هفته‌نامه اقتصادی، اجتماعی

اخبار آزاد مناطق

شماره ۹۸
دوشنبه ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۹
سال دوم - ۷۰۰۰ تومان

واکاوی ضرورت توسعه گردشگری مناطق آزاد در گفت‌وگو با معاونین و کارشناسان:

لزوم مداقه علمی بر کارکرد گردشگری در مناطق آزاد

صفحه ٤ و ٥ را بخوانید

۲

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش اظهار داشت:

کنترل کرونا؛ با اقدامات پیشگیرانه و مقابله‌ای سازمان منطقه آزاد کیش

۳

دکتر روزبهان در دیدار با سرکنسول ایران در آستراخان روسیه اظهار داشت:

تبدیل منطقه آزاد انزلی به مرکز ثقل مراودات بین‌المللی کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای

معاون فنی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد اروند اظهار داشت:

توسعه فرودگاه بین‌المللی آبادان از اولویت‌های سازمان منطقه آزاد اروند

صفحه ۷ را بخوانید

سرمقاله

مجید صیادنورد
کارشناس مناطق آزاد

گردشگری و اشتغال! فرصتی برای جذب سرمایه‌گذار

فارغ از مستندات آماری موجود درخصوص کسب و کارهای جهانی که براساس آن صنعت گردشگری، سومین صنعت درآمدزای بین‌المللی در اقتصاد جهانی را از آن خود ساخته و این واقعیت که ایران از نظر جاذبه‌های طبیعی و تاریخی به ترتیب در رتبه‌های پنجم و دهم جهانی قرار دارد، باید پذیرفت که در خاورمیانه آشوب‌زده قرن بیست و یکم، امن‌ترین کشوری که با تنوع آب و هوایی، جغرافیایی، فرهنگی و تاریخی-تمدنی خود باید شاهد حضور چند ده میلیونی گردشگر باشد، اما تا قبل از کرونا براساس آمار رسمی موفق به جذب بالغ بر ۸،۵میلیون نفر گردشگر گردید.

ایجاد معاونتی تحت عنوان فرهنگی، اجتماعی، گردشگری مناطق آزاد -که در هر منطقه در قالب ساختار اداری جداگانه‌ای عمل می‌کند- به دولت اول احمدی‌نژاد بازمی‌گردد و تبلور آن نیز در دولت دوم وی با حضور مقتدرانه حمید بقایی بر مسند دبیری شورایعالی مناطق آزاد همراه بود؛ همویی که همزمان عهده‌دار ریاست سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور بود.

در واقع همچون باورهای غلط درخصوص نقش و کارویژه‌های مختلف صنعت گردشگری در اقتصاد ملی، پیش از آن ساختار ذهنی و برونداد نهادی در قامت یک مدیریت یا معاونت مرتبط با فرهنگ، گردشگری و امور اجتماعی ساکنین مناطق آزاد، به ناسیه متولیان متبادر نشده بود!؟ از باب مثال می‌توان به باور غلط نسبت به مفهوم توسعه پرداخت که: توسعه را بر باب صفت تفصیلی که صفتی مشبهه بالفعل در ادبیات عرب بوده و در معنا از وسعت مکان و اشغال فضای بیشتر می‌گوید؛ اما در تصویر ذهنی شده مدیران دولتی و نمایندگان مجلس؛ توسعه صرفا در شاخص‌های اقتصادی و صنعتی تمیز داده می‌شود.

در نتیجه در فهم مبانی با الگوهای بین‌المللی که هیچ، با نمونه‌های داخلی نیز مناطق آزاد در عرصه ایجابی، ایجاد حوزه‌های مرتبط با فرهنگ، گردشگری و امور اجتماعی تفاوت داشته و دارند. اما جدای از ضعف در انگاره‌ها و فهم درست از موضوع در مراحل اولیه و ایجاد؛ تجربه عملکرد مناطق آزاد در حوزه‌های مرتبط با صنعت گردشگری به صورت تخصصی ظرف سال‌های اخیر عملکرد قابل دفاعی در مقابل سرزمین اصلی را نشان می‌دهد. البته در این میان با کمال احترام به عملکرد و مساعی ارزشمند سایر مناطق آزاد، منطقه آزاد کیش با هیچ یک از نمونه‌های مشابه ملی قابل قیاس نبوده و در کفه جداگانه‌ای قابل ارزیابی است (درخصوص اینکه چگونه کیش به برند گردشگری ایرانی در خلیج فارس تبدیل شد، باید در رفتارهای مدیریتی سازمان عامل آن از دهه هفتاد تاکنون مداقه کرد، مسیری که تداعی کننده ضرب‌المثل خشت اول است).

سئوال اصلی یادداشت پیش روی، بر این محور بنا نهاده شده که مناطق آزاد را چه به معاونت و یا فعالیت در مسیر جذب گردشگر؟

۱) خانواده آل‌نهیان از سال‌های اولیه آخرین دهه قرن گذشته با برگزاری جشنواره‌ای تحت عنوان مهرجان دبی، مساعی خود را بر جذب سرمایه‌های سرگردان ایرانی و کسب جایگاه محوری برای خود در عرصه اقتصاد، ترانزیت و گردشگری خاورمیانه و خلیج فارس در قبال ایران و عراق برآمده از جنگی هشت ساله بنا نهاده بودند (عراقی که با حکومت صدام، غرب خلیج فارس را درگیر جنگ دیگری نیز کرده بود). در این جشنواره که از نیمه دوم اسفندماه هر سال آغاز شده و تا بعد از سیزده بدر ایرانی تداوم می‌یافت، برنامه‌های متنوعی از کنسرت خوانندگان خارج‌نشین ایرانی، کاهش قیمت هتل‌ها و پروازها به دبی، مراکز خرید، قرعه‌کشی و اهدای جوایز به شرکت‌کنندگان را در دستورکار قرار دادند. چنین شد که دبی با جذب سرمایه‌گذاران ایرانی که برای تفریح و خوش‌گذارانی که در عرصه اجتماعی و رسمی آن زمان ایران غیرمجاز بود، سنگ بنای شهر رویایی کنونی خود را برسازی کرد.

۲) براساس آیین‌نامه‌های موجود، ورود و خروج گردشگر در مناطق آزاد بدون ویزا مجاز بوده که مهم‌ترین تجربه این فرصت قانونی معطوف به همکاری مناطق آزاد اروند و کیش در سال۹۶ است که با همکاری پلیس مهاجرت و گذرنامه کشور محقق شد. آیا نمی‌توان از چنین ظرفیتی به عنوان فرصتی جهت راه‌اندازی تورهای طبیعت‌گردی و تورهای فرهنگی میان مناطق آزاد ایران بهره برد؟ مناطقی که از مزیت ثبت در لیست میراث جهانی یونسکو قرار داشته یا از این قابلیت برخوردارند؛ مانند: جنگل حرا، جنگل هیرکانی، کلیسای سنت استپانوس مقدس تا کوه‌های مریخی را در کنار تنوع قومی و فرهنگی به صورت همزمان دارا می‌باشند.

این تمرکز زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که توجه داشته باشیم اولا بعد جغرافیایی میان مناطق آزاد امکان اینکه یک گردشگر صبح در خلیج فارس شنا کرده و عصر در ماکو برف بازی نماید را فراهم می‌کند و ثانیا قرابت‌های قومیتی ساکنین مناطق آزاد، زمینه تقویت مولفه‌های هویتی مشترک ایرانی با اقوام کشورهای همجوار را تداعی و تقویت می‌کند.

۳) در نمایشگاه و جشنواره‌های فرهنگی، هنری و گردشگری می‌توان گریزی به نظرات «میخائیل باختین» درخصوص مابه ازاءهای برگزاری کارناوال و منطق گفت‌وگو در فضاهای اینچنین، زده و براساس آن تصریح کرد، برپایی نمایشگاه و جشنواره‌های فرهنگی، فرصتی جهت بازشناسی، تبادل نظر، بازاریابی، ارائه تصویری واقعی و دسته اول از ایران و ایرانی به منظور زدودن غبارهای پروژه ایران هراسی است.

۴) گردشگری دارای زبان بین‌المللی همه‌فهمی است که گزاره‌های آن در همه نقاط جهان با زبان مشترکی قابل درک می‌باشد. پس در دوره جهانی شدن می‌توان راهبردهای تحریم‌های بین‌المللی شده امریکا را با تکیه بر زبان گردشگری، مزیت همسایگی با پانزده کشور و قرار گرفتن در مسیر کریدورهای بین‌المللی، از کار انداخت.

۵) گردشگری، بستری برای درآمدزایی نیز محسوب می‌شود؛ تجربه‌های موفقی در ترکیه، فرانسه، اسپانیا و حتی لبنان قابل مشاهده بوده و درآمدزایی از جشنواره و نمایشگاه را نیز می‌توان در برگزاری رویدادهای ورزشی به عنوان مصداق مورد توجه قرار داد.

۶) هزینه ایجاد شغل در صنعت گردشگری (به جز حوزه‌های ساخت هتل و مراکز تفریحی) نسبت به حوزه‌های صنعتی و حمل و نقل کمتر از یک‌سوم نیز ارزیابی شده است؛ بایسته نیست با کمترین هزینه الگوهای موفقی از اشتغال‌زایی براساس توانمندی‌های فرهنگی و گردشگری محلی و بومی هر منطقه آزاد را عملیاتی کرد؟

برای رسیدن به اهدافی چون اقتصاد مقاومتی، استراتژی اقتصاد بدون نفت و عبور از دولت رانتیر، ایران۱۴۰۴، تحقق راهبردهای تداوم و صدور انقلاب اسلامی؛ گردشگری و مناطق آزاد امتزاج خوبی است که می‌توان در الگوهای جغرافیایی محدود و قابل نظارت از سوی نهادهای امنیتی-نظارتی از ظرفیت‌های مختلف صنعت گردشگری یعنی مولفه‌هایی چون هتلداری، نمایشگاه، جشنواره، برگزاری تورهای تخصصی، خواهرخواندگی، هفته و شب فرهنگی، تجلیل از شخصیت‌های بین‌المللی با حضور سفرا و مسئولین کشورهای مختلف و... بهره برد. اما بدیهی است همه موارد صدرالاشاره با خواستن به توانستن منتهی می‌شود.

اخبار منطقه آزاد کیش

امام جمعه کیش در دیدار با هیات امنای بیمارستان و مرکز توسعه سلامت کیش عنوان کرد:

تلاش‌های کادر درمانی و پزشکی کیش قابل تقدیر است

امام جمعه کیش از کادر درمانی و پزشکی بیمارستان و مرکز توسعه سلامت کیش با عنوان مدافعان سلامت یاد کرد و زحمات ارزشمند آنها را قابل تقدیر دانست.
حجت الاسلام و المسلمین حسن‌زاده در دیدار با هیات امنای بیمارستان و مرکز توسعه سلامت کیش گفت: سازمان منطقه آزاد کیش با ارائه خدمات درمانی و بیمارستانی در جزیره کیش، زحمات زیادی را متقبل شده و قدردانی از تلاشگران بی‌منت این عرصه را یک وظیفه شرعی می‌دانم.
وی در ادامه از برخی خبرنگاران خواست در اطلاع‌رسانی با دقت نظر، رعایت امانت کنند.
امام جمعه کیش گفت: درستی قلم خبرنگار یک وظیفه قانونی و شرعی است. بنابراین اطلاع‌رسانی صحیح برای مشوش نکردن افکار عمومی بسیار مهم و کلیدی است.
حجت الاسلام حسن‌زاده افزود: پس از شیوع ویروس کرونا نیز ما شاهد تلاش‌های ارزنده‌ای در سطح جزیره برای کنترل بیماری و درمان بیماران بودیم که لازم به اشاره و قدردانی است.
امام جمعه کیش در این نشست که با محوریت ارائه گزارش‌های عملکرد بیمارستان و مرکز توسعه سلامت کیش برگزار شد، حوزه درمان، آموزش و پرورش و مسکن را سه موضوع مهم و از نیازهای اصلی ساکنین جزیره کیش عنوان کرد و گفت: در دوره‌های قبل نیز بر لزوم اهمیت این سه موضوع در این منطقه تاکید شده است.
وی در ادامه تصریح کرد: بحث اصلی در خبری که پیشتر توسط یک رسانه منعکس شد، معطوف به گلایه از تامین اجتماعی برای ایجاد مرکز یا مراکز درمانی جدید در کیش است و به اعتقاد من، تامین اجتماعی باید به این موضوع ورود پیدا کند.
حجت الاسلام حسن‌زاده با بیان این که نقش مهم تامین اجتماعی در ارتقا و توسعه زیرساخت‌های بهداشت و درمان جزیره کیش بسیار حائز اهمیت است، اظهار داشت: تامین اجتماعی به جای انتقال میلیاردها پول و سرمایه مردم جزیره کیش به استان هرمزگان و تهران، باید نسبت به ایجاد یک درمانگاه در این منطقه که شایسته کیشوندان است، اقدام کند و گلایه قبلی معطوف به آن مجموعه بود که با عدم رعایت دقت لازم رسانه‌ای شده بود.
وی ارائه خدمات درمانی ارزان‌قیمت به کیشوندان را از وظایف اصلی دولت دانست و افزود: بیمارستان کیش موظف نیست بار همه خدمات به کیشوندان را تنهایی به دوش بکشد. این موضوعات در خطبه‌های نماز جمعه اخیر نیز مطرح شده بود و خبرنگاری که از سواد رسانه‌ای و درستی قلم برخوردار نبوده، هدف اصلی را به انحراف کشید. بحث و موضوع مطرح شده هیچ ارتباطی به بیمارستان و کادر درمان سازمان منطقه آزاد کیش نداشته است.
امام جمعه کیش در ادامه گفت: لازم است در حوزه مسکن، طرح‌هایی اجرایی و عملیاتی شود تا مردم این منطقه ازجمله خبرنگارانی که سال‌ها در این جزیره ساکن هستند، از این تسهیلات بهره‌مند شوند.
حجت‌الاسلام والمسلمین حسن‌زاده در رابطه با بیانات ارزشمند مقام معظم رهبری در دیدار اخیر به مناسبت هفته دولت با دولتمردان، در خصوص یک سال باقی مانده از دولت تدبیر و امید اشاره داشت و گفت: یک سال باقی مانده از دولت تدبیر و امید فرصت خوبی برای انجام کارهای باقی مانده است. در برخی از کشورها بعد از انتخاب رئیس‌جمهور یک برنامه صد روزه ارائه می‌شود و بعد از صد روز خبرنگاران و اصحاب رسانه‌ها و مردم عملکرد این دولت را مورد ارزیابی قرار می‌دهند.
وی درخصوص یک سال باقی مانده از دوره این دولت که برابر با ۳۰تا صد روز و یک ۶۵روز است، افزود: یک چهارم دوره ریاست جمهوری عدد قابل توجهی است و بخش مهمی از وقت و فرصت خوبی برای انجام کار و تلاش هست. این یک سال، تجربه ۷سال ریاست جمهوری است. بنابراین این یک سال، سال ویژه است و کارهایی که آغاز شده باید به سر انجام برسد.
وی با استناد بر دیدگاه مقام معظم رهبری عنوان کرد: مسئولین دولتی که سکاندار کارهای اجرایی در جزیره کیش هستند، باید کارهایی از خود به جا بگذارند تا از برکت دعای آینده بهره‌مند شوند.
در ادامه این نشست، معاون فرهنگی و اجتماعی سازمان منطقه آزاد کیش با بیان اینکه به حوزه بهداشت و درمان در هفت ماه اخیر امکانات و اعتبارات خوبی برای مبارزه با کرونا اختصاص یافته است و به توفیقات زیادی در سطح ملی و منطقه‌ای دست یافته‌ایم، گفت: گزارشی از تلاش‌های شبانه روزی پرسنل بهداشت و درمان در حوزه مقابله با بیماری کرونا تهیه و در مصاحبه و سخنرانی مسئولین بهداشت و درمان ارائه شده است.
سعید پورعلی به تاکید مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش از سنگر نماز جمعه و تریبون به عنوان تریبون امیدبخش و امین برای حمایت از سیاست‌های سازمان و مطالبات مردم اشاره داشت و افزود: بحث مسکن ملی برای اقشار نیازمند و فاقد خانه و توجه به مسائل آموزش و پرورش هم با حمایت‌های امام جمعه کیش توسط سازمان منطقه آزاد کیش دنبال خواهد شد.
معاون فرهنگی و اجتماعی سازمان منطقه آزاد کیش اظهار داشت: بحث نوسانات قیمت در سال‌های اخیر وجود داشته است. براساس سیاست سازمان منطقه آزاد کیش با کاهش قیمت به متقاضیان جهت احداث مسکن می‌توانیم گام‌های موثری در تثبیت و کنترل قیمت‌ها داشته باشیم.

مدیرعامل موسسه علوم و فنون کیش اعلام کرد:

ارزش‌گذاری برند موسسه علوم و فنون کیش

مدیرعامل و عضو هیات مدیره موسسه علوم و فنون کیش گفت: برند موسسه علوم و فنون کیش برای نخستین بار از زمان تاسیس این موسسه، ارزش گذاری شد.
مسعود توفیقی، برند را بخشی از سرمایه و ثروت یک بنگاه اقتصادی و فعالیت‌های استراتژی سازمانی عنوان کرد و اظهار داشت: ارزش گذاری برند موسسه علوم و فنون کیش با بیش از ۳۰سال سابقه در حوزه آموزش زبان‌های خارجی و دارای ۱۳۰ شعبه در سراسر کشور و همچنین به عنوان بازوی آموزشی، پژوهشی و فناوری سازمان منطقه آزاد کیش، منجر به هدفمند شدن مدیریت بازاریابی و برندینگ این موسسه می‌شود.
وی افزود: موسسه علوم و فنون کیش با کسب تجارب و توانمندی‌هایی در حوزه افزایش سرمایه، شناسایی دارایی معنوی و ارزش گذاری برند آمادگی مشارکت با سایر فعالان اقتصادی جزیره کیش است.
توفیقی، ارزش گذاری برند موسسه علوم و فنون کیش را در سطح موسسات آموزشی، شرکت‌ها و موسسات مناطق آزاد در سطح کشور مثبت ارزیابی کرد و اظهار نمود: موسسه علوم و فنون کیش براساس ظرفیت‌های موجود در حوزه افزایش سرمایه این فرصت را در قالب بسته اقتصادی به سایر شرکت‌ها و فعالان اقتصادی جزیره کیش ارائه می‌دهد.
مدیرعامل موسسه علوم و فنون کیش درخصوص ارزش‌گذاری برند موسسه علوم و فنون کیش گفت: در دنیای امروز هرچه برندها سنجش‌پذیرتر شوند، شرکت‌ها نیز با رقابت بیشتر بر ارزش آن می‌افزایند.
وی خاطرنشان کرد: ارزش برند، ابزاری برای افزایش منابع مالی، قیمت‌گذاری برند و نرخ اعطای جواز نمایندگی سهام است.
توفیقی افزود: سند ارزش‌گذاری برند موسسه علوم و فنون کیش با اتکا بر اصول و روش‌های علمی و بررسی و تحلیل انبوه داده‌ها و رعایت استانداردهای فنی، حسابداری و سرمایه‌گذاری تدوین شده و به تایید کارشناسان رسمی دادگستری رسیده است.
وی درخصوص فرآیند صورت گرفته در ارزش‌گذاری برند موسسه علوم و فنون کیش گفت: با توجه به بلوغ فرآیندی، مدل کسب و کار و جایگاه موسسه در بازار و به منظور برآورد ارزش برند آن با همکاری یک شرکت دانش‌بنیان مسلط بر این حوزه، از روش اینتربرند استفاده شد و مراحل آن با ترکیب روش‌های مالی، تحلیل کارشناسی و تحقیقات میدانی انجام گرفته که بخش بندی کانال‌های درآمدی با توجه به بازارهایی که موسسه در آنها فعال است و پیش‌بینی روند بازار در سال‌های آتی، محاسبه ارزش افزوده اقتصادی استفاده از اطلاعات گزارش حسابرسی و صورت‌های مالی، شناسایی نقش برند در خریداری و انتخاب شدن برند از طریق محاسبه شاخص نقش برند با استفاده از پرسشنامه آنلاین، محاسبه شاخص قدرت برند، تنزیل عواید آتی برند با استفاده از مدل رشد گوردن و در نهایت محاسبه ارزش برند از جمله اقدامات صورت گرفته در این زمینه بود.
مدیرعامل موسسه علوم و فنون کیش درخصوص فرآیند ارزش‌گذاری برند و اقدامات صورت گرفته در این رابطه، از محمد ثاقب‌فرد مدیر امور مجامع و حسابرسی سازمان منطقه آزاد کیش، امین محمودی‌نیا عضو هیات مدیره و مدیر مالی و اداری موسسه علوم و فنون کیش و عباس وکیلی رئیس اداره مالی موسسه علوم و فنون کیش تشکر و قدردانی کرد.

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش اظهار داشت:

کنترل کرونا؛ با اقدامات پیشگیرانه و مقابله‌ای سازمان منطقه آزاد کیش

رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش گفت: تدابیر و تلاش‌های اثرگذار سازمان منطقه آزاد کیش در مقابله با شیوع کرونا در ۸ماه گذشته، در دو بخش اقدامات مقابله‌ای و اقدامات پیشگیرانه به جدیت دنبال شده و خواهد شد.
غلامحسین مظفری افزود: در موج اول شیوع کرونا، سازمان منطقه آزاد کیش و دستگاه‌های اجرایی مستقر در این جزیره به عنوان منطقه پیشرو در کشور، مجموعه اقدامات پیشگیرانه و مبارزه با ویروس کرونا و ضوابط قرنطینه را آغاز کرده و با جدیت ادامه دادند.
وی اظهار کرد: نتیجه این تلاش‌ها موجب شد، کیش تنها شهر کشور باشد که طی ۲۶روز حتی یک مورد ابتلا به کرونا در آن گزارش نشد.
مظفری ادامه داد: اعمال محدودیت‌های تردد و حضور افراد در اجتماع، ضدعفونی کردن روزانه معابر و اماکن پرتردد شهری و ناوگان حمل و نقل عمومی، فرهنگ‌سازی رعایت ضوابط بهداشتی و استفاده بهینه از ظرفیت رسانه‌ها برای ترویج اهمیت بهداشت فردی، کنترل تب‌سنجی و پایش سلامت در مبادی ورودی جزیره کیش ازجمله اقدامات صورت گرفته بود.
رئیس هیات مدیره سازمان منطقه آزاد کیش اظهار داشت: کاهش چشمگیر پروازهای ورودی و خروجی و ضدعفونی کردن ناوگان هوایی پس از هر پرواز و رعایت پروتکل‌های بهداشتی در پروازها، خریداری دستگاه تشخیص کرونا و نصب آن در بیمارستان کیش و همچنین اهدای یک دستگاه سی‌تی اسکن پیشرفته به بیمارستان کیش، از دیگر اقدامات صورت گرفته برای کنترل کرونا بوده است.
وی در ادامه گفت: نکته مهم دیگر آنکه با تغییر روند ارائه خدمات در بیمارستان کیش و جداسازی بخش‌های مختلف، یک مرکز ویژه ارائه خدمات درمانی به بیماران مبتلا به کووید۱۹ و یک مرکز قرنطینه برای دوران نقاهت افراد مبتلا تخصیص یافت. در این روند، استفاده از سرویس‌های آنلاین در بیمارستان کیش مانند طرح فروش آنلاین دارو در راستای اجرای سیاست‌های شورای سلامت کیش و با هدف کاهش مراجعات حضوری مردم اجرا شد.
مظفری افزود: همچنین از ظرفیت تولیدی داخلی جزیره برای تولید ژل ضدعفونی و ماسک و دستکش که در جهت تامین نیاز داخلی جزیره موثر بود، استفاده شد که تا حد زیادی نیاز به واردات را مرتفع ساخت.
به گفته مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش، توزیع رایگان اقلام بهداشتی در میان مردم و اجرای دقیق مصوبات شورای سلامت و هماهنگی تمامی دستگاه‌های اجرایی با شورای سلامت، به جزیره کیش در کنترل موفق بیماری کمک کرد. همچنین در مرحله کنترل شیوع کرونا که روند بازگشت ساکنان به جزیره کیش آغاز شد، با همکاری ضابطین سلامت، نظارت بر رعایت پروتکل‌های بهداشتی قوت گرفت و مقرر شد با افرادی که در بدو ورود به جزیره تا دو هفته قرنطینه خانگی را رعایت نمی‌کنند، برخورد قانونی شود. همچنین نظارت‌های حداکثری بر وسائط نقلیه عمومی، مراکز تجاری و پذیرایی در کیش بیشتر شد.
وی گفت: براساس مصوبات شورای سلامت جزیره، ایرلاین‌های که به کیش پرواز دارند، به رعایت کامل ضوابط بهداشتی ملزم شدند و در مبادی ورودی جزیره هم با بهره‌گیری از تونل‌های ضدعفونی کننده، موارد بهداشتی با پیشرفته‌ترین روش‌ها رعایت و کنترل می‌شود.
مظفری ادامه داد: جدیدترین اقدامات در زمینه کنترل روند بیماری و درمان مطلوب مبتلایان، نشانگر ایجاد مرکز جداگانه نگهداری بیماران عفونی و تنفسی مبتلا به ویروس کووید۱۹ با نام «فیاک» شامل سه بخش «بستری، درمانگاه و بخش ویژه» با ۴۴تخت و ۵تخت ایزوله و مجموعه فیاک به «دستگاه پلاسما فرزیس» در بخش ایزوله تنفسی با هدف سرعت بخشیدن به فرآیند درمان بیماران مبتلا به کرونا است. دستگاه سی‌تی اسکن سیار نیز در مجموعه فیاک استقرار یافته است.
رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش در پایان از اعضای شورای سلامت، نیروهای درمانی و پزشکی بیمارستان کیش و کلیه سازمان‌ها و افرادی که در کنترل ویروس کرونا در کیش تلاش کرده و می‌کنند، تشکر نمود.

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش عنوان کرد:

هندورابی و کیش؛ بستر اصلی توسعه گردشگری سواحل جنوبی ایران

رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش گفت: راه‌اندازی حمل و نقل ترکیبی «هوایی و دریایی» می‌تواند نقش موثری بر توسعه صنعت گردشگری و رونق اقتصادی جزیره هندورابی داشته باشد.
غلامحسین مظفری به همراه امیرافشین خواجه‌فرد مدیرعامل سازمان صنایع هوایی کشور، در بازدید از امکانات و زیرساخت‌های باند فرودگاه این جزیره؛ هندورابی و کیش را بستر اصلی توسعه گردشگری برای سواحل جنوبی ایران برشمرد و افزود: با توجه به این که گردشگری به عنوان یک صنعت پر درآمد، رونق اقتصادی تمام دنیا را تحت تاثیر قرار داده است، می‌تواند مکمل خوبی در توسعه گردشگری جزیره کیش و کشور باشد و این مهم به دیگر مناطق جنوبی ایران تسری یابد.
وی، از جزیره هندورابی به عنوان یک سرمایه ارزشمند در سطح کشور یاد کرد و اظهار داشت: یکی از ویژگی‌های این جزیره، برخورداری از سواحل زیبا و آب و هوای متنوع و فراهم شدن امکانات و زیرساخت‌های ابتدایی در این منطقه است.
مظفری تصریح کرد: براساس طرح جامع و برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، به منظور تحقق یافتن بهترین اقدامات زیرساختی و گردشگری، در آینده نزدیک شاهد اتفاقات خوبی در حوزه گردشگری هندورابی خواهیم بود.
رئیس هیات مدیره سازمان منطقه آزاد کیش با بیان این که سواحل جنوبی کشور از ظرفیت‌های بالایی برخوردار است، افزود: با اهتمام به کارگیری پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های موجود می‌توانیم گام‌های موثری در حوزه گردشگری برداریم و اقتصاد کشور را متحول کنیم.
وی با اشاره به این که طی یک سال گذشته اقدامات خوبی در حوزه زیرساختی و امکانات این منطقه انجام شده است، گفت: طرح جامع هندورابی ظرف ۵سال آینده عملیاتی و اجرایی خواهد شد و این منطقه می‌تواند نقش مهمی در اقتصاد کشور ایفا کند.
مظفری با بیان این که رئیس فدراسیون کاراته جهانی در سفر چند روزه خود به ایران، فضای جزیره کیش را از نظر هتلینگ و خدمات گردشگری، ترمینال مسافری، حمل و نقل و... مثبت ارزیابی کرد، اظهار کرد: جزیره کیش از نظر پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های موجود، یکی از نادر مناطق موجود در دنیا است که ورزشکاران می‌توانند در محیطی سالم و امن به فعالیت‌ها و مسابقات ورزشی بپردازند و همچنین منطقه‌ای مناسب برای برگزاری برنامه‌ها و همایش‌های بین‌المللی است.
مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش، بستر اصلی تحقق یافتن اقدامات مهم در حوزه گردشگری را حمل و نقل مناسب عنوان کرد و اذعان نمود: با فراهم شدن تمام امکانات و زیرساخت‌های مورد نیاز می‌توانیم یک کنسرسیوم برای حمل و نقل با محوریت سه مجموعه تفریحی و گردشگری جزایر کیش، هندورابی و بندر آفتاب در استان هرمزگان تعریف کنیم.
وی خاطرنشان کرد: در حال حاضر ۲میلیون مسافر در سال به جزیره کیش سفر می‌کنند که با اتمام پروژه ترمینال فرودگاه بین‌المللی کیش، این ظرفیت به شش میلیون نفر در سال افزایش خواهد یافت.
مظفری افزود: ظرفیت هتلینگ جزیره کیش نیز با هتل‌های جدید به دو نیم برابر و بالغ بر ۴میلیون نفر خواهد رسید.
وی درخصوص موضوعات کلان کشور در این منطقه گفت: با فراهم شدن مقدماتی در این منطقه مجموعه‌های اقتصادی کشور ازجمله مالی، پولی و زیرساخت‌ها، همه با هم در قالب یک کنسرسیوم با محوریت شرکت سرمایه‌گذاری و توسعه کیش و با پیش‌بینی سرمایه اولیه ۱۰هزار میلیارد تومان، در قالب یک شرکت، فعالیت خود را آغاز خواهند کرد و کسانی که قصد سرمایه‌گذاری دارند، می‌توانند نسبت به خرید سهام از این شرکت اقدام کنند.
رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش در پایان اظهار داشت: درخصوص زیرساخت‌ها، تقسیم کار اولیه انجام شده است و شرکت‌هایی همچون مپنا، انرژی «آب و برق» این منطقه را برعهده خواهند گرفت و طی مذاکراتی با یک شرکت داخلی درخصوص تمام زیرساخت‌های فیبر اصلی پشتیبان به جزیره کیش و داخل جزیره، طرح فیبر نوری نهایی شده و این موضوع در دستورکار سازمان منطقه آزاد کیش قرار گرفته است.
همچنین، مدیرعامل سازمان صنایع هوایی کشور با اشاره به این که در زمینه‌های هواپیماسازی مدل‌های: ایرباس، ام‌دی، ۳۳۷ و حتی صنعت بدون سرنشین، هلی‌کوپترها و ویتورها از برنامه‌های آینده این شرکت است، اظهار داشت: در حال تولید ۸مدل از هواپیماها هستیم و تلاش می‌کنیم در این صنعت به ارائه خدمات پایدار برسیم.
امیرافشین خواجه‌فرد گفت: این اقدام مهم نیاز به یک پشتیبانی پایدار دارد که پیش‌بینی‌ها لازم در این خصوص اندیشیده شده است.
وی با بیان این که این منطقه از نظر حمل و نقل ترکیبی و ارتباطات سریع با جزایر دیگر زیرساخت‌هایی دارد که برای تردد مسافران توسط شاتل دو ساعته در نظر گرفته شده است، افزود: با توجه به این که در دهه فجر از ترابری سبک قصد رونمایی داریم، این مهم می‌تواند برای حمل و نقل ترکیبی سبک در این منطقه کاربردی باشد.
مدیرعامل سازمان صنایع هوایی کشور با اشاره به این که نوع و ماهیت صنعت هوایی به گونه‌ای است که توسعه پایدار ایجاد می‌کند، تصریح کرد: تلاش بر این است تا عید امسال بتوانیم مسیر ترکیبی را ایجاد کنیم و آموزش‌های لازم در این خصوص برای پرسنل برگزار شود.
معاون عمرانی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد کیش با بیان این که این جزیره با محوریت گردشگری و براساس طرح جامع درنظر گرفته شده است، افزود: جزیره هندورابی به عنوان منطقه‌ای که از نظر جذابیت‌های گردشگری منطقه‌ای با طبیعت بکر است، با راهبری مدیریت غلامحسین مظفری مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش، اقدامات زیرساختی و بسته‌های سرمایه‌گذاری توسط مشاورین مجرب و توانمند تهیه و مورد استقبال بسیار خوب فعالین اقتصادی جهت سرمایه‌گذاری قرار گرفته است.
مصطفی خانزادی با بیان این که مساحت این منطقه محدود است و ترددهای هوایی با محوریت گردشگری عملیاتی خواهد شد؛ فرصت‌های سرمایه‌گذاری در این منطقه را استثنایی عنوان کرد و اذعان داشت: خارج از نگاه‌های اقتصادی، کسی که قصد سرمایه‌گذاری دارد، می‌تواند از مجوز ساخت سایت هلی‌کوپتری که بیشتر از ۷آشیانه طبق طرح جامع دیده نشده است، بهره‌مند شوند که تاکنون سه شرکت آمادگی خود را جهت سرمایه‌گذاری اعلام کرده است.
در این نشست، مدیر جزایر اقماری کیش، با بیان این که این منطقه در طرح جامع به عنوان یک جزیره طبیعت‌محور تعریف شده است، اظهار داشت: ۱۳بسته سرمایه‌گذاری در قالب تفریحات دریایی هتلینگ و خدمات گردشگری درنظر گرفته شده است که سالانه به طور متوسط ۲۰۰۰نفر به صورت خودجوش در ایام نوروز و اواخر سال به این جزیره سفر می‌کنند.
امیر ترکاشوند درخصوص اقدامات انجام شده جهت ارائه خدمات تلفن همراه در جزیره هندورابی افزود: اقداماتی در زمینه فیبر نوری صورت گرفته و طی مذاکراتی با مخابرات؛ در آینده نزدیک دکل تلفن همراه در این جزیره نصب و راه‌اندازی خواهد شد و همچنین آب مورد نیاز این منطقه به میزان ۳۰۰مترمکعب و بیش از نیاز این منطقه تولید و آبیاری فضای سبز نیز از آب شیرین تامین می‌شود.

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش اظهار کرد:

توسعه بوم‌گردی روستایی با محوریت روستای باغو در جزیره کیش

رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش در مراسم بهره‌برداری از طرح آبرسانی به روستای باغو، از طراحی طرح بزرگ بوم‌گردی روستایی کیش با محوریت این روستا خبر داد.
غلامحسین مظفری با اشاره به اینکه پیش از این تامین آب روستای باغو به وسیله تانکر انجام می‌شد، گفت: در ادامه ارائه خدمات به مردم عزیز جزیره کیش، پروژه آبرسانی روستای باغو نیز افتتاح شد که اجرای این طرح یکی از ضرورت‌ها برای تنها روستای جزیره کیش بود و با اجرای ۱۳۰۰متر خط لوله، سکنه روستا از این نعمت برخوردار شدند.
وی افزود: بحث تبدیل روستای باغو به یک روستای گردشگری در دستورکار قرار دارد. در این رابطه، طرح جامع گردشگری روستا در دست تدوین است و بیش از ۵۰درصد آن توسط مشاور انجام و مقدمات آن مهیا شده است.
رئیس هیات مدیره سازمان منطقه آزاد کیش با اشاره به اینکه خوشبختانه مجموعه آماده دیگری در زمینه بوم‌گردی تحت عنوان خانه بومیان در منطقه قدیم کیش وجود دارد، اظهار داشت: محور اصلی و اساس و پایه بوم‌گردی همین فعالیت‌هایی است که در روستای باغو شکل گرفته و یک طرح پیشنهادی دیگر نیز پروژه‌ای در نزدیکی روستای باغو است که با سرمایه‌گذاری بزرگ و محوریت بوم‌گردی توسط مجموعه‌ای توانمند طراحی شده و در دستورکار قرار گرفته است.
مظفری عنوان کرد: طبق بررسی‌ها دریافتیم که کشش و گرایش خوبی از سوی مردم نسبت به اینگونه طرح‌ها وجود دارد و محوریت روستای باغو برای طرح‌های بوم‌گردی روستایی و مناطق قدیمی کیش با هدف پاسخگویی به نیاز علاقه‌مندان این حوزه ظرفیت خوبی محسوب می‌شود.
وی همچنین درخصوص طرح‌های زیرساختی جزیره اظهار داشت: در کیش خوشبختانه بیش از ۱۰۰طرح در دست اجرا در حوزه‌های زیرساختی و بخش خصوصی داریم که با سرعت مناسب در حال انجام است و بیش از ۳۰هزار میلیارد تومان در این حوزه سرمایه‌گذاری شده است.
مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش بیان داشت: در ماه‌های آینده شاهد بهره‌برداری از تعداد زیادی طرح خواهیم بود و مرتب و مکرر پروژه‌های جدیدی در دستورکار قرار می‌دهیم که بخشی از آنها، طرح‌هایی به معنای واقعی در سطح ملی هستند و حتی هموطنان ما می‌توانند فراتر از طرح‌های ملی از آنها خدمات دریافت کنند.
مظفری گفت: امیدوارم طرح‌های زیرساختی را تا پایان سال و به تعبیری تا پایان دولت دوازدهم بهره‌برداری کنیم و تمامی کارهایی که در دست اجرا است با شکلی مشخص و شفاف انجام و تحویل داده شود و به دنبال آن از طرح‌های جدید و متناسب با نیاز کیش و کشور غفلت نکنیم.
رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه آزاد کیش در پایان، جزیره هندورابی را ظرفیتی بسیار مطلوب برای توسعه سواحل جنوب کشور عنوان کرد و اظهار نمود: پروژه جزیره هندورابی در غالب طرحی خوب در دستورکار است و به زودی آن عملیاتی می‌کنیم تا ظرف مدت ۵سال آینده، هندورابی متناسب و معادل کیش نقش ایفا کند.
گفتنی است، با توجه به اینکه آب شرب ساکنان روستای باغو تاکنون با تانکر حمل، ذخیره‌سازی تامین می‌شده و فاصله مکانی، تامین دائمی و مستمر آب بهداشتی را با مشکلات متعدد روبه‌رو کرده بود. اجرای پروژه ۱۳۰۰متر خط لوله ۴اینچ با مبلغی بالغ بر ۱۰میلیارد ریال در دستورکار شرکت عمران و آب و خدمات شهری قرار گرفت و توسط شرکت آب و نیروی ماهتاب اجرا شد.

دکتر روزبهان در دیدار با سرکنسول ایران در آستراخان روسیه اظهار داشت:

تبدیل منطقه آزاد انزلی به مرکز ثقل مراودات بین‌المللی کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای

کوچکیان سرکنسول ایران در جمهوری آستراخان روسیه با دکتر محمدولی روزبهان رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه آزاد انزلی دیدار کرده و درخصوص ساز و کارهای بهره‌برداری از ظرفیت‌های دوطرف، جهت توسعه روابط کشورمان با روسیه و اتحادیه اقتصادی اوراسیا، به بحث و تبادل نظر پرداختند.

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد انزلی در این نشست با بیان اینکه افزایش مناسبات و ظرفیت‌های جدید صادراتی و ترانزیتی مهم‌ترین راهبرد این منطقه در ارتباط با روسیه را تشکیل می‌دهد، اظهار داشت: این استراتژی در چارچوب تلاش‌های دولت به منظور فعال‌سازی کریدور شمال-جنوب قابل تعریف است که در این میان با اتصال این منطقه به خط ریل سراسری ایران، زمینه وصل شدن سواحل خلیج فارس و دریای عمان به دریای خزر با محوریت منطقه آزاد انزلی محقق می‌شود.

محمدولی روزبهان با اشاره به برنامه‌های توسعه‌ای سازمان متبوع خود در زمینه تکمیل زیرساخت‌های بندری و ریلی، ایجاد اسکله بندری رو-رو که قابلیت تخلیه و بارگیری مستقیم بار از طریق واگن قطار را فراهم می‌کند را از این جمله اعلام کرد و افزود: با توجه به تغییر و تحولات به وجود آمده در ژئوپلتیک منطقه خزر، دریای خزر با قرار گرفتن در مسیر ترانزیتی کریدورهای بین‌المللی، قابلیت تبدیل شدن به شاهراه ارتباطی کشورهای جنوب و جنوب شرقی آسیا با اروپا را دارا می‌باشد؛ نقشی که با محوریت ایران و منطقه آزاد انزلی قابل تحقق است.

رئیس هیات مدیره سازمان منطقه آزاد انزلی با اشاره به اقدامات متنوع سازمان متبوع خود در بخش‌های مختلف، تصریح کرد: در آینده نزدیک منطقه آزاد انزلی به مرکز ثقل مراودات بین‌المللی کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای تبدیل می‌شود.

وی گفت: با توجه به سابقه روابط دو کشور و مناسبات استراتژیک فی مابین و عزم موجود میان روسای جمهور دو کشور مبنی بر توسعه روابط ایران و روسیه، باید حداقل ۱۰درصد از حجم ۵۰۰میلیارد تنی نقل و انتقال کالا میان اروپا و آسیا که از طریق کانال سوئز انجام می‌شود، در مسیر کریدور شمال-جنوب و بنادر منطقه آزاد انزلی و آستراخان عبور داد.

رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه آزاد انزلی با بیان اینکه علاوه بر تکمیل زیرساخت‌های ترانزیتی، طرح ایجاد شهرک صنعتی ناحیه۳ و توسعه منطقه که به افزایش چند برابری فضای مناسب جهت گسترش محدوده‌های تولیدی-صنعتی منطقه منجر می‌شود را باید به عنوان حلقه‌های مکمل یکدیگر عنوان کرد و افزود: در ایجاد زیرساخت‌ها از توان بخش خصوصی بهره می‌بریم و اکنون سه پست اسکله در بندر کاسپین مشغول به فعالیت بوده و سه پست دیگر نیز توسط بخش خصوصی در حال ساخت می‌باشد و در عین حال برای احداث ۵پست دیگر نیز با مشارکت بخش خصوصی در حال مذاکره می‌باشیم.

همچنین، سرکنسول ایران در آستراخان روسیه در این دیدار با اظهار خوشحالی از امکانات و زیرساخت‌های موجود در منطقه آزاد انزلی، به انزوای دشمن در تحریم همه‌جانبه کشورمان پرداخت و با اشاره به سختی شرایط تحریمی برای فعالین اقتصادی و صادرکنندگان، تاکید کرد که در حال طی کردن مسیر سختی هستیم، اما آینده از آن ایران اسلامی است.

وی با ارائه گزارشی از برنامه‌های توسعه‌ای کشور روسیه در زمینه افزایش ظرفیت‌های حمل و نقل دریایی و بندری خود در آستراخان اضافه کرد: نکته حائز اهمیت در زمینه توسعه روابط با فدراسیون روسیه، علاقه و عزم این کشور در جهت توسعه مبادلات بوده و این در حالی است که روسیه از نظر سیاسی و اقتصادی برای کشورمان حائز اهمیت است.

سرکنسول ایران در آستراخان روسیه، ویژگی متمایز منطقه آزاد انزلی را مزایای قانونی و آماده بودن امکانات زیرساختی لازم اعلام کرد و گفت: در ارتباط با ایفاگری نقش در معادلات ترانزیتی بین‌المللی با استفاده از ظرفیت‌های متنوع منطقه آزاد انزلی باید نگاه ملی و بلند براساس ظرفیت‌های قابل عملیاتی شدن برنامه‌ریزی کرد و در این میان می‌توان از توانمندی‌های سرای تجاری ایرانیان در آستراخان نیز بهره برد.

دکتر روزبهان در دیدار با اعضای هیات رئیسه بانک شهر مطرح کرد:

ضرورت مشارکت نهادهای بانکی کشور در توسعه اقتصادی منطقه آزاد انزلی

رئیس و اعضای هیات مدیره و مدیران بانک شهر با دکتر محمدولی روزبهان رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه آزاد انزلی دیدار و درخصوص گسترش همکاری‌های فی‌مابین گفت‌وگو کردند.مدیرعامل سازمان منطقه آزاد انزلی در این نشست، با تجزیه و تحلیل شرایط و ویژگی‌های مناطق آزاد هفتگانه کشور، به وجوه متمایز و منحصربه‌فرد منطقه متبوع خود پرداخت و تصریح کرد: با توجه به شرایط ویژه، ظرفیت‌ها، زیرساخت‌ها و فرصت‌های ایجاد شده در این منطقه در حوزه‌های مختلف تولیدی-صنعتی، گردشگری، کریدورهای بین‌المللی، بندری و مزایا قانونی منطقه به همراه اتصال این منطقه به شبکه ریل سراسری کشور که منجر به اتصال بنادر جنوبی کشور در سواحل خلیج فارس و دریای عمان به تنها منطقه آزاد شمال کشور می‌شود؛ زمانی که در کنار نقش این منطقه در اتحادیه اقتصادی اوراسیا قرار دهیم، به یک واقعیت می‌رسیم، منطقه آزاد انزلی در آغاز مرحله اوج خود در عرصه‌های بین‌المللی قرار دارد.

محمدولی روزبهان با اشاره به طرح‌های مختلف توسعه‌ای منطقه آزاد انزلی در زمینه‌های مختلف، از سرمایه‌گذاری حدود ۸هزار میلیارد تومانی بخش خصوصی در شهرک صنعتی ناحیه سه منطقه با حضور بالغ بر ۴۰۰واحد تولیدی خبر داد و افزود: حجم گسترده سرمایه‌گذاری در این منطقه و پروژه‌های زیرساختی سازمانی و طرح‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، نیازمند منابع مالی و بانکی به منظور تسریع در فرآیندهای احداث و طرح توسعه است؛ موضوعی که مشارکت نهادهای بانکی در توسعه اقتصادی منطقه آزاد انزلی را در دستیابی به اهداف کشورمان در معادلات بین‌المللی از اهمیت بیشتری برخوردار می‌کند.

همچنین، دکتر عیسی قهرمانی چابک رئیس هیات مدیره بانک شهر در این دیدار با بیان اینکه نقش و کارویژه اصلی بانک‌ها در عرصه‌های مختلف اقتصادی کشورمان، محوری است، به نوعی که حدود ۸۵درصد از تامین مالی پروژه‌های مختلف برعهده شبکه بانکی است؛ گزارشی از توانمندی‌های مختلف بانک شهر ارائه کرد و افزود: ما علاقه‌مند به حضور و ایفای نقش در کنار سازمان منطقه آزاد انزلی و بخش خصوصی آن هستیم و به منظور ترسیم افق همکاری دوجانبه در حوزه‌های مورد علاقه، آمادگی خود را برای انعقاد تفاهم‌نامه عملیاتی اعلام می‌داریم.

در دیدار سرکنسول ایران در آستراخان با فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاران منطقه آزاد انزلی مطرح شد:

منطقه آزاد انزلی؛ منطقه‌ای استراتژیک جهت ورود به بازار روسیه و اوراسیا

کوچکیان سرکنسول ایران در آستراخان روسیه با فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاران منطقه آزاد انزلی درخصوص مسائل و راهکاری گسترش مبادلات تجاری با فعالین اقتصادی و حضور در بازار روسیه به تبادل نظر پرداخت.

در این نشست که به همت انجمن سرمایه‌گذاران و کارآفرینان منطقه برگزار شد، عضو هیات مدیره و معاون امور بندری و حوزه خزر سازمان منطقه آزاد انزلی، آستراخان را دروازه ورود ایران به اروپا تعبیر کرد و با اشاره به تفاهم‌نامه‌های منعقده میان این سازمان و منطقه لوتوس آستراخان و اجرای طرح‌های توسعه‌ای از سوی دو منطقه گفت: می‌توان تصریح کرد که منطقه آزاد انزلی، منطقه استراتژیکی جهت ورود به بازار روسیه و اتحادیه اقتصادی اوراسیا می‌باشد.

امین افقی با بیان اینکه منطقه آزاد انزلی با هدف صادارت به روسیه تاسیس شده و تبدیل شدن به هاب مبادلات کالایی منطقه و حلقه اتصال کریدور شمال-جنوب، دو ماموریت اصلی این منطقه را تشکیل می‌دهد، افزود: منطقه آزاد انزلی دارای دو بندر کاسپین و انزلی است که نزدیکترین بنادر ایران به آستراخان بوده و در عین حال با توجه به همکاری‌های مشترکی همچون ساخت کشتی مسافربری کروز با امکانات هتل ۵ستاره در آستراخان، ما به دنبال ایجاد شورای همکاری مناطق آزاد اوراسیا و منطقه خزر هستیم و در این مسیر آستراخان روسیه را شریک خوبی قلمداد می‌کنیم.

معاون اقتصادی و سرمایه‌گذاری سازمان منطقه آزاد انزلی نیز در این دیدار با بیان نمونه‌هایی از مزایا و معافیت‌های قانونی فعالیت اقتصادی و سرمایه‌گذاری در منطقه متبوع خود، از ثبت و فعالیت ۴۲شرکت روسی در این منطقه خبر داد و اظهار نمود: از مهم‌ترین فرصت‌های همکاری دو کشور با محوریت منطقه آزاد انزلی را می‌توان کریدورهای شمال-جنوب، چین، قزاقستان، ایران و تراسیکا اعلام کرد که در زمینه ترانزیت کالا و صادات مجدد به بازار روسیه می‌توانیم نقش بیشتری ایفا کنیم.

وحید طالب‌پور، تکمیل زیرساخت‌هایی همچون پسکرانه مجتمع بندری کاسپین، پارک لجستیک و شهرک‌های صنعتی را از زیرساخت‌های موجود و در حال توسعه منطقه آزاد انزلی به منظور افزایش ظرفیت‌های مبادله کالا با روسیه بیان داشت و افزود: با تکیه بر ظرفیت‌هایی چون اتاق بازرگانی گیلان و اتاق روسیه، فعالیت بانک ایرانی در آستراخان و نقش منطقه آزاد انزلی به عنوان درگاه اصلی روابط ایران با روسیه می‌توان حجم مبادلات دو کشور را به ویژه در زمینه محصولات کشاورزی افزایش داد.

همچنین، سرکنسول ایران در آستراخان روسیه با تصریح بر اینکه همکاری سه‌جانبه سازمان منطقه آزاد انزلی، کشتیرانی خزر و سرکنسولگری ایران زمینه تسهیل و توسعه مراودات با روسیه را فراهم می‌کند، اظهار داشت: در ارتباط با روسیه باید توجه داشت که عزم و آمادگی طرف روس برای توسعه روابط بیش از ایرانیان است که نمونه آن را می‌توان تعیین بودجه خرید ۴۰۰کانتینر یخچال‌دار در روسیه جهت مبادله کالای ایران اعلام کرد.

کوچکیان با بیان اینکه فعالین اقتصادی ایران هنوز با دستورالعمل‌های روسیه و اتحادیه اقتصادی اوراسیا جهت بهره‌برداری از تعرفه ترجیحی آشنایی ندارند، افزود: افزایش گفتگوهای استان‌های شمالی ایران و جنوب روسیه، برگزاری نمایشگاه مجازی در دوران کرونا، تنظیم انتظارات خود از بازار روسیه براساس قوانین و مقررات این کشور با آشنایی و رعایت آن، فعال کردن خطوط هوایی میان دو کشور، ایجاد کشتارگاه با ذبح اسلامی در آستراخان، تاسیس آزمایشگاه غلات مورد تایید دو طرف به منظور تسهیل مبادلات فی مابین را در دستورکار قرار داده‌ایم.

سرکنسول ایران در آستراخان روسیه افزایش ظرفیت کشتی‌های رو-رو ایرانی در دریای خزر و توجه به جذب سرمایه‌گذاران روسی در کنار توجه به فعالین اقتصادی چینی به همراه افزایش حضور توریسم تجاری و مسافری روسی را در مسیر توسعه مراودات ایران و روسیه با محوریت منطقه آزاد انزلی حائز اهمیت ارزیابی کرد.

گفتنی است، در این جلسه اصغر امانی رئیس انجمن سرمایه‌گذاران و کارآفرینان منطقه و برخی از فعالین اقتصادی پیشنهادات و سوالات خود در زمینه مراودات تجاری با روسیه را از سرکنسول ایران مطرح کردند.

همچنین، سرکنسول ایران در آستراخان روسیه و هیات همراه، از زیرساخت‌ها و امکانات مجتمع بندری کاسپین و خط آهن در حال احداث بازدید به عمل آوردند.

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد انزلی اظهار داشت:

گرامیداشت هفته دفاع مقدس، انتقال پیام و الگوی رشادت و مجاهدت در عرصه‌های مختلف دفاع از دین و میهن است

بسم رب الشهداء و الصدیقین

بعد از گذشت چهل سال از آغاز حمله صدام بعثی به ایران اسلامی در سی‌ویکم شهریورماه۱۳۵۹، هنوز ندای یا حسین، یا زهراء نیروهای جان برکف از بخش‌های غربی و جنوب غربی کشور به گوش می‌رسد؛ جوانانی که ندای هل من ناصر ینصرنی امام خمینی(ره) را به گوش جان شنیده و در قالب نیروهای ارتشی و بسیحی فوج فوج به مقابله با تعرض دشمن به ناموس ایران اسلامی پرداختند که از افتخار شهادت تا جانبازی و اسارت نصیب این سروقامتان شد.

امروز و بعد از گذشت حدود چهار دهه از آن سال‌های سخت ولی پرافتخار، کشورمان درگیر محاصره و جنگ اقتصادی است؛ در نتیجه الگوبرداری از سیره هشت سال دفاع مقدس، در این برهه از تاریخ کشورمان اهمیت مضاعفی پیدا می‌کند؛ مسیری که می‌توان در قالب اقتداء به ولایت، تلاش مضاعف به منظور خودکفایی و تکیه بر توانمندی‌های داخلی، همراهی و همدلی برای تعالی وطن از طریق کار باکیفیت و صادقانه را به منصه‌ظهور رساند.

سازمان منطقه آزاد انزلی به عنوان بزرگترین بنگاه اقتصادی شمال کشور، تلاش مجاهدانه به منظور تحقق رهنمودهای رهبری در قالب اقتصاد مقاومتی را در اولویت قرار داده و در این مسیر همراه و همگام تولیدکنندگان و فعالین بخش خصوصی که مجاهدان نبرد اقتصادی قلمداد می‌شوند را در دستورکار قرار داده و شکستن حلقه‌های تحریم و دستیابی به بازارهای صادراتی جدید کشورمان را هدفگذاری کرده است.

اخبار منطقه آزاد انزلی

دکتر روزبهان در مراسم تکریم و معارفه عضو موظف هیات مدیره سازمان منطقه آزاد انزلی اظهار کرد:

منطقه آزاد انزلی مهم‌ترین مجرای ارتباطی اقتصاد کشور در مراودات بین‌المللی

مراسم تکریم وحید طالب‌پور عضو پیشین هیات مدیره و معارفه محمدحسین قربانی عضو موظف جدید هیات مدیره سازمان منطقه آزاد انزلی با حضور اعضای هیات مدیره، معاونین و مدیران این سازمان برگزار شد.

رئیس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان منطقه آزاد انزلی در این جلسه با اشاره به تغییر و تحولات منطقه‌ای و بین‌المللی تصریح کرد: شرایط ویژه کشورمان، تلاش ویژه در تبدیل تهدیدات موجود به فرصت برای اقتصاد کشور را صدچندان می‌کند.

محمدولی روزبهان با بیان اینکه به رغم تحریم‌ها و تهدیدات موجود، منطقه آزاد انزلی در موقعیت حساسی برای اوج گرفتن قرار گرفته است، اظهار داشت: منطقه آزاد انزلی به دلیل قرار گرفتن در موقعیت استراتژیک، زیرساخت‌های مناسب و نقش محوری در کریدورهای بین‌المللی و تعاملات کشورمان با اعضای اتحادیه اقتصادی اوراسیا و چین و کشورهای اروپایی؛ مهم‌ترین پنجره و مجرای ارتباطی اقتصاد کشورمان در مراودات بین‌المللی است؛ در نتیجه مجموعه پرسنل و فعالین اقتصادی منطقه آزاد انزلی به عنوان سربازان خط مقدم جهاد اقتصادی ایران اسلامی باید به ایفای نقش بپردازند.

مدیرعامل سازمان منطقه آزاد انزلی، اختصاص ۵۰میلیارد تومان از سوی دولت محترم جهت تسریع در تکمیل پروژه اتصال منطقه به خط آهن سراسری را بیانگر عزم جدی نظام در فعال‌سازی کریدور شمال-جنوب و اتصال ریلی بنادر جنوبی و شمالی کشور عنوان کرد و با اشاره به تلاش‌ها و فرصت‌های پیش روی معاونت اقتصادی سازمان که مهم‌ترین حوزه کاری در عرصه جهاد اقتصادی است، اضافه کرد: افزایش چند برابری محدوده صنعتی باید به رشد متناسب در جذب طرح‌های سرمایه‌گذاری تولیدی منجر شود؛ فرصتی که گام نخست آن ایجاد شهرک صنعتی ناحیه سه و دو برابر شدن پهنه صنعتی-تولیدی منطقه است.

عضو موظف جدید هیات مدیره سازمان منطقه آزاد انزلی با اشاره به سوابق و مسئولیت‌های خود در عرصه‌های مختلف، هم‌افزایی و بهره‌گیری حداکثری از همه توانمندی‌های مدیریتی و بخش خصوصی استان گیلان را مهم‌ترین راهبرد دستیابی به اهداف ترسیم شده برای منطقه آزاد انزلی اعلام و افزود: منطقه آزاد انزلی به عنوان یک بنگاه بخش خصوصی موظف به حمایت از سرمایه‌گذاران است. ما خادم بخش خصوصی هستیم؛ چراکه در دوره نبرد اقتصادی، فرماندهان این میدان فعالین اقتصادی کشور و منطقه می‌باشند.

محمدحسین قربانی با اشاره به توان مدیریتی مدیرعامل سازمان و سابقه حضور ۱۵ساله در بدنه اصلی مدیریتی و کارشناسی سازمان که نقش موثری در ارتقاء بهره‌وری خواهد داشت، افزود: مدیران، سرمایه‌های کشور می‌باشند و باید با حمایت از مدیران حامی بخش خصوصی، به مسیر خدمت‌رسانی به سرمایه‌گذاران تداوم بخشید و این مهم‌ترین راهکار اجرای تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، گسترش تولید و انتقال فناوری است.

با حضور مدیران سازمان منطقه آزاد انزلی و دانشگاه علوم پزشکی انجام شد:

برگزاری جلسه کارگروه رصد و رفع عوارض اجتماعی بحران کرونا در منطقه آزاد انزلی

«کارگروه رصد اجتماعی و رفع عوارض اجتماعی بحران کرونا» با حضور اعضای هیات مدیره، معاونین و مدیران سازمان منطقه آزاد انزلی و مدیران دانشگاه علوم پزشکی و شبکه بهداشت و درمان با دستورکار بررسی مدیریت شرایط آتی به لحاظ نحوه مدیریت حوزه‌های سازمان در شرایط کرونایی و همچنین عارضه‌های اجتماعی ناشی از بحران بیماری کووید۱۹ برگزار شد.

در جلسه مزبور، حوزه‌های مختلف سازمان منطقه آزاد انزلی گزارشی از عملکرد معاونت و مدیریت متبوع خود را در این زمینه ارائه دادند و برنامه‌های آتی سازمان در شرایط تداوم همه‌گیری کرونا براساس تجربیات هفت ماهه گذشته مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت.

واکاوی ضرورت توسعه گردشگری مناطق آزاد در گفت‌وگو با معاونین و کارشناسان:

لزوم مداقه علمی بر کارکرد گردشگری در مناطق آزاد

گزارش:
ملیحه اسناوندی

شاید مناطق آزاد تجاری-صنعتی در ابتدا با هدف توسعه و تسهیل فعالیت‌های تجاری و صنعتی تاسیس شدند، اما رفته رفته به دلیل قرارگیری این مناطق در نقاط خاص کشور، موقعیت جذب گردشگر هم پیدا کردند. اصلا مگر می‌توان سرزمین ستارگان، جنگل همیشه سبز حرا، غار نمکی و روستاهای بکر و دست نخورده قشم را نادیده گرفت. مگر می‌شود سواحل آرام زیباکنار انزلی را خالی از گردشگر تصور کرد یا جزیره کیش را که با جاذبه‌های ورزش دریایی به یکی از مفرح‌ترین نقاط کشور تبدیل شده، خالی از گردشگر تصور نمود؟! این مناطق هر کدام شگفتی‌هایی در دل دارند که در دنیا بی‌نظیر است. آگاهی از کمبودها و تنگناهای بخش گردشگری، برنامه‌ریزی صحیح و استفاده از فرصت‌ها و نقاط قوت مناطق آزاد می‌تواند زمینه شکوفایی و توسعه پایدار را فراهم کند و از طرفی تهدیدات و نقاط ضعف را به حداقل برساند.

ضمن آنکه بومی‌سازی و به کارگیری تجارب موفق بین‌المللی سبب فراهم شدن شرایط برتر برای توسعه صنعت گردشگری و مناطق آزاد خواهد شد، به شرط آنکه راهبردهایی همچون مرمت و احیای آثار تاریخی، تامین زیرساخت‌های مورد نیاز و استفاده از ظرفیت‌ها و مشوق‌های قانونی جهت جذب سرمایه‌گذار و تسهیل در ورود گردشگران خارجی در دستورکار متولیان امر و دستگاه‌های ذیربط نیز قرار گیرد.

البته که مدتی است به واسطه تحریم‌ها، جذب گردشگر خارجی در مناطق آزاد پایین آمده و به سبب ایران‌هراسی که در دنیا علیه کشورمان ایجاد شده، میزان و درصد حضور مسافران خارجی در کشور به حداقل رسیده؛ ضمن اینکه چند ماهی هم است که کل دنیا درگیر بیماری کرونا هستند و مناطق آزاد هم از این جهت زیر تیغ ویروسی قرار گرفتند که ریشه‌اش در ارتباطات انسانی است و این موضوع قطعا می‌تواند عاملی برای پایین آمدن میزان گردشگر باشد. البته که خسارت ناشی از تحریم و بیماری کرونا بر صنعت گردشگری را نباید نادیده گرفت، اما اگر از مدت‌ها پیش شرایط پیشرفت این صنعت در کشور ایجاد می‌شد، اکنون می‌توانستیم با برنامه‌ریزی دقیق از پس شرایط پیش آمده برآییم.

البته نباید این وضعیت، صنعت گردشگری را ناامید کند؛ ضمن اینکه شاهدیم که شدت اعمال محدودیت‌های ناشی از بحران کرونا کاسته شده است؛ لذا در این شرایط باید برنامه‌ای تازه در راستای جبران اندکی از زیان‌های فعالان گردشگری ارائه گردد. باید تاکید داشت که با توجه به مشکلات اقتصادی کشورمان، تقویت صنعت گردشگری نیز باید با تلاش بیشتری صورت پذیرد و مسئولین باید همت خودشان را در این راستا تشدید نمایند.

در این گزارش با کارشناسان و معاونین فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان‌های مناطق آزاد به گفت‌وگو نشستیم تا نقاط ضعف و قوت مناطق آزاد را در جذب گردشگر بهتر بشناسیم و با ارائه راهکارهای مناسب، به تقویت گردشگری کمک کنیم و با ورود مسافران خارجی به کشورمان، فرهنگ غنی ایرانی را بیش از گذشته به نمایش بگذاریم.

معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد انزلی:
فقدان فرهنگ شفاف گردشگری

سیدحجت مهدوی سعیدی، معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد انزلی در گفت‌وگویی به نقاط ضعف و قوت مناطق آزاد در جذب گردشگر اشاره کرد و فقدان فرهنگ شفاف گردشگری را مهم‌ترین نقص مناطق آزاد کشور دانست.

وی تاکید کرد: به نظرم ضعف مناطق آزاد درخصوص جذب گردشگر، به نبود و فقدان فرهنگ منقح و شفاف گردشگری در کشور است؛ چنانکه مستحضر هستید هر چیزی در این جهان به لحاظ معرفت شناختی و به لحاظ جهان شناختی برای فعلیت و تحقق عینی و غایی خود نیاز به امکانات و ملزومات مناسب دارد که اگر نباشد، طبعا سالبه به انتفاء موضوع است. ما باید بسی پیش‌تر از این شرایط و تحریمات بی‌رحمانه غرب درمی‌یافتیم که نباید بیش از حد و فراتر از هر چیزی به صنعت نفت تکیه کنیم و همه تخم‌مرغ‌های خود را در سبد این ماده نریزیم.

مهدوی سعیدی افزود: ایران کشوریست که به لحاظ ژئوپلتیک و اکوسیستم و منابع سرشار طبیعی و مصادر بیکران هنری و پتانسیل بی‌نظیر فرهنگی گردشگری، در جهان کشوری ممتاز و بسیار کم‌نظیر است. باید دانست که گردشگری که فقط با فساد و تباهی همراه نیست که از امتناع آن در ایران اسلامی سخن ساز کنیم! امروز گردشگری با شاخه‌ها، شعب و ظرفیت‌های جاذب متعدد یک امکان اقتصادی و یک فن راهبردی و یک صنعت پیشرو در جهان است که می‌تواند تحقیقا کانون جذب روزافزون را برای هر گردشگر جهانی در هر فصل از فصول سال فراهم کند. ما امروز در منطقه زیبای انزلی در مسیر تمهید و تنظیم جنبه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری این امکان خاصه در شرایط کرونایی هستیم تا با توجه به کشورهای پیرامونی و با عنایت به رایزنی‌های سیستماتیک با دولت‌های همسایه و بهره‌برداری از بستر اوراسیا و هکذا سایر مزیت‌های داخلی و بین‌المللی، شرایط توریسم فرهنگی منطقه زیبای انزلی را به جایگاه اصلی آن برسانیم.

این مقام مسئول اضافه کرد: البته در گذشته با توجه به مولفه‌های کلانی که ذکر شد، ما توفیق چندانی در این زمینه نداشتیم؛ به گمانم در کنار فقدان علت‌های مناسب، نبود این علت‌العلل بوده است که معاونین فرهنگی به ایضاح و تعمیق مفاهیم و کانسپت‌ها و عناوین مسئولیت خود کمتر توجه کرده‌اند، مانند خود واژه فرهنگ که به لحاظ عملی و پروکسی موجب زیرساخت هر تحرک و تحول است یا عناوینی چون اجتماع، سلامت، ورزش، اشتغال، دارو، غذا، هنر، آموزش و خیلی چیزهای دیگر که امروز در حوزه فرهنگ به لحاظ آسیب شناختی بسیار مغفول و یا انفعال از روی سوءبرداشت است!

معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد انزلی خاطرنشان کرد: یکی از ضعف‌های بروکراتیک و تکنوکراتیک جاری در مناسبات ما گاه جهل و جهالت و گاه هم عادت مزمن به شعارزدگی و روزمرگی و به تاخیرافکنی کارها می‌باشد! چیزهایی که در یک کلام متاسفانه در تضاد با آیین‌نامه مناطق آزاد، جزیره‌گرایی رفتار کردن ما در این قلمرو است. توسعه با هر رویکرد تبیینی در دنیا با مغزهای توسعه یافته جلو می‌رود. زه تعبیر مولانا که من او را شاعر توسعه‌گرا می‌دانم:

ذات نایافته از هستی بخش
کی تواند که شود هستی بخش!

مهدوی سعیدی در پاسخ به این سوال که چقدر از تجربیات کشورهای دیگر در جذب گردشگر می‌توان در کشورمان استفاده کرد، گفت: به نظرم اندک، زیرا که رهیافت‌سازی و تجربه‌گیری از کشورهای توسعه یافته هنوز در کشور ما –به عنوان یک ضرورت و یک داب و عادت نیکو– تلقی نشده است؛ هنوز به این استدراک نرسیده‌ایم که: ره چنان رو که رهروان رفتند. ما در گام دوم انقلاب باید روشمند و هدفمند دریابیم که امروز با نگاه یونیورسال باید به پدیده‌های زندگی نگاه کنیم و با سیاستگذاری‌های راهبردی، تجربه‌های غلط دیگران را مجدد نیاموزیم و وقت معدود و محدود خود را بر باد فنا ندهیم. اصولا اقتباس درست از درستی‌ها و راستی، هیچ منافاتی با استقلال و عزت ما ندارد!

وی در پاسخ به اینکه چگونه می‌توان بحث گردشگری را با توجه به شرایط تحریم و بیماری کرونا دوباره رونق داد و اینکه در این دوران چه راهکارهایی پیش‌بینی می‌شود، اظهار داشت: کشور ما به ملاحظات و حیثیات مختلف، کشور حادثه‌های پیاپی و رویدادهای مبهم است؛ لذا باید با این نگاه و این رهیافت و تجربت علاج واقعه قبل از وقوع بکنیم و به لحاظ فرهنگی و اجتماعی مدیریت بحران را بیاموزیم که اتفاقا در راستای اوامر دبیرخانه هم است باید شیوه‌نامه‌ها و مکانیزم‌های اجرایی و نظری این مهم را تعقیب و تضمین کنیم. در شش ماهی که بنده معاونت سازمان را در اختیار گرفته‌ام که مقارن با ورود نامیمون و مشمولیت بیماری کرونا بوده است با این بیامیزم و چشم‌انداز حرکت کرده‌ام فرض می‌کنیم ان‌شاالله روند کرونا به امحاء برود و تهدید، فرصت شود.

معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد انزلی ادامه داد: اساسا این دلیل نمی‌شود با بودن کرونا حالا حالاها ما سررشته خود و سررشته خرد گم کنیم! در همه کنفرانس‌ها، تعریف پروژه‌ها، سخنرانی‌ها و احداث نمایشگاه، ما به کرونا توجه کرده‌ایم؛ این چند ماه پیش ما جلسات تخصصی خوبی با اساتید دانشگاه و معاونین و مدیران سازمان و فعالین اقتصادی منطقه تحت عناوین: زندگی در سایه کرونا و تاب‌آوری در تولید و کرونا و رفع موانع جهش تولید به تعبیر مقام معظم رهبری داشته‌ایم. فکر می‌کنم در این مدت کوتاه که گام اول حضور من بود، چیزی نبود در فعالیت روزانه که عاری و خالی از مبارزه استراتژیک با کرونا نبوده باشد. همزمان با هفته گردشگری یک نمایشگاه گردشگری و یک نشست علمی و تخصصی با اندیشمندان و فعالین اقتصادی در حوزه صادرات و واردات کالاهای اساسی خواهیم داشت. برنامه دفاع مقدس ما نیز اساسا با چنین دیدگاهی و با چنین سمت و سوی ارائه و اداره خواهد شد به لطف الهی.

مهدوی سعیدی در پاسخ به این سوال که جذب گردشگر چقدر می‌تواند به پیشرفت مناطق کمک کند و نگاه صرف اینکه مناطق آزاد تجاری تنها به دلیل سرمایه‌گذاری‌های صنعتی و تجاری شکل می‌گیرد را از بین ببرد، گفت: ببینید همین اشتباه می‌تواند یک اشتباه مهلک راهبردی در کار مسئولانه ما در راستای توسعه همه‌جانبه و پایدار ما باشد. باید دریابیم که امروز در دنیای مدرن خود، گردشگری با همه شاخه‌های آن چون گردشگری تجاری، گردشگری صنایع، گردشگری ورزش، گردشگری سلامت و قس علیهذا خود به معنای واقعی کلمه یک صنعت تمام عیار است، بسیاری از کشورهای توسعه یافته جهان مانند فرانسه و آلمان و... با اینکه از صنایع تنومندی در صادرات برخوردارند، باز به نحو روزافزون به امر گردشگری می‌پردازند تا چرخ اقتصاد خود را به خوبی بچرخانند. اگر ما تعریفی پیرامونی و ضمائمی از پدیده صنعت گردشگری داشته باشیم و بدانیم امروز ده‌ها گرایش، تخصص و کارکرد در این زمینه برای تولید ثروت فعال است، بهتر می‌توانیم به این استنتاج رهگشاء دست یابیم که مناطق آزاد خصوصا انزلی نمی‌تواند به بهانه واهی ازجمله سواد کم در امر اهمیت گردشگری برای تولید مزیت‌های توسعه و ثروت نسبت به آن بی‌مبالات‌باشد.

وی در پاسخ به سوالی دیگر مبنی بر اینکه چه اقداماتی در مورد منطقه متبوع شما درخصوص گردشگری در این سال‌ها انجام شده است، اظهار نمود: شالوده اصلی مناطق آزاد، اعمال حاکمیت متفاوت با ساختار سرزمین اصلی و مادری است. اعمال حاکمیت هم شرایط اجرایی می‌خواهد و البته متضمن و مستلزم درایت و اقتدار و داشتن راهبردهای بلندمدت، کوتاه‌مدت و دراز مدت در چهارچوب قوانین مصوب دولت و مجلس است؛ نباید همه پروژه‌ها و پژوهش‌ها را به لحاظ بازتاب و برونداد به افق‌های دوردست زمانی فرا افکند! باید با مراعات همه ضابطه‌های کاری و به کار بستن همه مهارت‌های عملی به «لذت فوریت» هم رسید.

مهدوی سعیدی خاطرنشان کرد: نباید نسل ما نسل سوخته و نسل بالتمامه ناکام باشد! بی‌تردید در مقام واقع، مردم ما ولی نعمت ما هستند؛ چیزی که ولی امر مسلمین بارها و بارها در پیام‌های خود به آن تذکر راهبردی داده‌اند. نباید هر کسی را در این امر به کار گماشت فقط و فقط.

وی افزود: کسانی باید که با تکیه به خرد جمعی، تخصص، شفقت، پاکدستی و درک عمیق و جامع، عملا مسائل توسعه را حل کرده و مهمات آن را جلو ببرند، نیایند و با شعارگرایی و مواعید مجوف توخالی، سرمایه‌های انسانی و کالایی را نسوزانند، بلکه با رویکردهای عملیاتی شرکت‌های دانش‌بنیان و هکذا شبکه‌های صادراتی و استفاده از هلدینگ شرکت‌های چابک برای تحقق ایده‌های نو و شکوفایی و هدایت و راهبری استعدادها و تقویت سمن‌ها و توانمند نمودن جوامع روستایی و شهری و اجرای طرح توانمندسازی بانوان و تهیه طرح آموزش جامع و... عملا و قدما آشنا باشند.

معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد انزلی در پایان تصریح کرد: مناطق آزاد اگر بخواهند به مقاصد عالی خود دست یابند، نباید با تضعیف و تسویف امور بنیادین و ضروری با فردا و پس‌فردا کردن و تعلل مسلسل، ایجاد سرمایه‌گذاری در همه حوزه‌های سازمانی، فرصت‌ها و تسهیلات را بر باد دهد. لذا باید هیات مدیره قوی، فکور و اجرایی در راس آن باشند تا با قابلیت نظری و عملی خاص خویش، سبب‌ساز پیشرفت باشند تا از رهگذر چنین مدیران فعال و آگاه، خدای ناخواسته خسارات جبران‌پذیر یا جبران‌ناپذیر اتفاق نیفتد. باید به نحو واقعی تصمیمات و منویات رهبری، شهیدان، جانبازان و ایثارگران برای تحصیل مجد و عظمت و توسعه حقیقی کشور و مناطق در نظر گرفته شود. لازم است که مسئولین دبیرخانه و مدیران عامل سازمان‌ها با قوای ثلاث کشور در ارتباط ارگانیک کاری و اجرایی باشند تا اِعمال حاکمیت و امر پیشبرد اهداف سازمانی مخدوش و مضروبَ نگردد؛ کاری که بنده و همکاران خوب و کارآمدم امروز با همه قوا چه در تاسیس هتل‌ها، بوم‌گردی‌ها، گردشگری دریایی، تاسیس رستوران‌ها و شناخت و استخدام امکانات تفریحی مانند آکواریوم و دلفیناریوم و ایجاد پارک فضایی و تدوین علمی و تخصصی و تسریع آموزش‌های سازمانی و آموزه‌های علمی و تجاری گردشگری و چه در زمینه برپایی زیرساخت‌ها و مادری از فیزیکی به شدت و مدت در دستورکار و اجرا داریم.

معاون فرهنگی اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد ارس:
ظرفیت‌های بی‌بدیل گردشگری در منطقه آزاد ارس

یوسف داداش‌زاده، معاون فرهنگی اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد ارس نیز در گفت‌وگویی به نقاط ضعف و قوت مناطق آزاد در بحث گردشگری پرداخت و از جاذبه‌های گردشگری و اقدامات انجام گرفته درخصوص بحث گردشگری در ارس سخن گفت.

وی در پاسخ به این سوال که چقدر مناطق ما در جذب گردشگر موفق بوده‌اند، اظهار کرد: از طرفی همسایگی با کشورهای ارمنستان، آذربایجان و جمهوری خودمختار نخجوان و از طرف دیگر وجود پتانسیل‌های متنوع گردشگری اعم از طبیعی، تاریخی، فرهنگی و همچنین زیرساخت‌های ایجاد شده در سنوات گذشته مانند هتل‌ها، رستوران‌ها و پارک‌ها باعث شده است که منطقه آزاد ارس مقصدی شناخته شده و پایدار برای گردشگران خارجی و داخلی باشد. هر چند هنوز از افق پیش‌بینی شده برای ظرفیت گردشگری منطقه فاصله وجود دارد که از دلایل آن می‌توان به عدم وجود بازاریابی فعال در کشورهای همسایه و برخی اختلافات فرهنگی موجود اشاره کرد که می‌توان با برنامه‌ریزی و تعریف بسته‌های گردشگری مشترک با آن کشورها، در راستای همگرایی فرهنگی گام برداشت.

داداش‌زاده افزود: مناطق آزاد ازجمله منطقه آزاد ارس در جذب گردشگر داخلی بسیار موفق و در جذب سرمایه‌گذار داخلی نسبتا موفق بوده‌اند. ولی در مورد جذب گردشگر خارجی علی‌رغم کسب موفقیت‌های قابل توجه، اما با شرایط ایده‌آل فاصله چشمگیری دارند. دلیل عدم دستیابی به شرایط ایده‌آل در جذب گردشگر خارجی، بخشی مربوط به پروپاگاندای بین‌المللی موجود علیه ایران است که گردشگران خارجی را برای ورود به ایران بی‌میل می‌کند. هر چند با مرور خاطرات گردشگران خارجی مشخص می‌شود که آنها بعد از سفر به ایران تصور واقع‌بینانه‌تری نسبت به ایران بدست آورده‌اند که اتفاقا تجربه بسیار مثبت و لذت‌بخشی بوده است. لذا می‌توان حتی از صنعت گردشگری به عنوان یک راهبرد برای خنثی کردن پروپاگاندای منفی علیه کشورمان در سیاستگذاری‌های کلان کشور استفاده کرد. نکته مهم دیگر که باید بدان توجه کرد، این است که معمولا سرمایه‌گذاران بخش گردشگری از بین گردشگران یک مقصد هستند؛ لذا رونق گردشگری در واقع همزمان رونق بازاریابی برای جذب سرمایه‌گذار نیز به حساب می‌آید.

وی ادامه داد: و اما دلیل عمده عدم دستیابی به شرایط ایده‌آل در جذب گردشگر خارجی، نبودن کانال‌های ارتباطی تسهیل کننده و معرفی کننده ظرفیت‌های گردشگری مناطق آزاد برای کشورهای خارجی به ویژه آژانس‌های مجری تورهای بین‌المللی است. در این راستا منطقه آزاد ارس سال گذشته به عضویت سازمان جهانی گردشگری UNWTO و شبکه جهانی شهرهای ایمن درآمد و پرونده عضویت در شبکه ژئوپارک‌های جهانی یونسکو و شبکه جهانی شهرهای سالم نیز در مرحله نهایی است. امیدواریم از طریق این کانال‌های بین‌المللی که زمینه‌های همکاری بالقوه گسترده‌ای نیز پیش رو می‌گذارد، بتوانیم شاهد حضور گردشگران خارجی در مناطق آزاد باشیم.

معاون فرهنگی اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد ارس در مورد عدم موفقیت در جذب سرمایه‌گذار خارجی نیز به موارد زیر اشاره کرد:

۱) فقدان کانال‌های پولی و مالی و محدودیت‌های واردات و صادرات به دلیل تحریم‌های ظالمانه استکبار جهانی که بر کسی پوشیده نیست. دوم، به خاطر پایدار نبودن قوانین و سیاست‌های مربوطه که حتی با تغییر دولت‌ها می‌توانند تغییر کنند که این به نوبه خود امنیت سرمایه‌گذاری‌های کلان را پایین می آورد.

۲) یکی از ضعف‌های مناطق آزاد در این است که نتوانسته است از برخی ظرفیت‌های قانونی و مشروع خود مانند معافیت‌های ویزا برای گردشگران استفاده کند. ضعف دیگر مناطق آزاد، تکمیل نشدن زنجیره ارزش حوزه گردشگری است. بدین معنی که علی‌رغم وجود برخی پتانسیل‌های تاریخی و طبیعی در ایجاد برخی عناصر دیگر از این زنجیره مانند امکانات تفریحی، درمانی و تربیت نیروی انسانی ماهر با استانداردهای بین‌المللی، تلاش کافی صورت نگرفته است.

۳) وضعیت گردشگری مناطق آزاد از دو لحاظ با کشورهای دیگر قابل مقایسه است. اولی ایجاد زیرساخت‌های گردشگری و دومی جذب تورهای خارجی. در ارتباط با مورد اولی، مناطق آزاد به خوبی توانسته‌اند از تجربیات کشورهای دیگر استفاده کنند. در واقع بسیاری از مطالعات، طراحی‌ها و امکان سنجی‌های صورت گرفته با مطالعه نمونه‌های موفق دنیا تدوین شده‌اند. به عنوان مثال دهکده سلامت ارس نمونه شاخصی است که با مطالعه خدمات ارائه شده در کشورهای موفق و با مدنظر قرار دادن ارزش‌های فرهنگی کشور تهیه شده است. ولی در مورد دومی به خاطر دلایلی که در بالا ذکر شد و همچنین به سبب عدم حضور پررنگ در نمایشگاه‌های بین‌المللی و تدوین سند جامع معرفی و بازاریابی پتانسیل‌های گردشگری در کشورهای هدف، به موفقیت چندانی در مقابل رقبای بسیار قدرتمند منطقه‌ای دست نیافته است.

۴) مطالعه نمونه‌های موفق جهانی در کاهش اثرات مخرب اقتصادی حاصل از شیوع کرونا به ویژه سند راهبردی ۲۳ماده‌ای سازمان جهانی گردشگری، حکایت از این دارد که نقش اصلی برعهده دولت‌هاست که با حمایت‌های مالی خود باعث تداوم حیات کسب و کارهای گردشگری باشد. برخلاف محدودیت‌های مربوط به تحریم‌ها که خارج از کنترل و مدیریت ما است، در مورد محدودیت‌های کرونا می‌توان اقدامات خوبی برای احیاء صنعت گردشگری انجام داد، مانند ایجاد منطقه امن گردشگری شبیه مدل فرا–تاسمانی که توسط کشورهای استرالیا و نیوزلند در منطقه تاسمانی طراحی شده است. سیاست منطقه آزاد ارس نیز مبتنی بر اجرای دقیق پروتکل‌های بهداشتی جهت ایجاد منطقه امن گردشگری و همچنین تمرکز بر گردشگری داخلی است. هر چند در بحث گردشگر خارجی منفعل نبوده و به تلاش خود برای جذب گردشگران خارجی ادامه می‌دهد.

۵) گردشگری، پاک‌ترین صنعت دنیا با ارزش افزوده بالا و ویژگی‌های منحصربه‌فرد است که بر حوزه‌های دیگر مانند فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حتی سیاسی نیز تاثیر می‌گذارد و نیز صنعتی است که با کمترین سرمایه‌گذاری، بیشترین بازخورد و ایجاد اشتغال را به همراه دارد. می‌توان گفت گردشگری، ایرانی‌ترین کالای ایرانی است که می‌تواند بهترین و صادقانه‌ترین معرف کشور ایران برای گردشگران خارجی و تبدیل آنها به سفرای فرهنگی کشورمان مورد استفاده قرار گیرد. این صنعت کمترین تاثیر را از تحریم‌ها می‌گیرد و حتی می‌تواند در دوران رکود و کرونا، صدمات وارد شده در حوزه‌های دیگر را نیز جبران کند.

۶) ما معتقد هستیم بازیگران اصلی صنعت گردشگری، فعالان بخش خصوصی هستند و دولت تنها وظیفه تامین زیرساخت‌هایی را برعهده دارد که به صورت بسته سرمایه‌گذاری قابل عرضه نیستند و هرگز نباید وارد فاز تصدی‌گری مانند هتلداری یا کسب و کارهای گردشگری شود. البته دولت می‌تواند با تعریف مشوق‌هایی، باعث تشویق سرمایه‌گذاران بخش خصوصی شود.

داداش‌زاده در ادامه از اقدامات صورت گرفته در منطقه آزاد ارس سخن گفت و به موارد زیر اشاره کرد:

الف) تهیه طرح جامع گردشگری به منظور شناخت کامل محیط درونی و بیرونی

ب) شناسایی نیازهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری بر اساس خروجی طرح جامع

پ) تدوین برنامه براساس نیازهای سخت‌افزاری و نرم افزاری که جنبه عمومی دارند و با رویکرد ایجاد زنجیره ارزش در حوزه گردشگری. به عنوان مثال، تعریف مسیرهای گردشگری و مرمت و بازسازی آثار تاریخی، استاندارسازی مسیرهای تردد، بهبود کمی و کیفی سرویس‌های بهداشتی، نصب گاردریل و... از خروجی‌های این طرح هستند.

ت) تهیه بسته تشویقی برای جذب سرمایه‌گذاران

ث) تهیه تقویم آموزشی برای تربیت نیروی انسانی ماهر با همکاری سایر سازمان‌ها

ج) تهیه سند راهبردی برند ارس جهت برندسازی و ایجاد ذهنیت مناسب در گردشگران

چ) عضویت در سازمان‌ها و جوامع بین‌المللی مانند UNWTO، شبکه جوامع ایمن و شبکه ژئوپارک‌های جهانی UNESCO

ح) عدم ورود به بخش تصدی‌گری با هدف حمایت از بخش خصوصی

خ) ساختارسازی و کمک به ایجاد انجمن‌های مختلف با موضوع گردشگری

د) نظارت مستمر بر اجرای دقیق پروتکل‌های بهداشتی توسط تمامی گروه‌های هدف در شرایط کرونا در راستای تبدیل منطقه آزاد ارس به یک منطقه امن گردشگری.

اردشیر اروجی، کارشناس برنامه‌ریزی میراث فرهنگی و گردشگری:
ترویج گردشگری مسئولانه در دوران کرونا

اردشیر اروجی، کارشناس برنامه‌ریزی میراث فرهنگی و گردشگری در گفت‌وگو با نشریه، از نقاط ضعف و قوت مناطق آزاد در جذب گردشگر سخن گفت و به راه حل‌های بهبود شرایط گردشگری در دوران تحریم و بیماری کرونا اشاره کرد.

وی در پاسخ به این سوال که چقدر مناطق آزاد ما در زمینه جذب گردشگر موفق بوده‌اند، گفت: بنده از همان ابتدای شکل‌گیری مناطق آزاد در جریان مسائل و جزئیات این طرح بوده‌ام، چراکه در سازمان برنامه و بودجه فعالیت می‌کردم و طرح‌های توجیهی برای تشکیل مناطق آزاد به آنجا می‌آمد؛ طرح‌هایی که بحث اصلی‌شان جنبه صادراتی بودن مناطق آزاد کشور بود و بیشتر با این هدف ایجاد شد که تکنولوژی های‌تک در آنجا فعال شود.

اروجی در رابطه با تکنولوژی های‌تک اظهار داشت: این تکنولوژی در حقیقت آلودگی کمتری نسبت به تکنولوژی‌های معمولی دارد، به عبارتی صنایع های‌تک، صنایعی هستند که دانش بالایی دارند و متخصصان ورزیده‌ای را می‌خواهد، ارزش افزوده بالایی دارند، صادراتی هستند و در نهایت آلودگی زیست محیطی کمتری هم دارند.

وی ادامه داد: تکنولوژی های‌تک چیزی است که برای مناطق آزاد و جزایر ما ضروری و هم‌پایه است.

این کارشناس افزود: به دنبال های‌تک، بحث گردشگری نیز در مناطق آزاد از همان ابتدا مطرح بود؛ چراکه گردشگری می‌تواند یکی از نقاط قوت برای مناطق آزاد و ویژه خصوصا مناطق کیش، قشم و اروند و... باشد. این جزایر می‌توانند از این طریق اقتصاد خودشان را پایدارتر کنند. چنانچه به این موضوع توجه نشود که در بعضی موارد هم بعضا توجهی نشده، شاهد آن خواهیم بود که برخی مناطق به سراغ صنایعی بروند که آلودگی داشته باشند و این موضوع به محیط زیست صدمه وارد می‌کند، هم اینکه با این روال دیگر نمی‌توان در این مناطق جذب گردشگر کرد، زیرا گردشگر در مناطقی می‌آید که محیط زیست مناسبی داشته باشد.

اروجی تاکید کرد: اصلا یکی از جاذبه‌های مناطق آزاد می‌تواند اکوتوریست باشد، مخصوصا در کیش که اخیرا توجهاتی ویژه‌ای به آن شده است؛ اما چیزی که اصل و درست است این بود که این جزایر از طریق صنایعی که کمتری آلودگی دارند و همچنین جاذبه گردشگری، بتوانند اقتصاد خود را ادامه دهند.

وی در پاسخ به این سوال که مناطق آزاد ما چقدر در جذب گردشگر موفق بودند، اظهار داشت: مناطق آزاد ما در جذب گردشگری آنگونه که انتظار می‌رفت، فعالیتی نداشتند؛ ضمن اینکه در بحث صادرات هم نتوانستند خوب عمل کنند. انتقادی که به مناطق آزاد وارد می‌شود همین است که این مناطق تاسیس شدند برای اینکه محل صادرات برای کشور باشند نه آنکه واردات برایشان اصل قرار بگیرد.

این کارشناس گردشگری ادامه داد: نکته‌ای که مهم بود و باید مورد اهمیت قرار می‌گرفت، توسعه گردشگری در این مناطق بود اگر مسئولین می‌آمدند بین سه منطقه آزاد اروند و کیش و قشم ارتباطی برقرار می‌کردند و بعدا اتوبوس‌های گردشگری بین این مناطق راه می‌افتاد، طوری که مسافرین از قشم حرکت و به کیش می‌آمدند و بعد از دو روز توقف به اروند می‌رفتند، خب طبیعتا یک سفر دریایی جذاب شکل می‌گرفت و هم به توسعه گردشگری این سه منطقه کمک می‌کرد و مضاف بر اینها بین این سه منطقه پیوند قابل توجهی برقرار می‌شد.

وی در رابطه با جاذبه‌های گردشگری جزیره قشم گفت: این جزیره به خاطر زمین شناسی خاصی که دارد بسیار بکر، جالب و تماشایی است، ضمن اینکه بعضی قسمت‌هایش هم به ثبت جهانی رسیده؛ لذا می‌توانست در این مناطق سرمایه‌گذاری صورت بگیرد تا جذب گردشگر بیشتری داشته باشیم. در میان مناطق آزاد ما، کیش تا حدودی موفق‌تر بوده است.

اروجی ادامه داد: اخیرا در اخبار شنیدیم که متاسفانه کنار غار نمکی قشم، استخر پرورش ماهی زده شده و برخی کار را شروع کرده‌اند! خب این موضوع آسیب جدی به محیط زیست می‌زند. البته پیگیری‌ها و مقاومت‌های جدی از سوی سازمان منطقه آزاد قشم و فعالین حوزه محیط زیست صورت گرفت و ظاهرا به نتایج خوبی هم رسیده‌اند؛ اما نتیجه این قبیل اتفاقات به ضرر منطقه است.

این کارشناس مسائل گردشگری افزود: اگر مشخص شود که کاربری قشم گردشگری غالب است، آنوقت دیگر این اقدامات انسانی صورت نمی‌گیرد. اگر بتوانیم از سرمایه‌های خدادادی آنجا استفاده کنیم، قدر منابع را بیشتر می‌دانیم و به مناطق بیش از گذشته توجه می‌کنیم.

وی تاکید کرد: منابعی که در کیش وجود دارد نیز قابل توجه است؛ ساحل مرجان و آرام، توسعه گردشگری ورزش که اخیرا انجام شده، جت اسکی‌ها و ورزش‌های دریایی از نقاط مثبت منطقه کیش است. درمورد منطقه اروند نیز مکان‌های بکر زیست محیطی خیلی زیاد است و به صورت کلی این سه منطقه کیش و قشم و اروند تنوع زیست محیطی زیبایی دارند و هر سه جاذبه‌های بکر معرف خودشان را دارند. لذا اگر بین اینها اتوبوس گردشگری راه‌اندازی می‌کردند، هم می‌توانستند اقتصاد گردشگری این مناطق را رونق دهند و هم اینکه می‌توانستند به اقتصاد این مناطق کمک کنند؛ بعد از آن می‌توانستند صنایعی را به منطقه بیاورند که آسیب‌زا هم نباشد.

اروجی افزود: لذا ما باید صنایع آلاینده را حذف کنیم و صنایع های‌تک را در این سه منطقه پیش بگیریم و مکملش بحث گردشگری هم ایجاد کنیم. البته تا حدی قشم وارد این موضوع شده و مسافر گردشگری هم در ایام تعطیل در این منطقه سرسام‌آور است، ولی متاسفانه اینها را ساماندهی نکردیم و پیوند ندادیم.

وی گفت: باید برنامه راهبردی جامع درخصوص توسعه گردشگری جزایر مناطق آزاد ایجاد نماییم و حتی در خلیج فارس تبلیغات جهانی کنیم؛ چراکه می‌تواند مشتری جذب کند و موثر باشد. باید تاکید داشت که خیلی از کارمندان و کارگران کشورهای اطرافمان زمان‌های استراحتشان دوست دارند که به جای تفریحی بروند؛ لذا بهترین جاذبه‌ها را در این مناطق می‌توان ایجاد کرد و گردشگرانی که علاقه‌مند به مسائل زیست محیطی هستند، به قشم و اروند و کیش یا مناطق دیگر آورد که البته هر کدام از اینها محیط زیست متفاوت و جذاب دارند.

این کارشناس افزود: اگر در کشور دیگری جنگل حرا وجود داشت، قطعا محل درآمد و اشتغال‌زایی خوبی می‌توانست ایجاد کند؛ ضمن اینکه ما سرزمین ستارگان هم در قشم داریم که بکر و زیباست، غار نمکی هم که در این منطقه عالی است، روستاهای بکر و دست نخورده هم داریم که برای بوم‌گردها می‌تواند جذاب باشد.

وی در پاسخ به این سوال که چقدر تحریم‌ها و بیماری کرونا به جذب گردشگر آسیب می‌زند و چه راه حلی می‌توان پیش رو گذاشت تا گردشگر خارجی بیش از گذشته به کشور و مناطق آزاد بیاید، تصریح کرد: تحریم‌ها و بخصوص کرونا بی‌تاثیر در جذب گردشگر نبوده، ولی ما می‌توانستیم با برنامه‌ریزی صحیح و با توسعه گردشگری مسئولانه، در دوران کرونا شرایط را متعادل کنیم. چطور شده که کارخانه‌ها را دوباره راه‌اندازی کردیم و الحمدالله نیز کارگران زیادی هم صحیح و سالم مشغول به کارند؟ بنابراین ما می‌توانستیم گردشگری مسئولانه را نیز راه‌اندازی کنیم.

اروجی افزود: گردشگری مسئولانه، گردشگری است که هم مهمان و هم میزبان، پروتکل‌ها را عملا رعایت کنند، نه آنکه در حرف ملزم به رعایت شوند و هر کاری دلشان بخواهند صرفا با بیان جمله رعایت پروتکل های بهداشتی انجام دهند. متاسفانه این جمله که در جامعه ما باب شده که فلان اقدام با رعایت پروتکل‌های بهداشتی انجام شد، بسیار سخره‌آور است. برخی هر کاری دلشان می‌خواهد می‌کنند و بعد می‌گویند با رعایت پروتکل‌ها این اقدام صورت گرفت.

وی ادامه داد: اینکه مهمان و میزبان در بحث گردشگری پروتکل‌ها را عملا رعایت کنند، گردشگری مسئولانه محسوب می‌شود؛ همان طور که تولید مسئولانه داریم، گردشگری مسئولانه هم می‌توانیم داشته باشیم و گردشگران می‌توانند به مناطق مختلف رفت و آمد داشته باشند.

این کارشناس اظهار داشت: اصلا جالب این است که گردشگری مسئولانه اگر در شرایط کرونا انجام بگیرد، نه تنها ضرر ندارد، بلکه برای اعصاب و آرامش روحی و روانی مردم و جامعه می‌تواند موثر باشد.

اروجی تاکید کرد: متاسفانه مسئولان مربوطه دیوار کوتاه‌تری از گرشگری پیدا نکردند و تمام تجمعات دیگر را فراموش کردند و تا آمار بیماران کرونایی بالا می‌رود می‌گویند که مربوط به مسافرت‌هاست. بهتر است کمی منصف باشید و بگویید درصدی از این آمار مربوط به گردشگری است، نه آنکه همه را گردن گردشگری بیندازید.

وی گفت: در این شرایط، تمام صنایع مربوط به گردشگری در حال ورشکستگی هستند، هتل‌ها مسافرانشان کم شده، دفاتر خدماتی گردشگری و راهنمایان گردشگری و سیستم حمل و نقل همه با مشکل مواجه شدند.

این کارشناس تاکید کرد: درست است که تحریم‌ها و بیماری کرونا وجود دارد، ولی با تبلیغ شاخه‌ای از گردشگری بنام گردشگری مسئولانه می‌توانیم یک برندی ایجاد کنیم و حتی برایش لگو تهیه و تبلیغ کنیم و نشان دهیم که در هتل‌ها و جابجایی‌ها پروتکل‌ها رعایت می‌شود و خود مسافران هم شرایط را درک می‌کنند و ملزم به رعایت نکات بهداشتی هستند. اگر اینها را تبلیغ کنیم، هم می‌توانیم نه تنها گردشگر داخلی، بلکه گردشگر خارجی هم جذب کنیم؛ اما فقط باید اعتمادسازی کنیم. آنهایی که رکود گردشگری را گردن تحریم‌ها و بیماری کرونا می‌گذارند، مقداری اشتباه می‌کنند و به نحوی می‌خواهند ضعف مدیریت خودشان را بپوشانند، اما ما می‌توانیم با معرفی گردشگری مسئولانه، به گردشگری رونق دهیم.

اروجی در پاسخ به این سوال که همسایگان ما در مناطق آزاد چقدر به بحث گردشگری توجه کردند و آیا می‌توان از تجربیات این کشورها در مناطق برای جذب گردشگر استفاده نمود، اذعان داشت: البته که همسایگان ما از جاذبه‌های گردشگری در مناطق آزادشان استفاده زیادی کرده‌اند؛ البته دبی، قطر، عمان و کشورهایی دیگر زمینه گردشگری را از قبل آماده داشتند و همچنان هم از آنها استفاده می‌کنند؛ ممکن است کمی آمارشان به سبب بیماری کرونا کمتر شده باشد؛ چراکه در گردشگری مسئولانه یک مقداری کمیت فدای کیفیت می‌شود، یعنی چون کیفیت را بالا می‌بریم طبیعتا کمیت پایین می‌آید و خب این آمار را پایین می‌آورد؛ ولی با این وجود گردشگری متوقف نمی‌شود. این که بخواهیم در جذب گردشگر از کشوری الگو بگیریم، درست نیست. واقعیت این است که کشوری نمی‌تواند از کشور دیگر الگو بگیرد، هر کشوری متناسب با استعدادهای ذاتی خود، خلاقیت و ابتکار به خرج دهد و گردشگری‌اش را توسعه می‌دهد. همین خلاقیت، ابتکار و تنوع است که گردشگری را جذاب می‌کند؛ مثلا در خلیج فارس یک گردشگری رقابتی داریم، دبی، عمان و قطر یکسری جذابیت دارند، ایران هم در کیش و قشم جذابیت‌های دیگری دارد؛ لذا باید روی روش‌های خاص خود کار و ابداع کنیم، خلاقیت به خرج بدهیم و در نهایت با روش تبلیغ و بازاریابی، استفاده از از روش مدیریت علمی گردشگری و به کارگیری برنامه جامع، به توسعه گردشگری کمک کنیم.

وی گفت: ما هنوز راجع به گردشگری در خلیج فارس یک برنامه جامع نداریم، یکی از محورهای توسعه هرمزگان می‌تواند بحث توسعه گردشگری باشد، منتهی در صورتی که از برنامه راهبردی گردشگری استفاده شود. اکنون خلیج فارس در دنیا مطرح است و ما هم می‌خواهیم بگوییم که خلیج همیشه فارس، در حالی که که کشورهای بیگانه نام دیگری استفاده می‌کنند؛ به همین دلیل لازم است که برنامه منسجم گردشگری برای این منطقه پیاده کنیم. ما مرز طولانی، جزایر و بنادر متنوعی داریم، لذا اینها را می‌توانستیم در یک برنامه جامع معرفی کنیم، کاربری‌های هر کدام از مناطق را مشخص کنیم و طبق برنامه مدون به توسعه بحث گردشگری کمک کنیم، اما متاسفانه این کارها را انجام ندادیم. این برنامه‌ها باید از خلاقیت و ابتکارات خود ما باشد؛ ما محیط زیست، تنوعات و فرهنگ متفاوت از کشورهای دیگر داریم؛ بنابراین راهکارها و برنامه‌هایمان باید مخصوص خودمان ولی در عین حال جذاب برای گردشگر خارجی باشد.

اروجی افزود: اینکه بخواهیم مثل کشورهای دیگر عمل کنیم و یا اینکه آنها مثل ما عمل کنند، تنوع از بین می‌رود. لذا ما باید یک گردشگری خاص ایرانی در جزایر مناطق آزاد ایجاد کنیم و در بنادر جنوبی خودمان با برنامه، زمینه‌سازی و تبلیغات درست را مهیا کنیم. حتی در شرایط کرونایی با برند جدید و ایجاد الگویی به نام گردشگری مسئولانه می‌توانیم در مقابله با کرونا تبلیغات کنیم و حتی در شبکه‌های تلویزیونی و رسانه‌ها نشان دهیم که مثلا در ایران هتل‌ها با این طریق پروتکل‌ها را رعایت می‌کنند.

این کارشناس ادامه داد: اکنون ثابت شده که کرونا، ویروسی است که در ارتباطات انسانی افزایش پیدا می‌کند، هر چقدر بتوانیم ارتباطات انسانی در چارچوب پروتکل‌ها را رعایت کنیم، در زمینه افزایش توریسم می‌توانیم موفق باشیم.

وی چارچوب پروتکل‌ها را دست شستن، ماسک زدن، ضدعفونی کردن فضا، دست ندادن و هوادهی فضای محیط عنوان کرد و افزود: اگر اینها را رعایت کنیم و به واسطه رسانه‌ها به دنیا نشان دهیم که این اصول انجام می‌گیرد و در عین حال آموزش‌های لازم را هم به کارکنان بدهیم، می‌توانیم در این شرایط موفق عمل کنیم.

اروجی تاکید کرد: باید به دنیا نشان دهیم که این اقدامات برای گردشگری مسئولانه صورت می‌گیرد و از این طریق فضا را برای گردشگری مسئولانه آماده می‌کنیم. باید نشان دهیم که سیستم حمل و نقل ما دیگر مثل سابق نیست و ازدحام ندارد، یا اینکه در هواپیماها، قطارها و دیگر وسایل حمل و نقل و حتی سیستم شهری پروتکل‌ها رعایت می‌شود.

این کارشناس اظهار نمود: سیاست ما درخصوص مناطق آزاد این بود که کیش، قشم و اروند به عنوان دروازه ورود گردشگری به ایران باید معرفی شود. در واقع اینها باید دروازه ورود گردشگر باشند؛ برای این اتفاق باید یکسری از اصول را رعایت کنیم و گردشگری در دو سطح باید انجام بگیرد؛ یک سطحش بین‌المللی و سطح دیگرش بومی و محلی است. بومی و محلی یعنی اینکه ما محیط زیست و ویژگی‌های خودمان را داریم و باید با توجه به شرایط و با ابتکار و خلاقیت، منطقه بومی خودمان را نشان دهیم تا جذاب واقع شود. اما سطح بین‌المللی، رعایت اصول در سطح کلی جهان است؛ مثلا در فرودگاه‌ها و تاکسی‌ها استانداردها رعایت شود. علائم خیابان‌ها و جاده‌ها به زبان‌های انگلیسی بیان و به طور کلی استانداردها رعایت شود. تمام آن نکاتی که یک گردشگر خارجی وقتی وارد می‌شود، احساس راحتی می‌کند، باید رعایت شود. مسافر باید احساس کند که اینجا خانه خودش است.

وی تاکید کرد: حتما در ترمینال‌های ورودی باید «tourism information» داشته باشیم. متاسفانه زمان آقای احمدی‌نژاد مکان‌های از من بپرس درست کردیم و سوال اینجاست که چرا قاعده بین‌المللی را رعایت نمی‌کنیم؟ همه دنیا tourism information می‌گویند و این جمله معروفی است؛ اما ما از بیان و ایجاد این موقعیت سرباز می‌زنیم.

وی از تجربه خود از سفر به خارج کشور سخن گفت و تاکید کرد: وقتی به ترمینال کشوری وارد می‌شویم، تابلو tourism information را که می‌بینیم، یک دنیا ذوق و شوق به آدم دست می‌دهد. چند نفر با اخلاق و خوش‌رو در مکانی نشسته‌اند و عین خانواده، آدم را راهنمایی می‌کنند، تا حدی که احساس خودمانی بودن به آدم دست می‌دهد. گاها با نقشه آدم را راهنمایی می‌کنند و رفت وآمد و وضعیت حمل و نقل را برایمان روشن می‌کنند؛ آنوقت دیگر کسی نمی‌تواند کلاه سرمان بگذارند و هر چقدر هم سوال کنیم باز هم جواب می‌دهند.

این کارشناس در پایان تصریح کرد: ما نمی‌توانیم سطح بین‌المللی را رعایت نکنیم بعد انتظار داشته باشیم که گردشگر خارجی به کشور بیاد. ضمن اینکه در شرایط تحریم هم قرار داریم و برای کشور ما ایران‌هراسی کرده‌اند و شایعات زیاد طرح می‌کنند؛ طبیعتا توریست دلهره دارد و اگر در فرودگاه ضوابط بین‌المللی رعایت نشود، می‌تواند به پشیمانی گردشگر منجر شود.

حسام محمدی، کارشناس مسائل مناطق آزاد:
هدف مناطق آزاد، توسعه گردشگری است؟

اما حسام محمدی کارشناس مسائل مناطق آزاد معتقد است که بحث گردشگری در اهداف اصلی مناطق آزاد جایگاهی ندارد و نمی‌توانیم به واسطه اینکه جزیره کیش ظرفیت گردشگری داشته و منطقه آزاد شده، به دنبال فعال شدن بحث گردشگری در دیگر مناطق آزاد باشیم.

محمدی در یادداشتی نوشت:

با توجه به تمرکز مناطق آزاد ایران بر توسعه گردشگری، همواره این سوال مطرح بوده است که آیا هدف از ایجاد مناطق آزاد تجاری–صنعتی، توسعه تولید و صادرات کالا است و یا جذب گردشگر؟

برای بررسی این موضوع، باید به اهداف مناطق آزاد مراجعه نماییم؛ «یونیدو» مناطق آزاد را وسیله‌ای برای تشویق توسعه صنعتی با هدف صدور کالاهای صنعتی می‌داند. «آنکتاد» معتقد است ساختار فعلی تجارت جهانی به زیان کشورهای توسعه نیافته است و مناطق آزاد ابزاری برای دگرگونی این ساختار به نفع کشورهای مذکور است. «سازمان تجارت جهانی» مناطق آزاد را ابزاری برای گسترش تجارت بین‌الملل و یاری دهنده توسعه می‌داند.

در اقتصادهای پیشرفته، نقش مناطق اقتصادی به معنای عام آن SEZ عبارتست از: ارائه تخفیف از تعرفه‌ها و مهم‌تر از آن انبارداری و رویه‌های گمرکی به منظور پشتیبانی از زنجیره‌های تامین در نقاط مرزی؛ در مقابل، در اقتصادهای در حال توسعه، هدف اصلی SEZها به طور کلی ساخت، ایجاد تنوع و ارتقای صنایع با جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی است.

در بند۱۱ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز به ۴هدف اصلی مناطق آزاد اشاره شده است که عبارتند از: انتقال فناوری‌های پیشرفته؛ گسترش و تسهیل تولید؛ صادرات کالا و خدمات؛ تامین نیازهای ضروری و منابع مالی از خارج.

در ماده۱ قانون چگونگی اداره مناطق آزاد تجاری–صنعتی جمهوری اسلامی ایران هدف از ایجاد این مناطق موارد زیر ذکر شده است: تسریع در انجام امور زیربنایی، عمران و آبادانی، رشد و توسعه اقتصادی، سرمایه‌گذاری و افزایش درآمد عمومی، ایجاد اشتغال سالم و مولد، تنظیم بازار کار و کالا، حضور فعال در بازارهای جهانی و منطقه‌ای، تولید و صادرات کالاهای صنعتی و تبدیلی، ارائه خدمات عمومی.

همانگونه که در تعاریف بین‌المللی و حتی مقررات داخلی مشاهده می‌شود، مناطق آزاد معطوف به توسعه تولید و صادرات کالا و یا ایجاد تسهیلات به منظور خدمات تجاری نظیر خدمات گمرکی، انبارداری و... می‌باشد؛ طبیعتا با تحقق این اهداف سایر شاخص‌های مورد نیاز نظیر گسترش اشتغال، رشد و توسعه اقتصادی، حضور در بازرهای جهانی و... نیز حاصل خواهد شد. اما در عمل مناطق آزاد ایران با تاکید بر ظرفیت گردشگری، ایجاد و فعالیت می‌نمایند که مشخص نیست این موضوع براساس کدام منطق و سند بالادستی وارد اهداف مناطق آزاد گردیده است؟ به گونه‌ای که در طرح توجیهی ایجاد مناطق آزاد جدید بر ظرفیت گردشگری تاکید می‌شود.

مسئولان سازمان‌های مناطق آزاد در گزارش عملکرد خود به آمار گردشگران و طرح‌های تابستانی و زمستانی اشاره می‌کنند و در نظر عامه مردم نیز مناطق آزاد مترادف محلی برای تفریح و خرید کالای خارجی با قیمت مناسب است. با بررسی اهداف و عملکرد مناطق آزاد اولیه نظیر هامبورگ آلمان و شانون ایرلند و همچنین مناطق آزاد موفق حال حاضر دنیا نظیر جبل‌علی امارات، شنژن و هاینان چین، جذب سرمایه در حوزه تولید و تجارت کالا مورد تاکید بوده و موضوع گردشگری به چشم نمی‌خورد.

البته لازم به ذکر است، مقوله گردشگری یکی از ظرفیت‌های قابل توجه کشور است که می‌توان از طریق آن به افزایش درآمد ارزی و کاهش خروج ارز کمک نمود و این کار باید از طریق سازمان‌های مربوطه ازجمله وزارت گردشگری دنبال شود؛ اما الزامات، معافیت‌ها و فلسفه مناطق آزاد سنخیتی با موضوع گردشگری ندارند. مناطق نمونه گردشگری نیازمند ساختار، اختیارات، زیرساخت‌ها و معافیت‌های تخصصی می‌باشند که لزوما در قالب مناطق آزاد تجاری–صنعتی تعریف نمی‌شود.

متاسفانه برخی از مناطق آزاد تجاری–صنعتی که زیرساخت‌های لازم جهت جذب گردشگر را ندارد، با استفاده از امتیاز معافیت کالای همراه مسافر یعنی فروش اقلام خارجی ارزان (به واسطه عدم پرداخت حقوق گمرکی) اقدام به جذب گردشگر می‌نمایند که این امر به تولید کشور ضربه زده و مغایر اهداف اصلی مناطق آزاد است.

شاید مبدا این انحراف بتوان در ایجاد اولین مناطق آزاد ایران جست‌وجو نمود؛ منطقه آزاد کیش که پیش از انقلاب زیرساخت‌هایی به منظور تفریح و گردشگری در آنجا ایجاد گردیده بود، به عنوان اولین منطقه آزاد معرفی شد.

لذا به منظور کاهش تنش‌ها در سیاستگذاری مناطق آزاد، باید تکلیف مناطق آزاد با مقوله گردشگری روشن شود و اگر بناست محدوده‌ای صرفا به فعالیت‌های گردشگری بپردازد، امتیازات و انتظارات نسبت آن منطقه نیز تعدیل شود تا بهره‌وری منطقه افزایش یابد و مناطق آزاد ایران نیز به اهداف اصلی و تعاریف بین‌المللی نزدیک‌تر شود.

سخن پایانی

در این گزارش تلاش شد تا نقاط ضعف و قوت مناطق آزاد را در جذب گردشگر بهتر بشناسیم و از اقدامات صورت گرفته در جهت جذب گردشگر از زبان معاونین آشنا شویم. در این میان برخی کارشناسان هم از نگاه تک‌بعدی خود نسبت به بحث تجاری بودن مناطق آزاد سخن گفتند؛ اما واقعیت آن است که توسعه صنعت گردشگری می‌تواند مقدمه‌ای برای توسعه سرمایه‌گذاری در دیگر بخش‌های اقتصاد کشور باشد که لازمه آن حضور در زنجیره جهانی گردشگری و نظام‌های بزرگ سامان یافته است.

از سوی دیگر براساس قانون تشکیل و اداره مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، این مناطق به منظور پشتیبانی از فعالیت‌های اقتصادی و برقراری ارتباط تجارت بین‌المللی و تحرک در اقتصاد منطقه‌ای و تولید و پردازش کالا، انتقال فناوری، افزایش صادرات غیرنفتی، ایجاد اشتغال مولد و جلب و تشویق سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، صادرات مجدد، عبور خارجی و انتقال کالا تاسیس شده‌اند و یکی از کارکردهای این مناطق به منظور تامین و تحقق اهداف فوق، گردشگری و جذب گردشگری است. بنابراین بررسی علمی و کارشناسی کارکرد گردشگری در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی ضرورت دارد.

یادداشت

جابر امیرپور
دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی

مناطق آزاد جدید و ضرورت توجه به بنگاه‌های زودبازده

در سال‌های اخیر، نقش و اهمیت بنگاه‌های کوچک و متوسط، در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه روبه افزایش گذارده است. بنگاه‌ها و صنایع کوچک و متوسط، از اساسی‌ترین و حیاتی‌ترین واحدهای فعال در کشورند که می‌توان با برنامه‌ریزی و ارائه راهکارهای حمایتی بر بنگاه‌های کوچک و متوسط علاوه بر ایجاد اشتغال و رفع بخش قابل توجهی از بیکاری، به افزایش تولید و صادرات ملی نیز کمک کرد.

بنگاه‌های زودبازده شامل کسب و کارهای تولیدی، صنعتی، بازرگانی، کشاورزی و خدماتی هستند که کارکنان آنها کمتر از ۱۰۵نفر بوده و نماینده بخش مناسبی از جامعه کار محسوب می‌شوند. براساس تعریفی که اتحادیه اروپا انجام داده، دسته‌بندی بنگاه‌های کوچک و متوسط به این ترتیب است:

۱) بنگاه‌های خرد: ۹-۱نفر نیروی کار
۲) بنگاه‌های کوچک: ۴۹-۱۰نفر نیروی کار
۳) بنگاه‌های متوسط: ۲۴۹-۵۰نفر نیروی کار

بر مبنای این تعریف، کسب و کار خرد، کسب و کاری است که در آن کمتر از ۱۰نفر، کسب و کار کوچک زیر ۵۰نفر، کسب و کار متوسط بین ۵۰ تا ۲۵۰نفر و کسب و کار بزرگ بیش از ۲۵۰نفر مشغول به کار باشند.

بنگاه‌های کوچک و متوسط به عنوان پیشران اقتصاد نقش قابل توجهی در اشتغال‌زایی، نوآوری، آموزش نیروی کار، توزیع ثروت در جامعه، توسعه مناطق حاشیه‌ای، تامین تولیدات مورد نیاز کشورها، توسعه صادرات و سرمایه‌گذاری و در نهایت رشد اقتصادی کشورها دارند. از این جهت است که کشورهای توسعه یافته از عمده کشورهایی هستند که حمایت‌های زیادی از این بنگاه‌ها به عمل می‌آورند.

در کشورهای در حال توسعه نیز فعالان اقتصادی به دلیل مزیت‌های برجسته این نوع کسب و کارها از SMEها استقبال گسترده‌ای کرده تا از این طریق بتوانند به وضعیت کارآفرینی و کسب و کارهای جدید رونقی اساسی بدهند.

در ایران نیز طرح گسترش بنگاه‌های کوچک اقتصادی زودبازده و کارآفرین با هدف توزیع عادلانه منابع، افزایش تولید و صادرات غیرنفتی و تقویت کارآفرینی، اشتغال‌زایی و افزایش فرصت‌های شغلی جدید در سال۱۳۸۴ در هیات وزیران به تصویب رسید و به اجرا در آمد.

در سال۱۳۹۵ طی تاکید مقام معظم رهبری مبنی بر ضرورت فعالسازی ظرفیت‌های تولیدی صنایع کوچک و متوسط و ارتقای توان رقابت‌پذیری آنها، بانک مرکزی دستورالعمل تامین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط برای تسهیل تامین مالی به منظور استفاده بهینه از منابع موجود در راستای تامین نقدینگی موردنیاز بنگاه‌های تولیدی و حفظ اشتغال فعلی و ایجاد اشتغال جدید بنگاه‌های تولیدی کوچک و متوسط که از بازار محصول مناسبی برخوردار بوده و به دلیل تنگناهای مالی و نداشتن سرمایه در گردش، تولید آنها متوقف شده و یا با ظرفیت پایین فعالیت می‌نمایند و همچنین طرح‌های تولیدی با پیشرفت فیزیکی بالای ۶۰درصد از پشتیبانی مالی را به بانک‌ها و موسسات اعتباری ابلاغ کرد تا این واحدها در راستای رشد اقتصاد کشور به حرکت درآیند.

بنگاه‌های زودبازده در اغلب کشورهای پیشرفته علی‌رغم سهم اندک در صادرات از لحاظ اشتغال‌زایی، حکمرانان اقتصادی محسوب می‌شوند که با سرمایه اندکی چنین نقشی را ایفا می‌کنند. این شرکت‌ها به ویژه در اروپا عامل اصلی سیاست‌های سازمانی هستند و به آنان به عنوان کلید رشد اقتصادی، نوآوری، اشتغال‌زایی و همگونی اجتماعی نگریسته می‌شود. این شرکت‌ها علی‌رغم دارا بودن نقش مهم در زنجیره تامین، اثرات زیست محیطی کمتری نیز دارند.

با توجه به نقش مهم و موثر صنایع کوچک و کارآفرین و تجارب مثبت کشورهای صنعتی در سرمایه‌گذاری در این صنایع و ایجاد تعامل سازنده میان صنایع بزرگ و کوچک و نیز لزوم توجه به صنایع خوداتکاء و مستقل در کشور می‌توان با پیگیری راهبرد رشد نامتعادل و سرمایه‌گذاری در صنایع با بخش‌های منتخب اقتصادی توسعه و صرفه‌جویی‌های اقتصادی را به حداکثر رساند. در این حالت و با توجه به شرایط کشور، سرمایه‌گذاری در آن دسته صنایع و بخش‌های اقتصادی که حداکثر سودآوری اجتماعی و اقتصادی را ایجاد کند، می‌تواند به مثابه نیروی محرک رشد اقتصادی عمل کند. این راهبرد می‌توان ابتدا با شناسایی صنایع بزرگ صنایع کوچک و مرتبط با آنها را در استان‌های محروم به صورت مناطق آزاد جدید که از سال۹۵ لایحه آن در دست بررسی است و خوشه‌های صنعتی ایجاد و صنایع مکمل تعبیه کرد.

از مزایای این شرکت‌ها آن است که دارای کادر تخصصی و فنی بالایی بوده و قدرت آموزشی آنها نیز بالا است و بازاریابی محصولات آنها به راحتی انجام می‌گیرد. به علاوه سرمایه‌گذاری درصنایع مربوطه با بخش‌هایی از اقتصاد به فرصت‌های سرمایه‌گذاری جدید منجر خواهد شد و زمینه را برای توسعه اقتصادی از لحاظ کیفی و کمی فراهم می‌کند.

پرداختن به این بنگاه‌ها که از پشتیبانی تجربی کشورهای زیادی برخوردار و توفیق آن در نائل شدن به اهداف مثبت اقتصادی عمدتا تایید شده است، می‌تواند در مناطق آزاد ایران و مناطق آزاد جدید با برنامه‌های مناسب به فعال کردن اقتصاد کشور کمک کرده و در فضای بین‌المللی نیز برای جذب بازار موثر واقع شود. پیش‌بینی می‌شود این بنگاه‌ها بتوانندگام موثری در رفع رکود، بیکاری و ایجاد اشتغال، افزایش تولید و انباشت سرمایه در مناطق همجواری که قرار است مناطق آزاد در آنها تاسیس شود، از خود برجای گذارده و حمایت دولت نیز می‌تواند گام موثری را برای رونق مناطق محروم بردارد.

اثرگذاری مناطق آزاد در رونق گردشگری حلال در ایران:

مناطق آزاد پایلوت گردشگری حلال در کشور

گزارش:
فریبا شیخی

در سال‌های اخیر، گردشگری به یکی از مهم‌ترین صنایع سودآور در جهان بدل شده است. این صنعت به کشورهای مختلف در سراسر دنیا کمک می‌کند تا هر یک با بهره‌گیری از مزیت‌های رقابتی خاص خود، سهمی هر چند کوچک از این کارزار را نصیب خود سازند. حال در این میان بعضی از کشورها با عنایت به منابع طبیعی و غیرطبیعی خود، به کسب درآمد از گردشگری می‌پردازند و برخی دیگر توجه به ایدئولوژی، ارزش‌های فرهنگی و مذهبی و سلایق مشتریانشان را ارجح می‌دانند.

مسلمانان که امروزه بخش قابل توجهی از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند نیز به عنوان یکی از پرچمداران ایدئولوژی، در این صنعت جایگاه ویژه‌ای دارند. با این وجود گردشگری هنوز هم برای مسلمانان با مشکلات و محدویت‌هایی همراه است که اغلب به جهت تفاوت در ساختار فرهنگی و قوانین سایر کشورها ایجاد شده است. ازجمله مهم‌ترین مشکلات مسلمانان در گردشگری را می‌توان به مواردی مانند یافتن غذای حلال و اختلاط زن و مرد که موجب ایجاد مشکلاتی می‌شود، اشاره کرد. اما به هر روی، گردشگری یکی از هیجان انگیزترین رفتارهایی است که انسان‌ها با هر آیینی سعی می‌کنند آن را تجربه نمایند. همین امر نیز موجب شده است فعالان این عرصه همواره بکوشند تا این پدیده به بهترین نحو ممکن برای پیروان مذاهب و ادیان گوناگون ازجمله مسلمانان به اجرا درآید؛ تلاشی که چند سالی است پرثمر گشته و منجر به ظهور یکی از مهم‌ترین انواع گردشگری تحت عنوان «گردشگری حلال» شده است.

براساس تعاریف بین‌المللی، گردشگری حلال در واقع همان گردشگری اسلامی است که در آن خدمات و محصولاتی مانند هتل، رستوران، بازار و مکان‌های تفریحی در سفرها، مطابق با احکام شریعت ارائه می‌شوند. گردشگری حلال در واقع مفهوم جدیدی را در توریسم، به عنوان مقصدها و سرویس‌های گردشگری برای مسلمانان، تعریف کرده است.

این نوع گردشگری فرصت خوبی را برای ایران فراهم می‌کند که گردشگران مسلمان را از کشورهای اسلامی و غیراسلامی به خود جذب کند. کارشناسان این باور است که پتانسیل‌های ایران برای توسعه در این زمینه بالاست، اما تا تبدیل شدن به یک مقصد مسلم توریسم حلال، فاصله زیادی دارد.

گردشگری حلال شکلی از گردشگری برای مسلمانان است که ترجیح می‌دهند از خدمات، امکانات، فعالیت‌ها و محصولات سازگار با اصول اسلامی استفاده کنند. به طور خلاصه گردشگری حلال به معنی رعایت اصول اسلامی و تامین امکانات لازم در مراکز و وسایل حمل و نقل است. به عنوان مثال ممنوعیت الکل و محصولات حاوی گوشت خوک، در کنار ارائه امکانات ویژه برای نماز در اتاق‌های مجهز به جانماز و قبله‌نما و جداسازی زنان و مردان در مراکز تفریحی همانند سواحل دریا، بخش مهم این نوع سفر است.

با این حال نبود هرگونه استاندارد شفاف و رسمی در صنعت گردشگری حلال، یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی است که سبب برداشت‌های متفاوت و سیاستگذاری‌های پراکنده در بسیاری از کشورها شده است. با این حال مالزی و ترکیه در همین شرایط، موفق شده‌اند جایگاه شاخصی در این صنعت به دست آورند. در این میان امارات نیز که خود جایگاه مهمی در این صنعت یافته، چالش نبود استانداردهای گردشگری حلال را مبدل به فرصتی طلایی برای خود کرده و تلاش دارد که خود به عنوان مبنا و مرکز گردشگری اسلامی و حلال، به دیگر کشورها و مقصدهای گردشگری حلال، گواهینامه استاندارد اعطا کند.

در همین راستا، امارات با استفاده از خلاء استانداردهای جهانی، تلاش‌های گسترده‌ای را نه تنها در ایجاد برند گردشگری حلال، بلکه ارائه و طراحی استانداردهای گردشگری حلال و نمایندگی آن برای ارائه گواهینامه گردشگری حلال یا برند معتبر حلال به کشورهای مختلف غیراسلامی آغاز کرده است. امارات همچنین فعالیت در تامین تسهیلات و مواد غذایی حلال برای کشورهای غیرمسلمان را ازجمله استراتژی‌های اعلام شده در توسعه این سبک از گردشگری، اعلام کرده است. تلاش‌هایی که امارات با تمرکز بر آنها تاکنون قصد داشته خود را در مرکز این سبک گردشگری در جهان معرفی کند. امارات حتی با برگزاری کنفرانس‌ها و همایش‌های مختلف و نیز معرفی برندهای و کالاهای غذایی خود در جهان، بیشترین بهره را از این سبک گردشگری می‌برد.

گردشگری حلال در ایران

ایران پتانسیل‌های زیادی در صنعت گردشگری دارد و به عنوان یک کشور اسلامی، مبتنی بر شریعت، مدیریت و اداره می‌شود. این موضوع دلگرمی زیادی برای گردشگران مسلمان ایجاد می‌کند؛ زیرا آنها می‌توانند بدون نگرانی، از محصولات و خدمات ارائه شده در ایران استفاده کنند. از سوی دیگر میراث اسلامی زیادی در کشورمان وجود دارد و بدون شک همه گردشگران در دنیا علاقه‌مند به بازدید از این مکان‌ها هستند. اما متاسفانه استفاده از ظرفیت کشورهای همسایه برای جذب گردشگران مورد غفلت واقع شده و این در حالی است که این کشورها اشتراکات مذهبی و فرهنگی بیشتری نسبت به اروپایی‌ها و آمریکایی‌ها با ما دارند. البته تمامی کشورها ظرفیت جذب گردشگر دارند و باید براساس سلیقه و نیاز در زمینه جذب گردشگر اقدام شود؛ اما ضعف و کمبودهای زیادی در زمینه اسکان گردشگران و خدمات‌دهی هتل‌ها وجود دارد که هنوز رفع نشده است. این در حالی است که بهبود زیرساخت‌ها نقش اصولی و مهمی در توسعه صنعت توریسم دارد.

توسعه گردشگری با خود بهبود سطح اشتغال، ارزآوری و ارزش افزوده را به همراه خواهد داشت و در حال حاضر ضرورت دارد با رفع مشکلات از سر راه توسعه صنعت توریسم در کشور، گامی جدی برای مقابله با تحریم‌ها برداریم. توسعه گردشگری حلال می‌توان برخی از مشکلات اقتصادی کشور را رفع نماید، هر چند با وجود یک و نیم میلیارد مسلمان و حدود ۶۰کشور اسلامی در دنیا به سهولت می‌توانستیم از ابزار گردشگری حلال برای درآمدزایی استفاده کنیم، اما متاسفانه تاکنون نتوانسته‌ایم از این مزیت به درستی بهره ببریم و این در حالی است که اماکن مذهبی زیادی در کشور وجود دارد که می‌توانند بر گسترش گردشگری مذهبی تاثیرگذار باشند. گردشگری مذهبی تنها جنبه‌ای از صنعت گردشگری است که می‌تواند بر موانع آب و هوایی غلبه کند.

دلایل عدم رونق گردشگری حلال در کشور

ایران محصولات و خدمات حلال زیادی برای گردشگران خصوصا گردشگران مسلمان دارد؛ اما جهان اسلام از آنها آگاه نیست. به همین دلیل درآمد حاصل از صنعت گردشگری هنوز در ایران در مقایسه با بقیه کشورهای اسلامی مانند مالزی، ترکیه و امارات بسیار کمتر است. براساس مطالعات و آمارهایی که توسط نهادهای مختلف، شاخص سفرهای جهانی مسلمانان (GMIT) و سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) منتشر شده است، ایران باید برای پیدا کردن جایگاه مناسب و محبوب در صنعت گردشگری به سختی تلاش کند.

بدین منظور در قدم اول باید خود را به دنیا معرفی کنیم. اینکه ایران یک کشور مسلمان است، به تنهایی برای توسعه گردشگری حلال و جذب گردشگران مسلمان کافی نیست. بدون یک تبلیغ عظیم در این زمینه، هیچ کسی متوجه نمی‌شود که ایران نیز مکان جذابی برای گشت و گذار است. باید امکانات و جذابیت‌ها را به دنیا نشان دهیم. در نتیجه این معرفی، مردم جهان تصمیم می‌گیرند که از ایران بازدید کنند. معرفی شدن در دنیا، کلید موفقیت در توسعه گردشگری کشور است.

ضعف کشورمان در صنعت گردشگری حلال، ناشی از ضعف در فروش و تبلیغات است؛ چراکه گردشگری نوعی تجارت محسوب می‌شود و در تجارت، فروش مهم‌ترین بخش است. اطمینان از فروش، با تبلیغات به دست می‌آید. در واقع هر چقدر هم محصولات خوبی تولید شوند، بدون آگاهی دادن به مردم، امکان فروش آن پایین خواهد بود. این اتفاق در صنعت گردشگری نیز به همین شکل است، یعنی نمی‌توان بدون تبلیغات در زمینه گردشگری تعداد گردشگران را افزایش داد.

مناطق آزاد، بستر توسعه گردشگری حلال

باتوجه به شرایط کنونی و تشدید تحریم‌های یکجانبه امریکا بر علیه کشورمان، شاید بتوان از این موقعیت و تهدید به عنوان فرصتی مغتنم برای صنعت گردشگری در ایران استفاده کرد؛ چراکه بر همگان روشن است که صنعت گردشگری و تمامی بخش‌های وابسته به آن که به طور مستقیم با معیشت مردم جامعه در ارتباط می‌باشند، تحریم‌ناپذیر است. هیچ قدرت و دولتی قادر به تحریم حوزه گردشگری نیست، بنابراین خوب است که اکنون متولیان این امر در کشور دست به کار شده و برای رونق هر چه بیشتر گردشگری طرحی نو دراندازند تا هم در شرایط بحرانی کنونی، کمکی به اقتصاد کشور کرده باشند و هم اینکه از این طریق نگاه دنیای خارج را با مهمان‌نوازی شایسته نسبت به ایران و ایرانی تغییر داده و به دنیا ثابت کنند که ما مردمی صلح‌طلب و بشردوست هستیم.

با توجه به افزایش تحریم‌های خصمانه بر علیه کشور و فشار همه‌جانبه دشمنان این مرز و بوم به مردم شریف ایران، هر چند این محدودیت‌ها مشکلاتی را بر مردم و اقتصاد کشور تحمیل می‌نماید، اما به نظر می‌رسد بهترین زمان برای جراحی زخم کهنه اقتصاد کشور که همانا وابستگی بیش از حد به صادارت نفت بوده است را مهیا می‌کند.

نقش ویژه گردشگری حلال در تحقق اقتصاد مقاومتی می‌تواند فرصتی مناسب برای تبدیل تهدید تحریم‌ها به فرصت باشد. اقتصاد مقاومتی یک راهبرد و تدبیری عقلایی و جهادمحور به منظور کاهش فشار اقتصادی و مسیری برای برون‌رفت از این شرایط حساس است، گردشگری حلال، نقش موثری در فرآیند توسعه اقتصادی جوامع دارد و یکی از مصداق‌های بارز تحقق اقتصاد مقاومتی محسوب می‌شود.

اقتصاد مقاومتی که به عنوان یک راهبرد توسط مقام معظم رهبری مطرح گردیده است، اصولا بر پایه قطع وابستگی به نفت و بهره‌مندی از توان و ظرفیت داخلی اتفاق می‌افتد. ایران به عنوان کشوری غنی با دارا بودن منابع توسعه گردشگری و به سبب فرهنگ، تمدن، ویژگی‌های آب و هوایی و... که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه است؛ اما می‌تواند به کشوری فعال در صنعت گردشگری حلال تبدیل شود و با تمرکز بر رویکرد گردشگری و تنظیم راهبردها و برنامه‌های منظم و منسجم، وابستگی خود را به منابع نفتی کاهش داده و به سمت منابع درآمدی جایگزین حرکت کند و به عنوان یک منبع پایدار از این فرصت‌ها بهره‌مند شود.

گردشگری حلال یکی از مهم‌ترین قطب‌های توسعه و درآمدزایی محسوب می‌شود که به ایجاد اشتغال و خوداتکایی کمک می‌کند و با ارتقاء جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی، تاثیر شگرفی بر رشد و پیشرفت جامعه می‌گذارد.

با عنایت به همه ظرفیت‌هایی که در ایران از باب فرهنگ اسلامی و نیز شاخصه‌های گردشگری فراوان در این حوزه و همچنین بحث گردشگری حلال که به جرات ایران یکی از بزرگترین و مهم‌ترین کشورها در این خصوص به دلیل فرهنگ دینی و اسلامی کشور می‌باشد، قطعا مناطق آزاد می‌توانند با برگزاری همایش‌ها، نمایشگاه‌ها و کنفرانس‌های بین‌المللی در این خصوص گوی رقابت را از کشورهای همسایه بربایند.

مناطق آزاد بهترین بستر در جهت توسعه گردشگری حلال در کشور می‌باشند؛ مناطقی عمدتا گردشگرپذیر با قوانین آسان‌تر از سرزمین اصلی ازجمله اجازه ورود گردشگران بدون دریافت ویزا و همچنین مقررات سهل‌تر که می‌توانند و باید به عنوان پایلوت در حوزه گردشگری حلال مورد توجه و استفاده قرار گیرند.

هفت منطقه آزاد در هفت نقطه از کشور پهناور ایران که عمدتا در نقاطی واقع شده‌اند که از جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و مذهبی بسیاری بهره‌مند هستند؛ کیش، قشم، چابهار، انزلی، اروند، ارس و ماکو که از جنوبی‌ترین نقاط ایران تا شمالی‌ترین مرزهای کشور قرار گرفته‌اند و هر کدام به فراخور موقعیت، دارای پتانسیل‌های عظیمی جهت جذب گردشگران می‌باشند.

گردشگری خصوصا گردشگری حلال در مناطق آزاد ازجمله برنامه‌ها و اهداف مهم در استراتژی مدیران این مناطق بوده که در دولت تدبیر و امید، جان تازه‌ای به خود گرفته است. در این راستا خوشبختانه گام‌های بلند و مفیدی در تحقق اهداف برداشته شده است.

این فرصت منحصربه‌فرد می‌تواند در رشد اقتصادی مناطق آزاد و جذب گردشگران و همچنین ایجاد اقتصاد پایدار موثر و به عنوان دروازه جدید دیپلماسی، پلی مطمئن برای رسیدن به بازارهای جهانی و عبور از این تنگنای تاریخی کشور نقش‌آفرینی نماید.

رونق و گسترش صنعت گردشگری یکی از محورهای اساسی توسعه کشور است، اما این مهم نیازمند توسعه زیربناها و زیرساخته‌ای گردشگری می‌باشد تا بتوان گردشگری حلال را به عنوان یکی از اولویت مهم اقتصادی، تحت پوشش قرار داد. در اولین اقدام، نیاز است که زیرساخت‌های فرهنگی در این حوزه توسعه یابد تا بتوان به نحو مطلوب گردشگران به‌ویژه توریست خارجی را پذیرش کرد؛ چراکه برای حضور گردشگر می‌بایست، امور رفاهی گردشگری نیز به شکل مناسبی افزایش یابد.

باید به بحث گردشگری حلال توجه ویژه داشته باشیم، زیرا غالب مناطق آزاد در نقاط مرزی واقع شده‌اند و می‌بایست بیش از این از باب زیرساخت‌ها خصوصا زیرساخت‌های گردشگری تقویت شوند، که در صورت اجرایی شدن طرح‌ها و زیرساخت‌های مکفی، مناطق آزاد می‌توانند اقتصاد ایران را با محوریت گردشگری حلال متحول سازند.

معاون فنی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد اروند اظهار داشت:

توسعه فرودگاه بین‌المللی آبادان از اولویت‌های سازمان منطقه آزاد اروند

گزارش:
مسعود گادار

معاون فنی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد اروند گفت: یکی از اهداف اصلی این سازمان، توسعه فرودگاه بین‌المللی آبادان در منطقه بود که اکنون به این هدف رسیدیم.

موعود شمخانی اظهار داشت: از سال۹۲ فرودگاه بین‌المللی آبادان به عنوان اصلی‌ترین موضوعات منطقه مورد توجه قرار گرفت و نیازمندی‌های این فرودگاه بررسی و مقرر شد که به صورت مشارکتی با شرکت فرودگاه‌های کشور سالن‌های آن نوسازی شود.

وی بیان کرد: منطقه دیری فارم به عنوان یک شهر فرودگاهی پیش‌بینی شد و این منطقه براساس توسعه فرودگاه طراحی گردید؛ زیرا منطقه‌ای برای پشتیبانی از فرودگاه بین‌المللی آیت‌اله جمی(ره) آبادان به شمار می‌رود.

معاون فنی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد اروند ادامه داد: برای ساخت فرودگاه آبادان پیش‌بینی‌هایی شد که فراتر از فرودگاه منطقه‌ای بود، فرودگاه پیشرفته‌ای در آن زمان بود و جزء معدود فرودگاه‌هایی بود که دارای دو باند و ترمینال باری بود و اکنون نیز جزء فرودگاه‌های پیشرفته کشور نیز به شمار می‌رود.

وی با اشاره به اختصاص اعتبار ۳۰میلیارد ریالی جهت خرید دستگاه ILSدر فرودگاه آبادان اظهار داشت: در سال۹۲ هیات مدیره سازمان منطقه آزاد اروند در بدو ورود، نخستین چک خود را جهت تجهیز فرودگاه آبادان و خرید دستگاه ILSبرای پیشگیری از لغو پروازها در هنگام گرد و خاک و دیگر شرایط نامساعد کشید؛ چراکه یکی از نقص‌های اساسی فرودگاه آبادان به شمار می‌رفت.

شمخانی افزود: پیش‌بینی شد در صورت برقراری پرواز خارجی ممکن است ظرفیت ترمینال فعلی کم باشد، مقرر شد یک ترمینال جدید نیز به صورت مشارکت ۵۰درصدی با شرکت فرودگاه‌ها احداث گردد.

وی اظهار کرد: با توجه به انجام تعهدات سازمان منطقه آزاد اروند و تکمیل عملیات ساختمانی، همزمان با پیشرفت فیزیکی ۹۲درصدی ساخت ترمینال جدید این فرودگاه، در ماه آینده آماده بهره‌برداری خواهد شد تا به ظرفیت فرودگاه اضافه شود.

معاون فنی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد اروند گفت: اساس کار سازمان منطقه آزاد اروند ساخت ترمینال جدید، ایجاد زیرساخت‌ها و توسعه ترمینال فعلی بود.

شمخانی اذعان داشت: هزار میلیارد ریال به صورت مشارکتی با شرکت فرودگاه‌ها در فرودگاه بین‌المللی آبادان هزینه شد تا پروازهای داخلی و خارجی پس از تکمیل ترمینال جدید، تفکیک شوند.

وی با اشاره به نیاز ترمینال باری در فرودگاه آبادان تصریح کرد: با توجه به نیاز مبرم فرودگاه بین‌المللی آیت‌اله جمی(ره) آبادان، ترمینال باری با اعتبار ۶۰میلیارد ریال به صورت مشارکتی با شرکت فرودگاهی کشور در این فرودگاه احداث شد.

معاون فنی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد اروند گفت: با پایان یافتن پروژه ترمینال جدید ۷۰۰هزار مسافر در سال به ظرفیت فعال فرودگاه بین‌المللی آیت‌اله جمی(ره) آبادان افزوده می‌شود.

ایجاد زیرساخت‌ها در فرودگاه آبادان، یکی از دستاوردهای مهم سازمان منطقه آزاد اروند

شمخانی، ایجاد زیرساخت‌ها در بخش‌های تجهیزات کمک ناوبری، محوطه‌سازی، ساخت، بازسازی و بهسازی ترمینال‌ها و تجهیز امکانات در فرودگاه بین‌المللی آیت‌اله جمی(ره) آبادان را یکی از دستاوردهای مهم سازمان منطقه آزاد اروند در شش سال گذشته برشمرد.

وی گفت: تجهیز فرودگاه بین المللی آیت‌اله جمی(ره) آبادان یکی ازحوزه‌ها و اهداف اصلی سازمان منطقه آزاد اروند به شمار می‌رفت که در شش سال گذشته، این سازمان با ایجاد زیرساخت‌های اساسی، اقدامات شایسته‌ای را انجام داد.

معاون فنی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد اروند افزود: خوشبختانه منطقه آزاد اروند دارای راه‌های هوایی، زمینی، ریلی و دریایی است که برای سرمایه‌گذاری و رونق اقتصای مزیت بزرگی محسوب می‌شود که این مزیت در سایر مناطق آزاد کشور و حتی دنیا کم‌نظیر است.

شمخانی با اشاره به نقش صنعت هوایی در حمل و نقل و رونق اقتصادی اظهار داشت: توسعه صنعت هوایی و زیرساخت‌های فرودگاهی، جزء اولویت‌های سازمان منطقه آزاد اروند به شمار می‌رود که در این راستا اقدامات شایسته‌ای صورت گرفت.

وی با اشاره به اقدامات توسعه‌ای سازمان منطقه آزاد اروند ظرف شش سال اخیر اظهار داشت: برای توسعه اقتصادی منطقه، مهم‌ترین فعالیتی که باید انجام می‌شد، توسعه لجستیکی فرودگاهی و مسیر هوایی بود.

معاون فنی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد اروند تصریح کرد: توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی برای منطقه آزاد اروند بسیار حائز اهمیت است، زیرا تاثیرات زیادی در بحث رونق اقتصادی و میزان سرمایه‌گذاری دارد.

شمخانی با بیان اینکه در شش سال اخیر اقدامات و حرکت‌های بزرگی برای توسعه فرودگاه آبادان انجام شده، گفت: در گذشته، فرودگاه آبادان نسبت به سایر فرودگاه‌های کشور توسعه یافته‌تر و پیشرفته‌تر بود، لیکن نیاز به بهسازی و همچنین ایجاد زیرساخت‌های جدید داشت.

وی با اشاره به ساماندهی فضای سبز فرودگاه آبادان عنوان کرد: ۱۸ الی ۲۰هکتار فضای سبز در حالی ساماندهی شد که سال‌ها برای این ساماندهی بین فرودگاه و شهرداری آبادان اختلاف بود، اکنون بعد از ساماندهی این فضای سبز، ورودی شهر از مسیر هوایی برای مسافران جذاب‌تر به نظر می‌رسد.

شمخانی با بیان اینکه صنعت هوایی نقش مستقیمی در توسعه اقتصادی و زیست محیطی دارد، تصریح کرد: فرودگاه آبادان به لحاظ زیرساختی با مشکلات زیادی مواجه بود، متاسفانه مسئولان و سرمایه‌گذاران برای ورود به شهر از مسیر نامناسبی در این فرودگاه عبور می‌کردند و الزام ما، ایجاد مسیری در خور شان منطقه آزاد اروند بود که در این راستا پاویون‌های vipو cip در فرودگاه احداث شد.

معاون فنی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد اروند ادامه داد: شرکت فرودگاه‌ها در راستای توسعه فرودگاه بین‌المللی آیت‌اله جمی(ره) همگام و همراه سازمان منطقه آزاد اروند بود، اگر سایر دستگاه‌ها بخصوص دستگاه‌های اجرایی در کنار سازمان منطقه آزاد اروند نباشند، نمی‌توان کار قوی در این منطقه انجام داد.

وی با تاکید بر لزوم توجه به توسعه فرودگاه آبادان گفت: این سازمان بعد از شش سال، تمامی برنامه‌های خود در راستای توسعه فرودگاه بین‌المللی آیت‌اله جمی (ره) آبادان را اجرایی کرده است و بعد از افتتاح ترمینال جدید، وارد فاز نگهداری و بهره‌برادری خواهیم شد.

شمخانی اظهار کرد: شش سال پیش ترمینال قدیمی مسافربری فرودگاه آبادان حتی سرویس بهداشتی مناسبی نداشت، سیستم سرمایشی و گرمایشی در این ترمینال نیز با مشکل اساسی مواجه بود، ولی با مشارکت سازمان منطقه آزاد اروند و شرکت فرودگاه‌های کشور، این مشکلات رفع و ترمینال قدیمی به صورت کلی بهسازی شد.

معاون فنی و زیربنایی سازمان منطقه آزاد اروند با اشاره با ساماندهی دیوار جانبی فرودگاه آبادان نیز گفت: دیوارهای اطراف فرودگاه آبادان رو به نابودی بود که با اعتبار هفت میلیارد و پانصد میلیون ریال این دیوار اصلاح و ساماندهی شد.

معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد اروند خبر داد:

امضای تفاهم‌نامه میان سازمان منطقه آزاد اروند و کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی ایران

معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد اروند گفت: در راستای همکاری مشترک جهت استفاده مطلوب از ظرفیت‌ها و توانایی‌های تخصصی طرفین، تفاهم‌نامه‌ای میان سازمان منطقه آزاد اروند و کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی ایران، منعقد شد.

در نشستی مشترک که با حضور رئیس کمیسیون گردشگری و کسب و کارهای وابسته اتاق بازرگانی ایران، معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد اروند، نمایندگانی از دبیرخانه شورایعالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی کشور، مدیر توسعه گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی، مدیر بهبود محیط کسب و کارهای سازمان منطقه آزاد اروند و سرمایه‌گذاران حوزه گردشگری برگزار شد، با هدف همکاری‌های مشترک در حوزه گردشگری و سرمایه‌گذاری تفاهم‌نامه همکاری منعقد گردید.

رئیس کمیسیون گردشگری و کسب و کارهای وابسته اتاق بازرگانی ایران، جایگاه گردشگری را بسیار مهم و ویژه عنوان کرد و این جلسه را بهترین فرصت برنامه‌ریزی جهت توسعه صنعت گردشگری دانست و اظهار داشت: با توجه به موقعیت منطقه آزاد اروند می‌توان برنامه‌ریزی‌های مهمی در زمینه گردشگری انجام داد و ما نیز به عنوان بازوی مشورتی طی این فرآیند در کنارتان باشیم.

علی‌اکبر عبدالملکی با تاکید بر اهمیت و نقش بخش خصوصی در حوزه گردشگری، خاطرنشان کرد: تمام تلاش خود را خواهیم کرد تا به حوزه گردشگری این منطقه کمک کنیم، چراکه گردشگری صادرات نامرئی است و باید آن را گسترش داد و شاهد رشد اشتغال در این زمینه باشیم.

وی، ظرفیت منطقه آزاد اروند به عنوان برند گردشگری خوراک را بسیار بالا دانست و تصریح نمود: با توجه به کاهش ارزش پول ملی، ایران می‌تواند بهشتی برای گردشگران باشد و بی‌شک پس از پایان کرونا شاهد هجوم گردشگران خارجی خواهیم بود.

همچنین، معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد اروند تفاهم‌نامه منعقد شده را در راستای همکاری مشترک جهت استفاده مطلوب از ظرفیت‌ها و توانایی‌های تخصصی طرفین دانست و گفت: هدف از انعقاد این تفاهم‌نامه، ایجاد همکاری مشترک و تعامل در حوزه گردشگری، صنایع دستی و اقتصاد ورزش با استفاده از کلیه امکانات دو طرف اعم از توانمندی‌های علمی، نیروی انسانی، فنی و اطلاعاتی است.

قدرت‌اله طمیمیان خاطرنشان کرد: هر یک از دو طرف در این تفاهم‌نامه تعهداتی خواهند داشت تا مفاد آن هرچه بهتر اجرا شود.

وی، حمایت، تسریع و تسهیل در برنامه‌های اجرایی و صدور کلیه مجوزهای لازم برای فعالیت‌های کمیسیون در چارچوب قوانین موجود را ازجمله تعهدات سازمان منطقه آزاد اروند عنوان کرد و در ادامه افزود: همکاری در برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی در حوزه‌های مختلف گردشگری، تسهیل در زمینه ورود سرمایه‌گذاران، شرکت در جلسات مشترک در جهت توسعه روابط فی مابین و رفع موانع موجود در اجرای قراردادهای منعقده و ایجاد زمینه‌های فعالیت‌های اقتصادی و گردشگری برای اعضای کمیسون گردشگری از طریق واگذاری زمین و معرفی برای اعطای تسهیلات به متقاضیان، از دیگر تعهدات سازمان منطقه آزاد اروند در این تفاهم‌نامه خواهد بود.

طمیمیان، تسهیل اجرای طرح‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری و صنایع دستی با هدف رشد و شکوفایی منطقه را از اهم تعهدات کمیسون گردشگری اتاق بازرگانی ایران، مطرح کرد و گفت: برگزاری نشست‌های دوره‌ای در راستای تقویت نقاط قوت و رفع موانع موجود در توسعه گردشگری منطقه، حضور فعال در رویدادهای گردشگری داخلی و بین‌المللی در منطقه آزاد اروند، همکاری در تامین تسهیلات مورد نیاز سرمایه‌گذاران حوزه گردشگری، مشارکت در موقعیت‌های سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری فرهنگی و ساخت هتل‌های۴ و ۵ستاره، برگزاری نشست‌های مشترک با آژانس‌ها و فعالین حوزه گردشگری، برگزاری نشست‌های مشترک هیات‌های تجاری و گردشگری و در نهایت برنامه‌ریزی جهت بازاریابی و فروش محصولات صنایع دستی منطقه در سایر کشورها، مابقی تعهدات کمیسون گردشگری اتاق بازرگانی ایران در تفاهم‌نامه مذکور است.

معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد اروند مدت زمان این تفاهم‌نامه را یک سال عنوان کرد که با موافقت دو طرف، قابل تمدید خواهد بود.

اخبار مناطق آزاد

معاون سرمایه‌گذاری و توسعه کسب و کارهای سازمان منطقه آزاد اروند اظهار کرد:

خرما و میگو منطقه آزاد اروند به روسیه صادر می‌شود

معاون سرمایه‌گذاری و توسعه کسب و کارهای سازمان منطقه آزاد اروند از توزیع خرما و میگو این منطقه براساس استاندارد روسیه در فروشگاه‌های خرده‌فروشی این کشور خبر داد.

سیدعلی موسوی گفت: در تفاهم‌نامه مشترک سازمان منطقه آزاد اروند و انجمن دوستی ایران و روسیه که با حضور این معاونت، معاون فرهنگی، مدیران زیر مجموعه معاونت‌های مذکور، رئیس و اعضای هیات مدیره انجمن دوستی ایران و روسیه منعقد شد؛ همکاری و گسترش تعامل در حوزه‌های صنعت، معدن، تجارت، گردشگری، حمل و نقل و استفاده از توانمندی‌های علمی و اجرایی هر دو طرف مطرح شده است.

وی افزود: مقرر شد برای صادرات این دو محصول استراتژیک منطقه، به صورت ویژه با انجمن دوستی ایران و روسیه در حوزه بازاریابی و گرفتن استاندارد این کشور برای بسته‌بندی جهت توزیع در فروشگاه‌های خرده‌فروشی و عمده‌فروشی در روسیه کار شود.

این مقام مسئول خاطر نشان کرد: تسهیل اجرای طرح‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری با هدف رشد و شکوفایی منطقه، برگزاری نشست‌های دوره‌ای در راستای تقویت نقاط قوت و رفع موانع موجود در توسعه اقتصادی منطقه، برگزاری نشست‌های تخصصی و سازمانی در حوزه تجارت با روسیه و اورسیا، برگزاری کارگاه تخصصی اوراسیاشناسی و روسیه‌شناسی برای مدیران، تجار و بازرگانان منطقه، تهیه بانک اطلاعاتی جامع بازرگانان و صنعتگران روسی و فعالان اقتصادی منطقه جهت دسترسی و ایجاد زمینه تعامل طرفین، ایجاد زمینه مشارکت و فعالیت ذی‌نفعان منطقه در اتاق مشترک بازرگانی ایران–روسیه و فعال‌سازی خط ترانزیت روسیه، ایران و عراق از طریق مرز تجاری، از مهم‌ترین تعهدات و زمینه‌های همکاری طرفین بود.

موسوی با اشاره به جذب سرمایه‌گذار برای منطقه آزاد اروند نیز گفت: جذب سرمایه‌گذار روسی در بخش نیروگاهی و انرژی، توسعه بنادر خرمشهر و آبادان و همچنین جذب ایرانیان مقیم روسیه برای سرمایه‌گذاری در منطقه آزاد اروند در این نشست مطرح شد.

وی، استفاده از پتانسیل مرکز نوآوری اروند و ارتباط بین مرکز نوآوری منطقه آزاد اروند و مراکز نوآوری کشور روسیه و گسترش استارتاپ‌ها و شتابدهنده‌ها را از دیگر موارد مطرح شده در این جلسه برشمرد.

درخصوص پذیرش و اعزام هیات‌های تجاری نیز، موسوی افزود: شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی، اختصاصی و بین‌المللی منطقه و کشور روسیه همچنین مورد بحث و بررسی طرفین قرار گرفت.

معاون سرمایه‌گذاری و توسعه کسب و کارهای سازمان منطقه آزاد اروند در پایان گفت: درخصوص همکاری در تامین تسهیلات، دریافت فایناس و برنامه‌ریزی جهت بازاریابی و فروش محصولات صنایع تولیدی منطقه آزاد اروند با انجمن دوستی ایران و روسیه به توافق رسیدیم.

معاون سرمایه‌گذاری و توسعه کسب و کارهای سازمان منطقه آزاد اروند تاکید کرد:

تعطیلی اصناف، راه‌حل مناسبی برای کنترل کرونا نیست

معاون سرمایه‌گذاری و توسعه کسب و کارهای سازمان منطقه آزاد اروند گفت: با توجه به شرایط اقتصادی فعلی، باید بر رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی تاکید شود و تعطیلی اصناف نمی‌تواند راه حل مناسبی برای کاهش آسیب به مردم باشد.

سیدعلی موسوی در جلسه کارگروه تخصصی بررسی تاثیر اقتصادی ویروس کرونا بر کسب و کارهای کوچک و اصناف که در محل سالن جلسات این سازمان برگزار شد، افزود: بعضی اصناف با شیوع کرونا مدت‌ها تعطیل و به شدت متضرر شدند که پرداخت وام مشاغل آسیب دیده از کرونا به این صنوف می‌تواند موثر اما مسکنی موقتی باشد.

وی در این نشست که با حضور روسای اتحادیه‌هایی که بیشترین آسیب را از ویروس کرونا دیده‌اند، انجام شد؛ آمار و ارقام دقیق از سوی اصناف به منظور حل مشکلات، اطلاع‌رسانی صحیح درباره نحوه مقابله با این ویروس، بررسی تبعات اقتصادی ناشی از گسترش این بیماری و کاهش این تبعات با کمک معاونت فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد اروند را در سیاستگذاری‌های آتی بسیار مهم و ضروری دانست و تاکید کرد: بررسی و مذکرات بیشتر در قالب کارگروه‌هایی با حضور مسئولین مربوطه و فرمانداران دو شهرستان آبادان و خرمشهر می‌تواند موثر باشد.

معاون سرمایه‌گذاری و توسعه کسب و کارهای سازمان منطقه آزاد اروند همچنین یادآور شد: بعضی کسب و کارهای پایدارتر و مشاغلی که از فضای مجازی استفاده کردند، موفق‌تر بودند و مشاغل خدماتی و کارهایی که ارتباط مستقیم با مردم داشتند مانند رستوران‌داران، هتل‌ها، آرایشگران زنانه، مجتمع تجاری و... بیشترین ضرر را متحمل شدند؛ که باید در کارگروه‌های ذکر شده مورد توجه ویژه قرار بگیرند.

هفته‌نامه اقتصادی، اجتماعی
صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مرضیه حسینی
زیرنظر: شورای سردبیری
www.freezonesnews.com
خبرنامه مناطق آزاد
گزارش
آدرس دفتر مرکزی: تهران، میدان هفت تیر، ابتدای خیابان قائم مقام فراهانی، خیابان مشاهیر، پلاک ٦٤، واحد ٥
تلفن: ٨٨٨٤١٦٤٨ فکس: ٨٨٨١٤٧٣٣
چاپ: گل آذین - ٦٦٧٩١٣٦٩ بازرگانی و توزیع: موسسه آزاد کهن قشم

ضرورت بهره‌گیری از فناوری اطلاعات در توسعه صنعت گردشگری:

فناوری اطلاعات، مسیر دستیابی مناطق‌آزاد به گردشگری پایدار

گزارش:
مهرناز عالمی

در جهان امروز که هر گردشگر از امکاناتی برخوردار است تا همزمان با بازدید از مقصدهای مختلف گردشگری، محتوای صوتی و تصویری تولید کرده و در کوتاه‌ترین زمان ممکن، پیام خود را به دورترین نقاط ارسال کند، اهمیت فناوری و تحولات دیجیتالی بیش از هر زمان دیگری محسوس است. همچنین شاهد هستیم که کسب و کارهای نوین گردشگری به مدد تحولات دیجیتالی و فناوری‌های اطلاعاتی به عرصه‌های پویایی تبدیل شده‌اند که با استفاده از فرصت‌های ناشی از توسعه و ترویج فناوری در جوامع بشری به سرعت در حال عبور از کسب و کارهای سنتی بوده و فاصله میان انتظارات گردشگران دیجیتال و ارزش واقعی تحویلی به آنها به کم‌ترین حد ممکن رسیده است.

تحولات دیجیتالی عصر فناوری اطلاعات، علاوه بر نقش موثر در دانش‌محور شدن گردشگری، به سفر مسئولانه و خلق تجربه متمایز از سفر منجر شده و بر ضرورت به کارگیری فناوری جامع‌نگر و آینده‌گرا در حوزه‌های مختلف گردشگری پایدار افزوده است.

شعار روز جهانی گردشگری سال(۲۰۱۸) «گردشگری و تحول دیجیتال» بود، در حالی سپری شد که به نظر می‌رسد نگاه به‌روز و تحول‌خواهانه مبتنی بر دیجیتال در صنعت گردشگری کشور چندان موردتوجه قرار نگرفته و مغفول مانده است. با این وجود، در مقطع کنونی و با توجه به شرایط خاص سیاسی و اقتصادی کشور که صنعت گردشگری می‌تواند در آن نقش یک ناجی را ایفا کند، فرصت‌هایی برای ایجاد این تحولات دیجیتالی فراهم است که برای بهره‌گیری از آنها برای ثمربخش کردن فعالیت‌های موجود ضرورت دارد؛ از «دیجیتال‌سازی ساز و کارهای بازاریابی و تبلیغات» و «حمایت از استارتاپ‌ها» که معمولا در زمینه دیجیتال دست به نوآوری می‌زنند گرفته، تا بهره‌گیری از ارزهای رمزنگاری شده همچون بیت‌کوین برای انجام مبادلات مالی در توریسم کشور به عنوان اقدامی به‌روز و پیشرو که اثر تحریم‌ها در حوزه مالی را به حداقل می‌رساند، حمایت کرد.

توریسم الکترونیک یاE-tourism بخشی از تجارت الکترونیک است که در برگیرنده استفاده از فناوری‌های روبه توسعه سریع؛ مانند ارتباطات، صنایع اطلاعاتی و همچنین برنامه‌ریزی‌های راهبردی مهمان‌نوازی، مدیریت و بازاریابی است. فعالیت‌های ویژه توریسم الکترونیک باید به متصدیان گردشگری، آژانس‌های گردشگری و دیگر ساختارهایی که مستقیما با استفاده از وب سایت‌های تخصصی، به گردشگری مجازی علاقه‌مندند، تکیه نماید. این پدیده (توریسم الکترونیک)، هم مصرف‌کنندگان و هم تولیدکنندگان کالاها و خدمات گردشگری را در چرخه خود وارد می‌نماید.

مزایای گردشگری الکترونیک که بسیار دارای اهمیت بوده و ما ناچار به استفاده از آن خواهیم بود، عبارتند از:

۱- تبادل اطلاعات در کمترین زمان ممکن بین علاقه‌مندان به گردشگری
۲- انتشار اطلاعات چندرسانه‌ای به صورت صوتی و تصویری و ویدئویی از مناطق مختلف گردشگری
۳- ظرفیت‌سازی برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات مجازی گردشگران با توریست‌های آماتور
۴- معرفی فرصت‌های اقامتی
۵- معرفی ظرفیت‌های حمل و نقل و...

هر چند گردشگری الکترونیک به اندازه مسافرت‌های واقعی، لذت‌بخش و خاطره‌انگیز نیست، اما از آنجا که به همه مردم و بدون در نظر گرفتن وضعیت اقتصادی و فرهنگی آنها این امکان را می‌دهد تا از مناطق دیدنی دنیا بازدید کنند، صنعتی قابل توجه، محسوب می‌شود. با این حال، در کشور ما به دلایلی ازجمله نبود زیرساخت‌های اولیه و پرهزینه بودن ایجاد آنها، رشد ناچیز فناوری اطلاعات و عدم استفاده همه افراد از اینترنت و کمبود سایت‌های گردشگری، این صنعت با اقبال عمومی قابل توجهی همراه نشده است؛ اما مزایای بالقوه این فناوری، به ویژه در امر اشتغال‌زایی و کسب درآمد مستقل از نفت، همه افراد و به ویژه فعالان این بخش را بر آن داشته تا برای رونق این صنعت، تلاش نمایند.

ضرورت تحول در بازاریابی دیجیتالی

یکی از حوزه‌هایی که تحولات دیجیتالی آن را دچار دگرگونی‌های گسترده کرده است، بازاریابی است. صنعت گردشگری یک کشور برای توسعه، نیاز به بازاریابی هدفمند و گسترده دارد تا از این رهگذر، امکان جذب گردشگر از دیگر کشورهای جهان فراهم شود. از آنجا که این صنعت ماهیتی فرامرزی دارد، بازاریابی دیجیتال در آن از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. براساس آمارهای موجود و در سال۲۰۱۵ میلادی، سهم هزینه‌های بازاریابی دیجیتال از کل بازاریابی جهان در حدود ۳۵درصد بوده که این رقم در سال۲۰۱۷ به نزدیک ۴۵درصد رسید؛ ارقامی که نشان می‌دهد بازاریابی دیجیتال به سرعت در حال تسخیر بازاریابی به شیوه سنتی است.

با توجه به دیدگاه اغلب کارشناسان و فعالان این حوزه، دانش محدود و ناکافی، ردپای حضور تفکر سنتی در حوزه مدرن بازاریابی دیجیتال و عدم شکل‌گیری چرخه تبادل‌نظر با مشتری و گرفتن بازخورد، ازجمله مواردی هستند که به عنوان ضعف‌های عمده بنگاه‌های فعال در صنعت گردشگری کشور جهت بهره‌گیری از فرصت بازاریابی دیجیتال مطرح می‌باشد.

این روزها در پی تشدید تحریم‌های بین‌المللی شده امریکا، موجی از اخبار منفی در مورد ایران در رسانه‌های پرنفوذ غربی شکل گرفته و به این ترتیب برای اینکه بازاریابی و تبلیغ برای سفر به ایران موثر واقع شود، نیاز است که گردشگری بیش از هر زمانی به ابزارهای کارآمد و بهینه تبلیغات و بازاریابی مسلح باشد؛ از همین رو بهره‌گیری از الگوهای موفق و موثر بازاریابی دیجیتال باید در دستورکار بنگاه‌های فعال گردشگری و همچنین مدیریت سازمان‌های مناطق آزاد قرار گیرد.

همچنین توسعه فرهنگی در استفاده صحیح از فناوری اطلاعات، آشناسازی مردم با ساختار، عملکرد و مزایای فناوری اطلاعات، ایجاد زیرساخت‌ها و بسترهای مناسب شبکه‌ای و مخابراتی، ایجاد زمینه‌های مناسب جهت گسترش بانکداری الکترونیک، ایجاد انگیزه و تمایل در مدیران، کارکنان تاسیسات گردشگری و آموزش دادن آنها برای استفاده موثر از فناوری اطلاعات نیز در سرلوحه برنامه‌های کلان سازمان‌ها می‌باشد.

لزوم حمایت از استارت‌آپ‌ها

همواره ایران یک مقصد جذاب اما پر از ابهام و رمز و راز برای گردشگران خارجی بوده است، تا جایی که خیلی اوقات گردشگران عطای بازدید از ایران را به لقایش می‌بخشیدند. البته در این میان نباید از وجود اطلاعات نادرست و شایعات در سطح بین‌المللی چشم‌پوشی کرد. در چنین شرایطی نقش استارتاپ‌ها در صنعت گردشگری، بسیار حائز اهمیت است.

ورود سالانه بیش از ۵میلیون گردشگر به ایران نشان از این دارد که صنعت توریسم از ظرفیت‌های گسترده‌ای برای راه‌اندازی کسب و کار برخوردار است؛ کسب و کارهایی که می‌توانند به شکل استارتاپ راه‌اندازی شده و دروازه‌های جدیدی از کسب و کارها را به روی اکوسیستم استارتاپی ایران باز کنند.

گردشگری، صنعتی است که با کمترین سرمایه، بیشترین درآمد و اشتغال را نصیب کشور می‌کند، چراکه همه چیز ازجمله آثار و اماکن باستانی و تاریخی و طبیعی برای این کار در اغلب نقاط کشور وجود دارد. در صنعت گردشگری به ازای ورود هر گردشگر به کشور دست‌کم ۵شغل ایجاد می‌شود و میزان اشتغال بخش گردشگری نیز سریع تر از سایر بخش‌ها است. اشتغال، درآمد و تفریح از نیازهای اساسی بشر است و همه اینها در گردشگری وجود دارد و این صنعت ظرفیت پاسخگویی به همه اینها را در اختیار دارد.

نقش مستقیم و غیرمستقیم کارآفرینی در گردشگری

گردشگری یک پدیده فراگیر است که به طور مستقیم و غیرمستقیم در کارآفرینی و اشتغال نقش دارد، در حالی که در سایر حوزه‌ها این خصوصیت کمتر دیده می‌شود. گردشگری از نظر اشتغال و ایجاد بسترهای اشتغال در جایگاه بالایی قرار دارد و شمار افرادی که در گردشگری می‌توانند فعال شوند، زیاد است.

توسعه کسب و کارهای کوچک خانگی و جمعی، جذب سرمایه‌گذار داخلی و خارجی، تربیت راهنمایان تور و حمایت از ابداعات، اختراعات و نوآوری‌های متحول کننده در صنعت گردشگری ازجمله راه‌های گسترش کارآفرینی در صنعت گردشگری است.

دسترسی راحت‌تر به اطلاعات گردشگری و همین طور امکان خرید آنلاین بلیط چارتر و سیستمی و مقایسه قیمت‌ها و همچنین رزرو اماکن اقامتی به صورت آنلاین از اهرم‌های اصلی رشد گردشگری در سال‌های اخیر ایران هستند. البته این فضا هنوز بخش‌های بکر زیادی دارد که ازجمله آنها می‌توان به تولید محتوای بین‌المللی اشاره کرد. محتوایی که علاوه بر معرفی ایران، زمینه‌ساز ایجاد تصویری امن از ایران در بین مردم کشورهای مختلف جهان است.

نهادهایی همچون سازمان ملل، تلاش‌های گسترده‌ای برای جلب توجه دولت‌ها به موضوع ایجاد امنیت در فضای سرمایه‌گذاری و خصوصا سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای نوپا و استارتاپ‌ها انجام می‌دهند؛ نکته‌ای که در پیام سال گذشته دبیرکل سازمان ملل متحد به مناسبت روز جهانی گردشگری نیز مورد تاکید قرار گرفت. آنتونیو گوترش در بخشی از این پیام با تاکید بر لزوم حمایت از کسب و کارهای نوپا که در صنعت گردشگری و با بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتالی جدید دست به نوآوری می‌زنند، تصریح کرد: «دولت‌ها می‌توانند با معرفی و متصل کردن سرمایه‌گذاران به کسب و کارهای نوپای گردشگری به ایجاد نوآوری، کارآفرینی، افزایش سطح اشتغال و شکل‌گیری یک بخش گردشگری واقعا فراگیر کمک کنند. با پشتیبانی از این فناوری‌های دیجیتالی در گردشگری است که شیوه سفر کردن ما می‌تواند به گونه‌ای تغییر کند که اثرات مخرب محیط‌زیستی توریسم به حداقل برسد و همگان از ارمغان منافع حاصل از صنعت گردشگری بهره‌مند شوند.»

به نظر می‌رسد مسیر توسعه گردشگری بیش از هر زمان دیگری از امکانات دیجیتالی می‌گذرد؛ مسیری که قرار گرفتن در خارج از آن، این توسعه را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد.

لزوم توسعه گردشگری و گسترش فناوری اطلاعات در مناطق آزاد

امروزه صنعت گردشگری به یکی از صنایع مهم درآمدزای جهانی تبدیل شده که با نفوذ و گسترش فناوری اطلاعات، جهان را تبدیل به دهکده‌ای فرامنطقه‌ای با رویکردی جهانی کرده است؛ به طوری که زندگی در این دهکده، نیازمند خلق موقعیت‌ها و فرصت‌های جدید می‌باشد.

برای بهره‌برداری از این فرصت درآمدزا، به آگاهی و همراهی با موج نوین فناوری نیاز داریم که هر چه در تحقق آن سهل‌انگاری کنیم، فرصت‌ها را به دیگر رقبای منطقه‌ای خود خواهیم سپرد.

با فرض اینکه فناوری اطلاعات یک سیب باشد، کامپیوتر، شبکه، نرم‌افزار و دیگر ابزارهای مرتبط با این حوزه همانند دم سیب است که میوه با آن تغذیه می‌شود؛ حال این خود سیب است که محصول اصلی است و هدف و نتیجه در آن خلاصه می‌شود. از این رو، از مهم‌ترین کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، توسعه صنعت گردشگری خارجی است؛ چراکه از طریق آن می‌توان درآمدهای ارزی فراوانی به دست آورد که افزایش تولید ناخالص داخلی را به منزله شاخص توسعه به دنبال خواهد داشت. با ورود به بازار رقابتی جهانی، تجهیز امکانات و بهره‌برداری از فناوری‌های نوین در قالب «گردشگری الکترونیکی» از الزاماتی است که باعث افزایش منابع درآمدی و ایجاد اشتغال و بهبود خدمات اجتماعی می‌شود.

صنعت گردشگری الکترونیکی با به کارگیری فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعات به منظور توسعه صنعت، امکان ارائه اطلاعات دقیق و به‌روز و همچنین ارائه خدمات جدید به کاربران و گردشگران را در هر جای دنیا می‌دهد. این اطلاعات و تسهیلات، به گردشگر این امکان را می‌دهد که برای سفر کردن به نقطه‌ای خاص، به صورت مجازی امکان سفر، مزایا و معایب سفر را بررسی کند و به راحتی در مورد انجام سفر تصمیم بگیرد.

مناطق آزاد تجاری-صنعتی پتانسیل جذب گردشگران زیادی را علاوه بر بعد سیاحتی و فرهنگی، برای فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد کسب و کارهای جدید، نقش ویژه‌ای دارا هستند که عایدات آن می‌تواند از منابع درآمدی جدید مناطق باشد.

با همگام‌سازی صنعت گردشگری در بستر فناوری اطلاعات، می‌توان به طور مستقیم به ایجاد الگوهای جدیدی در رفتار تصمیم‌گیری مسافران کمک کرد. همچنین رشد نوآوری سبب افزایش کارایی صنایع خرد و متوسط در ایجاد کسب و کارهای جدید خواهد شد. ایجادAP برای خدمات‌رسانی به مسافرین ازجمله تهیه بلیط، مقایسه قیمت و مدت زمان سفر از طریق وسایل نقلیه مختلف ازجمله قطار، هواپیما، کشتی و... این امکان را به گردشگران می‌دهد تا براساس بودجه، برنامه سفر خود را تنظیم نمایند. اپلیکیشن‌های راهنمای گردشگری علاوه بر کتابچه، نقشه و مناطق دیدنی می‌توانند به صورت آنلاین فرد گردشگر را در آن فضا به صورت مجازی قرار دهد، به طوری که قبل از سفر، گردشگران می‌توانند تمام فضاها را قبل از بازدید مورد بررسی قرار دهند.

فناوری اطلاعات این امکان ویژه را در اختیار سرمایه‌گذاران و کارآفرینان قرار می‌دهد که با ایجاد ارتباط میان ارکان‌های مختلف صنعت و بسترسازی محیط جهت ایجاد کسب و کار در مناطق آزاد به انجام فعالیت‌هایی ترغیب شوند و بازار فعالیت خود را به صورت مجازی در اختیار مشتریان خود قرار دهند. هر چه تبادل اطلاعات در این خصوص تسهیل شود، دامنه آن گسترش خواهد یافت و امکان بهره‌وری اقتصادی را افزایش می‌دهد و هر چه ارائه اطلاعات در جهان بیشتر می‌شود، نیاز به دسترسی و شفاف‌سازی نیز بیشتر خواهد شد و فناوری اطلاعات این بستر را از طریق اینترنت و گوشی‌های همراه آماده می‌سازد، به صورتی که بهره‌گیری از آن باعث توسعه پایدار در صنعت گردشگری خواهد شد.

بنابراین، هرگونه رشد و توسعه در صنایع گردشگری، باعث افزایش تولید ناخالص داخلی کشور و به دنبال آن گسترش صادرات محصولات مربوط به صنایع دستی خواهد شد. این مسئله ترغیب سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی را در دهکده جهانی و ایجاد کشش به سمت کانون‌های پیشرفت مناطق آزاد از طریق فناوری اطلاعات در مقاطع کلان می شود.

با گسترش فناوری اطلاعات، که بسیاری از جنبه‌های محاسباتی و فناوری را دربرمی‌گیرد، باید گفت چتر فناوری اطلاعات بسیار بزرگ است و بسیاری از زمینه‌ها را پوشش می‌دهد. متخصصان فناوری اطلاعات وظایف گوناگونی دارند، از نصب برنامه‌های کاربردی تا طراحی شبکه‌های پیچیده رایانه‌ای و پایگاه داده‌های اطلاعاتی ازجمله زمینه‌های فعالیت متخصصین فناوری اطلاعات به شمار می‌روند.

افزایش چشمگیر تنوع تجهیزات و خدمات مربوط به فناوری اطلاعات، مدیریت خدمات ارائه شده در این زمینه را با مسائل فراوانی روبه‌رو کرده است. مدیریت رسیدگی به مشکلات و درخواست‌ها، مدیریت تجهیزات و منابع در رابطه با خدمات پشتیبانی فنی و تخصیص آنها به کاربران و همچنین نظارت، کنترل و برنامه‌ریزی در این زمینه ازجمله مواردی است که مدیران حوزه فناوری اطلاعات را در حوزه گردشگری مناطق آزاد بر آن داشته تا برای خود ابزارهای سودمند و کارآمدی تدارک ببینند؛ ازجمله این ابزارها، می‌توان به نرم‌افزارهای مدیریت خدمات فناوری اطلاعات اشاره کرد که می‌توانند مدیران، کارشناسان و تکنسین‌ها را در این باره یاری رسانند.

لزوم تولید محتوای گردشگری در بستر دیجیتال

براساس آمار منتشر شده از سوی سازمان جهانی گردشگری، صنعت گردشگری بعد از صنایع پتروشیمی و نفت در رتبه سوم صادرات جهانی قرار گرفته است.

از هر ۱۰شغل موجود در دنیا یک شغل در حوزه خدمات گردشگری است، ۱۰درصد از تولید ناخالص داخلی دنیا از گردشگری است، ۷درصد صادرات جهانی مربوط به حوزه گردشگری است، درآمد حاصله از صادرات گردشگری بیش از ۱,۴میلیارد دلار بوده است و ۳۰درصد صادرات خدمات جهانی در حوزه گردشگری صورت گرفته است.

حال با توجه به تاثیرات گردشگری در رشد اقتصادی، ایجاد شغل، توسعه، محافظت و نگهداری از محیط زیست و فرهنگ جوامع و در نهایت نویددهنده صلح و امنیت جهانی می‌توان به اهمیت بازاریابی گردشگری بیش از پیش پی برد.

براساس آمار به دست آمده، فناوری‌های نوین بازاریابی (بازاریابی دیجیتال)، ۶۵درصد از مردم جهت سفر از اینترنت استفاده می‌کنند، بنابراین تکیه بر اینترنت به عنوان ابزاری مهم در صنعت گردشگری دیگر یک انتخاب نیست و یک ضرورت محسوب می‌گردد. همچنین آمار دیگری نشان می‌دهد که بازاریابی دیجیتال ۶۲درصد ارزان‌تر از بازاریابی سنتی است.

بازارها با ورود به قرن بیست و یکم، دچار تغییرات بسیار اساسی شدند. امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات به طور سریع در حال گسترش و اثرگذاری بر تجارت و وسیله‌ای برای رقابت سازمان‌ها است. فناوری‌ها بر سازمان‌های خدماتی اثرگذار هستند و آنها را به سمت تجارت هدایت می‌کنند. برای مثال به طور فزآینده، مصرف‌کنندگان می‌توانند برای کل محصولات گردشگری اعم از خرید آنلاین بلیط، رزرو هتل، بسته‌های تورهای مسافرتی خود به طور مستقیم اقدام نمایند و بدین شکل آنها نیازمند انعطاف، خصوصی شدن، در دسترس بودن و در ارتباط با سازمان‌های گردشگری هستند.

با رشد چشمگیر و فراگیر شدن تلفن‌های همراه هوشمند، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در دهه اخیر، بنگاه‌های خدماتی مانند گردشگری نیز برای بازاریابی محصولاتشان، خود را با این ابزارهای روز تطبیق داده و بازاریابی دیجیتال به یکی از مهم‌ترین رویکردهای بازاریابی در دنیای امروز بدل شده است. بازاریابی دیجیتال به خصوص در حوزه خدمات، اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند؛ چراکه عموم مشتریان بنگاه‌های خدماتی، در واقع مشتریانی هستند که کیلومترها با مقاصد خود فاصله دارند و بنابراین، بخش قابل توجهی از اقداماتی که برای جذب این مشتریان صورت می‌گیرد به صورت ارتباط از راه دور و عموما در بستر اینترنت رخ می‌دهد.

پیشرفت سریع فن‌آوری، به خلق عصر دیجیتالی منجر شده است. رشد انفجاری کامپیوترها، ارتباطات از راه دور، اطلاعات، حمل و نقل و فن‌آوری‌های دیگر، بر روش‌های ارائه ارزش به مشتریان تاثیر عمده‌ای گذاشته است. امروزه بیش از هر زمان دیگر با افراد دور و نزدیک در دنیا ارتباط داریم. انفجار فن‌آوری، راه‌های جالبی برای آگاهی و پیگیری وضعیت مشتری و ارائه محصولات و خدمات متناسب با نیازهای منحصربه‌فرد هر کدام از مشتریان فراهم کرده است.

علاوه بر این، فن‌آوری‌های جدید، شرکت‌ها را در توزیع موثر و کارآمد محصولات نیز یاری می‌کند. همچنین امکان ارتباط با گروه‌ها یا فرد فرد مشتریان نیز فراهم شده است. فن‌آوری، موج جدیدی از ابزارهای ارتباطات و تبلیغاتی را نیز در برداشته است، از تلفن موبایل، آی‌پاد، دستگاه‌های ضبط دیجیتال و تلویزیون‌های کابلی گرفته تا کیوسک‌های اینترنتی در فرودگاه‌ها و فروشگاه‌های برخط.

لزوم توجه به بخش‌بندی بازار در بازاریابی دیجیتال گردشگری امری اجتناب‌ناپذیر است. بخش‌بندی بازار، فرآیندی است که براساس آن یک بازار به زیربخش‌های متمایزی از مخاطبان تقسیم‌بندی می‌شود که هر گروه دارای نیازها و مشخصات متفاوتی نسبت به دیگر گروه‌ها می‌باشد و لذا بخش‌بندی بازار در واقع قلب فعالیت‌های بازاریابی است و استراتژی‌های بازاریابی بدون توجه به بخش‌بندی بازار موفق نخواهند بود.

معمولا بخش‌بندی بازار را به منظور شناسایی انواع گونه‌ها، براساس متغیرهای چهارگانه زیر انجام می‌دهند:

- متغیرهای جغرافیایی (براساس محل استقرار)
- متغیرهای جمعیت شناختی (براساس عواملی نظیر سن، جنس، درآمد، میزان تحصیلات، شغل، نژاد، ملیت و...)
- متغیرهای رفتاری (براساس انگیزه، منافع مورد نظرگردشگر، وضعیت وفاداری و...)
- متغیرهای روانشناختی (براساس نوع نگرش، شخصیت گردشگران، شیوه زندگی یا طبقه اجتماعی و...)

عدم اتخاذ برنامه‌ریزی بازاریابی گردشگری موارد زیر را سبب می‌گردد:

- از دست دادن فرصت‌ها در بازارهای در حال رشد
- از دست دادن سهم بازار به دلیل اقدامات رقبا
- مواجهه با مشکلات مربوط به تقاضا در فصل کم متقاضی
- شناخت محدود نسبت به محصولات عرضه شده در مقصد موردنظر
- فقدان حمایت‌های لازم از تلاش‌های جمعی
- ضعف در سیستم اطلاعات
- نزول کیفیت خدمات به پایین‌تر از حدود قابل قبول
- مواجه شدن با مشکل در جذب واسطه‌ها جهت عرضه محصولات
- کاستن از قدرت خلاقیت و انگیزه کارکنان

وی گفت: جهت حضور بیشتر و بهتر در کسب و کار گردشگری ایران موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:

- ایجاد وب سایت استاندارد گردشگری مناسب
- جدی گرفتن شبکه‌های اجتماعی
- آشنایی با امکانات شبکه‌های اجتماعی مانند به اشتراک گذاشتن استوری‌ها و و فیلم‌ها و...
- استفاده از سلبریتی‌ها در شبکه‌های اجتماعی
- تبلیغات و نمایش‌های ویدئویی خصوصا تولید فیلم‌های کوتاه و عکس

بازاریابی دیجیتال نیز دائما باید خود را با این ابزارها که مرتبا به‌روز می‌شوند، تطبیق دهد. ممکن است یک ابزار در یک سال با اقبال گسترده‌ای مواجه باشد و سال بعد از آن به کلی فراموش شود؛ بنابراین شرکت‌ها و بنگاه‌های خدماتی گردشگری که بازاریابی دیجیتال برای آنها از اهمیت بالایی برخوردار است، به صورت متناوب ابزار موجود را رصد می‌کنند، میزان استقبال از هرکدام را می‌سنجند و متناسب با بازدهی هرکدام برای بازاریابی از طریق مطلوب سرمایه‌گذاری می‌کنند. به نظر می‌رسد کسب و کارهای گردشگری حالا اگر می‌خواهند از قافله امکانات تکنولوژیکی بازاریابی جا نمانند، باید در جهت تولید محتوای گردشگری و از روندهای جدید پیروی کنند.