حدود ۶۰ درصد گردشـــگران پیش از ســـفر، تحقیقات خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی انجام می‌دهند.

این داده‌ها به نوعی متذکر می‌شود که نسبت به حذف یا غیبت ایران از فهرست‌های پیشنهادی سفر ـ حتی اگر از سوی آن وب‌سایت‌ها و رسانه‌ها با در نظر گرفتن ملاحظات سیاسی و جنبه‌های امنیتی منطقه بوده باشـــد ـ نباید بی‌اعتنا بود، به ویژه آنکه ایران طبق برنامه هفتم توسعه، ایران تا پایان ۱۴۰۷ برای جذب ۱۵ میلیون گردشگر خارجی هدف‌گذاری کرده اســـت و چندی پیش هم وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی برای جذب حدود ۹.۵ تا ۱۰ میلیون نفر تا پایان سال ۱۴۰۴ ابراز امیدواری کرده بود.

وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی پس از محافظه و ملاحظه‌کاری‌ها و هشـــدارهای پرهیز سفر کشورهای اروپایی و تحریم‌های امریکا درباره ســـفر به ایران، که دست‌کم در حدود پنج شش سال اخیر جدی و ملموس‌تر شده است، با چرخش در بازهای هدف گردشگری، بیشتر بر جذب گردشگر از کشورهای همسایه متمرکز شـــده است، چنان‌که سیدرضا صالحی امیری، وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در گفت‌وگویی گفت که «برنامه سنگینی را آغاز کرده‌ایم. اولویت‌بندی کرده‌ایم که کدام کشورها هدف جذب گردشگر می‌توانند باشند. اولویت نخست کشورهای حوزه نوروز، آسیای میانه و قفقاز از جمله، ترکیه، پاکســـتان، تاجیکستان، ازبکستان، گرجستان است. هدف دوم حوزه خلیج فارس، از عراق تا عربستان تعیین شده است. اولویت سوم کشورهای چین، هند و روسیه تعریف شده است و اولویت بعدی، کشورهای اسلامی بزرگ شامل مصر، اندونزی، مالزی است. جهت‌گیری را آغاز کرده‌ایم.»

ســـوای رایزنی‌های دیپلماتیک بین مقامات بلندپایه کشـــورها با کشورهای یادشده، حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی و مذاکرات بخش خصوصی دو طرف و دعوت از اینفلوئنسرهای سفر، مسئله مهمتر آن اســـت که ایران در فضای تبلیغاتی شبکه‌های مجازی و رســـانه‌های کشـــورهای دیگر حضور داشته باشد؛ چرا که جذب گردشگر آن هم در شرایطی که نام ایران فقط در اخبار سیاسی شنیده می‌شود کاری بس دشوار است. این موضوعی است که حتی متولیان گردشـــگری در کشور نیز به آن اذعان دارند؛ محسنی بندپی، معاون گردشگری اخیرا در یک نشست خبری که با موضوع گردشگری سلامت برگزار شده بود، در این باره گفته است: «بررسی دو دهه اخیر نشـــان می‌دهد که کشور ما به‌صورت پایدار از نظر امنیت و تصویر بین‌المللی وضعیت مطلوب نداشته است، مثلا در سال ۱۳۹۸ حدود ۹ میلیون و ۸۰۰ هزار گردشگر وارد ایران شد، در حالی که در سال ۱۳۹۹ و همزمان با شیوع کرونا، حادثه‌ای برای یک تبعه آذربایجانی رخ داد و تنها ۱ میلیون و ۸۰۰ هزار گردشـــگر از آذربایجان به ایران سفر کردند. این آمار نشان می‌دهد نبود امنیت پایدار و تصویر منفی از کشور، بر گردشگری اثر مستقیم داشته است.»

با از راه رسیدن نیمه دوم سال، فهرست‌های تازه‌ای از بهترین مقاصد سفر پیشنهاد می‌شود اما در هیچ از این فهرست‌های بلندبالا که در وب‌سایت‌های نقد و بررسی یا رسانه‌های معتبر بین‌المللی سفر منتشر شده، نامی از ایران مشاهده نمی‌شود. این درحالی است که وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی امیدوار است تعداد گردشگران ورودی به ایران را تا پایان سال به حدود ۱۰ میلیون نفر برساند.

معـــاون گردشـــگری در این باره حتی بـــه ضعف بودجه تبلیغات گردشگری اشاره کرده و مبلغ آن را عامل محدودکننده دانسته و در مقایسه‌ای با ترکیه که به فهرست کشورهایی با بیشترین تعداد جذب گردشگر راه یافته، اظهار کرده است که «هزینه تبلیغات به ازای هر گردشـــگر در ایران حدود ۳۰ ســـنت است، در حالی که این رقم در ترکیه بیش از ۱۰ دلار است.»

محسن فتحی، رئیس فراکسیون گردشگری مجلس نیز سال گذشته در گفت‌وگویی، از بودجه اندک ۲۵۰ هزار دلاری (معادل ۱۰ میلیارد تومان به نرخ روز) ایران برای تبلیغات گردشـــگری در سال ۱۴۰۲ انتقاد کرده و آن را «ناچیز» و «شوخی» دانسته بود.

جدا از بودجه اندک تبلیغات گردشگری ایران، مسئله دیگر سهم و عوارضی است که در بودجه دستگاه‌ها و نهادها به نام تبلیغ گردشگری ایران درنظر گرفته شـــده و حتی گرفته می‌شـــود اما به تبلیغ ایران اختصاص داده نمی‌شود، مثلا سال گذشته معاون وقت گردشگری درباره بودجه‌ای که برای «مقابله با ایران هراسی» اختصاص داده شده، گفته بود: «ابزار ساختارمند و نظامند برای مقابله با ایران‌هراسی ایجاد نشده و بودجه متناسب آن را در اختیار نداریم، اما در قانون برنامه هفتم توسعه وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی پیشنهادی داد تا حوزه گردشـــگری با این نگاه مورد توجه قرار گرفت که یک درصد از هزینه‌های جاری شرکت‌های دولتی به یکسری از امور از جمله ارائه تصویر مطلوب از کشور تخصیص داده شود. مطالبه ما تخصیص این بودجه است.»

از طرفی، مســـلم شجاعی، مدیر توســـعه گردشگری خارجی نیز تاییـــد کرده بود که بودجه‌ای برای «مقابله با ایران‌هراسی» به بخش گردشگری اختصاص داده نشده است.

سهم گردشـــگری از عوارض خروج از کشور نیز مورد دیگری از این دست است که قرار بود در ازای افزایش آن، بخشی از عوارض خـــروجی که از مردم هنگام خروج از کشـــور گرفته می‌شـــود، به گردشگری برای تبلیغ ایران اختصاص داده شود که بنا بر اطلاعات موجود و اظهارات مقامات گردشـــگری کشور، در بسیاری از این سال‌ها، سهم مشخص‌شـــده یا ناقص بازگردانده شده یا نسبت به پرداخت کامل آن کوتاهی شـــده اســـت و از طرفی، وزارت میراث فرهنگی و گردشگری نیز با آنکه بارها نسبت به این موضوع منتقد بوده اما گزارش دقیق و صریحی از نحوه اختصاص سهم عوارض خروج از کشـــور به گردشگری و محل و چگونگی هزینه‌کرد آن، ارائه نکرده است.

درباره بودجه تبلیغات گردشـــگری کشـــورهای همسایه و هدف ایران، داده‌های دقیقی در دســـترس نیست اما بر اساس منابع موجود و اطلاعات منتشر شده، ترکیه در سال ۲۰۱۹ بودجه تبلیغات خود را به بیش از ۷۰ میلیون دلار افزایش داده اســـت، این کشـــور موفق شـــده به فهرست پربازدیدکننده‌ترین کشورها با درآمد قابل توجه از گردشـــگری راه یابد. عمان که در سال‌های اخیر به عنوان مقصد نوظهور گردشگری معرفی شده است بین سال‌های ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۴ با اجرای ۲۳۵ کمپین تبلیغاتی و ۸۸ کمپین رسانه‌ای، مجموعا ۲۹۸ میلیون ریال عمانی تقریبا ۷۷۴ میلیون دلار درآمد حاصل کرده است. هزینه تبلیغات جمهوری آذربایجان در ســـال ۲۰۲۵ نیز بیش از ۱۷ میلیون دلار پیش‌بینی شـــده است. ازبکستان، دیگر مقصد نوظهور گردشگری جهان نیز در ســـال ۲۰۲۳ حدود ۴.۵ میلیون دلار برای تبلیغات گردشگری اختصاص داده است.

در میان رقابت ســـخت کشـــورها برای تصاحب ســـهم بیشتر از گردشـــگران بین‌المللی، کم‌توجهی به بودجه تبلیغات و حضور در رسانه‌های معتبر بین‌المللی و سایت‌های اطلاع‌رسانی گردشگری، مسئله پراهمیتی به شمار می‌آید؛ چراکه در این شرایط اگر کشورها، بازاریابی دیجیتالی قوی داشته باشند سهم بیشتر و واقعی‌تری از یک میلیارد نفری که در حال سفر در جهان هستند، به دست خواهند آورد.

ماجرای محدودیت‌های سفر برای گردشگران خارجی به ایران چه بود؟

گروه گردشگری – محدودیت‌های سفر برای گردشگران خارجی به ایران اکنون درحالی اجرا شده که شامل افرادی می شود که بدون برنامه ریزی، راهنما و تور قصد ورود به ایران را دارند.

چند روز پیش خبری در رسانه‌های خارجی منتشر شد مبنی بر اینکه ایران پس از جنگ تحمیلی ۱۲ روزه محدودیت‌هایی را برای ســـفر گردشـــگران خارجی به ایران اجرا کرده است. این موضوع موجب شده بود تا برخی از رسانه‌های معاند از آن استفاده کرده و اعلام کنند که گویا سفر همه اتباع خارجی به ایران محدود شده است. درحالی که اینگونه نبود و تنها برخی مقررات برای رعایت ملاحظاتی ویژه گردشگران خارجی اعمال خواهد شد.

بر این اساس دستورالعملی به آژانس‌های مسافرتی داده شده مبنی بر اینکه گردشگران خارجی بایستی با راهنمای تور کارت دار، برنامه سفر، هماهنگی با آژانس‌های مسافرتی و ویزا وارد کشور شوند. این شرایط سفر را تنها برای افرادی محدود می‌کند که قصد سفر بدون برنامه ریزی، بدون ویزا، بدون راهنما و بدون هزینه را داشتند که در اصطلاح به آنها مسافران کم هزینه یا بک پکر می گویند که قصد دارند سفرهای خارجی ارزانی به کشورهای دیگر داشته باشند. این افراد معمولاً به خانه میزبان یا مردم محلی می‌روند تا هزینه اقامت نپردازند. از حمل و نقل‌های عمومی یا بین راهی استفاده می‌کنند که هزینه سفر آنها کمتر شود یا گاهی رایگان باشد.

منعی برای ورود گردشگران خارجی به ایران نداریم

البته در این ارتباط وزیر میراث فرهنگی اظهار بی اطلاعی کرد و گفت: در وزارت میراث فرهنگی و دولت مصوبه‌ای درباره ایجاد محدودیت برای ورود گردشگران خارجی به ایران نداشته‌ایم.

رضا صالحی امیری گفت: تا کنون هیچ اطلاعی درباره این موضوع نگرفته‌ام و هیچ ابلاغی به ما نشده است. من به عنوان وزیر و همکارانم در وزارتخانـــه اطلاعی از این موضوع نداریم. نه در وزارت میراث فرهنگی و نه در دولت مصوبه‌ای برای این موضوع نداشته‌ایم. زمانی این موضوع می‌تواند قابلیت اجرایی داشته باشد که به دستگاه ما اطلاع داده باشـــند و از نظر ما هیچ منعی برای ورود گردشگران خارجی به ایران وجود ندارد.

این اظهارات نشان می‌دهد که صالحی امیری هنوز مصوبه‌ای در این باره نگرفته است ولی در هر حال این محدودیت اجرا می‌شود.

وی گفت: این اتفاق خوبی است چون از سفر افراد بدون ویزا و بی برنامه جلوگیری می‌شود. این افراد معمولاً به خانه افراد می‌رفتند و شهر به شهر هیچهایک می‌کردند و بابت سفرشان هزینه‌ای نمی‌دادند این اتفاق با فرهنگ ما سنخیتی ندارد و درآمدی هم عاید آژانس دار و فعالان گردشگری و جامعه محلی نمی‌شد. برخی اوقات بین همین افراد افراد نفوذی هم بودند که برای نظام دردســـر درست می‌کردند. از این نظر ما موافق آن هســـتیم که گردشگران به صورت انفرادی و بدون برنامه وارد کشور نشوند. البته این درخواست آژانسداران نبوده ولی تصمیمی بود که مســـئولان بعد از جنگ گرفتند و قطعاً به نفع تورگردانان است.

سفر بدون مشکل گردشگران خارجی به ایران

درحال حاضر مســـافران خارجی به راحتی به آژانس‌های مسافرتی مراجعه می‌کنند تا بتوانند برنامه سفر داشته باشند حتی اگر جزو اتباعی باشند که ویزا نمی‌خواهند، باز هم می‌توانند برنامه سفر را از آژانس‌های مسافرتی دریافت کرده و همراه با یک راهنمای سفر در هر کجای ایران که می‌خواهند گردش کنند. این افراد همچنین می‌بایست قبل از سفر یک سابقه از سفرهای قبلی خود ارائه کنند.

پس از این ماجرا که رسانه‌های معاند به آن دامن زدند، وزارت میراث فرهنگی نشست مشـــترکی را با عراقچی وزیر امور خارجه برگزار کرد. در این نشســـت وزیر امور خارجه جمهوری اسلامی ایران در نشست مشترک با وزیر میراث فرهنگی و گردشگری گفت: ارزش فرهنگی حضور گردشگر در ایران را به‌خوبی درک می‌کنیم و معتقدیم دیپلماسی فرهنگی امروز یکی از ضرورت‌های حیاتی برای ارتقای تصویر ایران در ســـطح بین‌الملل است. وی تاکید کرد: وزارت امور خارجه از تشـــکیل هر نوع کمیسیون یا کارگروه مشترک که بتواند زمینه ارتقای همکاری‌ها و گسترش حضور گردشگران خارجی در ایران را فراهم کند، حمایت می‌کند.

جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده
شرکت کاغذ و پلاستیک خلیج فارس

از کلیه سهامداران شرکت کاغذ و پلاستیک خلیج فارس کیش به شناسه ملی ۱۴۰۱۱۴۹۷۸۷۹ دعوت میشود تا در جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده این شرکت که در ساعت ۱۲ ظهر مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۱۰ در نشانی: فاز پنج صنعتی – کار چهار- پلاک ۴۲ برگزار می شود شرکت نمایید.

موضوع جلسه:
۱- انتخاب مدیران و دارندگان حق امضاء
۲- انتخاب بازرس

هیئت مدیره

تحریر هانی
تحویل در محل ویژه ادارات
نوشت افزار هانی
شعبه ۱ : نوبنیاد ، مرکز خرید آرین
شعبه ۲ : صدف ، مرکز خرید بساک
Hany_Tahrir 0902 299 2099