



کنفرانس بین المللی برند گردشگری در اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد / آینده گردشگری جهان را برندها و نشان ها تعیین می کنند

برند شهر اصفهان اردیبهشت سال آینده رونمایی می شود

کنفرانس بین المللی برند گردشگری با حضور معاون رییس جمهور و رییس سازمان صنایع دستی، میراث فرهنگی و گردشگری، استاندار و شهردار اصفهان و جمعی از کارشناسان خارجی و داخلی حوزه گردشگری در سالن همایش های بین المللی اتاق اصفهان برگزار شد.

در این کنفرانس که به مدت دو روز و با حضور کارشناسان گردشگری کشورهای مختلف جهان از جمله اسپانیا، آمریکا، چین، کرواسی، بلژیک، پرتغال، کره جنوبی، دانمارک، ژاپن، آلمان، استرالیا برپاشده، شاخصه های برند گردشگری ایران بررسی و تدوین می شود.

سلطانی فر: آینده گردشگری جهان را برندها و نشان ها تعیین می کنند

معاون رییس جمهوری و رییس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری گفت: آینده گردشگری جهان را برند ها و نشان ها رقم می زنند و تصویر موجود در ذهن گردشگران دنیا از روی برندها شکل می گیرد. «مسعود سلطانی فر» در آیین افتتاحیه این کنفرانس گفت: گردش مالی صنعت گردشگری در سال 2014 حدود 6 هزار و 500 میلیارد دلار در کل دنیا بوده است که این رقم در سال 2015 فراتر خواهد رفت در این میان باید چشم انداز آینده و سهم ایران از این اقتصاد کلان بوده و چه قدم هایی باید در این زمینه برداریم؟ وی هدف از برگزاری کنفرانس بین المللی برند گردشگری را افزایش سهم ایران از گردشگری جهان و انتخاب یک برند و نشان ملی برای جذب حداکثری از جمعیت بالای یک میلیارد گردشگران جهانی عنوان کرد و افزود: تصویری که با ایجاد برند گردشگری ایران منتقل می شود همواره در ذهن ها باقی خواهد ماند. سلطانی فر ادامه داد: برندسازی (نمادسازی) بیش از آن که به عنوان موضوعی علمی مطرح شود از چندین قرن پیش وجود داشته و نماد سازنده صنعت دستی در کشورهای صاحب تمدن، روی آن اثر حک می شده است. وی عنوان کرد: در گردشگری به عنوان یک صنعت جدید، برند نیز موضوع نوپایی است و هدف از مطرح شدن آن در این صنعت این است که گردشگر امروزی دارای قدرت انتخاب بیشتر و زمان تصمیم گیری کمتری باشد، زیرا رقابت بین گردشگران آگاه امروزی بالا است. سلطانی فر ادامه داد: هم اکنون 70 درصد گردشگران بین المللی تنها از 15 کشور دنیا دیدار می کنند و بیش از یکصد سازمان و کشور در سایر نقاط جهان برای جذب 30 درصد باقی مانده در تلاش هستند. این روند رقابت، تفاوتی برای مقاصد نوظهور و مقاصد اصیل قایل نیست. معاون رییس جمهوری تصریح کرد: با شرایط ذکر شده یک برند که بتواند به ساده سازی فرآیند تصمیم گیری کمک کرده و ریسک سفر را کاهش دهد دارای ارزش خاص خواهد بود. در بسیاری از کشورها اولین مساله در برند معرفی شده این است که در آن یک خودشناسی نهفته باشد که قابل اعتماد و شناسایی است

زرگریور: گردشگری اساسی ترین محور توسعه استان اصفهان است

« رسول زرگریور » استاندار اصفهان گفت: گردشگری بهترین الگو و اساسی ترین محور توسعه استان اصفهان است.

وی با برشمردن شاخصه ها و جاذبه های بی بدیل گردشگری در استان اصفهان افزود: این منطقه به عنوان پایتخت فرهنگ و تمدن ایران اسلامی در طول تاریخ چهار بار به عنوان پایتخت ایران انتخاب شده و مجموعه ای متنوع از هنر و آثارگرانقدر تاریخی و فرهنگی را نگهداری و محافظت کرده است.

وی با خرسندی از برگزاری کنفرانس برند گردشگری در اصفهان، ابراز امیدواری کرد: نتایج و ثمرات این کنفرانس مهم، رهیافتی موثر برای توسعه گردشگری اصفهان و ایران باشد.

جمالی نژاد: شهر خلاق اهداف ارزشمند خود را در راستای پیشرفت و توسعه نهادینه می کند

« مهدی جمالی نژاد » شهردار اصفهان در این کنفرانس نیز با بیان اینکه گردشگری در شهر خلاق اصفهان باید بتواند به خوبی توسعه یابد، گفت: شهر خلاق اهداف ارزشمند خود را در راستای پیشرفت و توسعه نهادینه می کند. وی افزود: ما آماده ایم با دیگر شهرهای خلاق و مطرح جهان در عرصه گردشگری به تبادل تجارب و نتایج پژوهشها بپردازیم. وی اضافه کرد: تداوم همکاری و توسعه دیپلماسی با شهرهای دارای گفتمان خلاقیت به عنوان عامل راهبردی خود در نظر گرفته شده و این امر از اولویت های اصفهان محسوب می شود. شهردار اصفهان افزود: این شهر به عنوان پایتخت فرهنگی جهان اسلام برای سال 2006 انتخاب شده و این می طلبد که با ایجاد شبکه های تبادل حرفه ای در زمینه هنر و گردشگری برنامه نوآورانه ای را در این راستا داشته باشیم.

برند شهر اصفهان اردیبهشت سال آینده رونمایی می شود

«سید عبدالوهاب سهل آبادی» رییس اتاق بازرگانی اصفهان در این همایش با بیان اینکه مسیر پیشرفت کشور بدون یاری هنرمندان و صنعتگران گردشگری ممکن نیست گفت: مجموعه اتاق بازرگانی آماده است با افزایش همکاری، برندهای هنری و جذاب را برای گردشگران ایجاد کند. وی تصریح کرد: سال هاست که از طریق علمی پیگیر خلق برند شهری اصفهان هستیم و امیدواریم این برند در اردیبهشت 95 به جهان معرفی شود. وی با بیان اینکه اصفهان برند صلح و همزیستی ادیان الهی را نیز دارد اظهار کرد: سال های مدیدی است که مردم این شهر با تمام ادیان با عزت و احترام در کنار یکدیگر زندگی کرده اند. وی خاطرنشان کرد: مدل همنشینی دینی در اصفهان به بهترین شیوه اجرا شده است و همین امر باعث شده گردشگری فرهنگی و مذهبی نیز به جذابیت های گردشگری اصفهان افزوده شود. سهل آبادی گفت: گردشگری ابزاری است که می تواند با تقویت اقتصاد هنر و صنایع دستی جهانیان را برای لذت بردن از هنر ایرانی دعوت کند. وی قویترین مزیت نسبی اصفهان در رقابت جهانی را هنری دانست که عاشقانه از سرپنجه مردمش به صنایع بدیع تبدیل می شود. و افزود: اتاق بازرگانی اصفهان بر تقویت نقش و تاثیر هنر و صنایع دستی در مبادلات اقتصادی تمرکز کرده است.

تبیین استانداردها مهمترین اصل در طرح ملی برند گردشگری است

مدیر کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان اصفهان گفت: تبیین استانداردها و روش ها برای طراحی برند ملی گردشگری، مهمترین اصل برند سازی در این عرصه است. «فریدون الهیاری» در این کنفرانس تصریح کرد: دیدگاه دولت بر موضوع برند گردشگری مطلوب و مثبت است و باید تلاش کنیم با قابلیت های موجود بهترین نتایج را در امر توسعه گردشگری کسب کنیم. الهیاری با بیان اینکه حرکت به سمت ایجاد استانداردها و استفاده از روش ها و اصول علمی صنعت گردشگری بهترین راهکار برای ارتقای این صنعت است گفت: توسعه کشور و استان به وسیله صنعت گردشگری محقق می شود. وی اضافه کرد: تبادل دستاوردهای علمی و تجربه ها در عرصه برند گردشگری می تواند شرایط آینده را بهبود بخشد که شهرهای مهم گردشگری ایران از جمله اصفهان در این ارتباط تلاش می کنند.

پروفسور جعفری: برند سازی در عرصه گردشگری از اولویتها و ضرورت های ایران است

«پروفسور جعفر جعفری» در این کنفرانس افزود: گردشگری رقابتی ترین صنعت دنیا است به همین جهت کشورهای جهان به برند گردشگری ورود پیدا کرده اند. دبیر علمی کنفرانس برند گردشگری ایران ادامه داد: ما باید در برند گردشگری شهامت و جرات رویارویی با دیگر کشورها را داشته باشیم تا این عرصه مهم را برای آیندگان هموار سازیم. وی با تشریح نقش و اهمیت کنفرانس بین المللی برند گردشگری ایران افزود: کنفرانس بین المللی برند گردشگری در اصفهان بستری مناسب علمی و عملی برای ارائه ایده ها و پیشنهادات و شکل گیری یک ساختار مناسب در این عرصه است. مشاور سازمان جهانی گردشگری، با بیان اینکه گردشگری و برند سازی در این عرصه از اولویتها های ایران است خاطر نشان کرد در این کنفرانس هشت سخنران کلیدی از کشورهای منطقه جهان در عرصه گردشگری مهمترین دست یافته های خود را ارائه می کنند جعفری گردشگری را نماد صلح و آشتی، میزبانی، مهمان نوازی و احترام به ارزشهای میزبان دانست و گفت: عضویت در دهکده جهانی از دیگر شاخصه های صنعت گردشگری است. وی افزود: تلاش در صنعت گردشگری نیازمند عشق و علاقه همیشگی است و به همین دلیل میهمانان خارجی این کنفرانس با وجود ایام سال نو میلادی در این کنفرانس حضور یافتند. پروفسور جعفری با اشاره به اینکه اکثر دانشجویان و پژوهشگران صنعت گردشگری جوانها هستند خاطر نشان کرد بانوان نیز در حال حاضر در صنعت گردشگری نقش موثر و کارآمدی ایفا می کنند که همگی آنان فردای صنعت گردشگری را خواهند ساخت. وی خاطر نشان کرد امیدواریم در پایان این کنفرانس دو روزه آغاز مناسبی برای برند سازی در صنعت گردشگری کشور باشد.

جهانگیری: زمینه حضور برندهای معتبر دنیا را فراهم کنیم

«مهدی جهانگیری» نایب رییس اتاق بازرگانی تهران در این کنفرانس اظهار داشت: دولت تدبیر و امید در دو سال گذشته امید را در دل مردم نهادینه کرد و مردم امید به روزهای پررونقی دارند. وی افزود: امروز که شرایط به گونه ای است که روزهای خوبی را به ارمغان آورد بخش خصوصی و فعالان گردشگری از دولت برای توسعه این صنعت انتظار دارند. وی با بیان اینکه احترام و شخصیت هر عرصه ای برند آن است تصریح کرد: باید تلاش کنیم تا هویت و برند کشور خود را به دنیا معرفی کنیم. جهانگیری افزود: ایران هراسی انجام شده طی سال های گذشته آسیب بزرگی بوده است چراکه عدم احساس امنیت بزرگ ترین ضربه به گردشگری است. نایب رئیس اتاق بازرگانی تهران با بیان اینکه بزرگ ترین چالش ما خدمات و کیفیت بهره برداری است خاطر نشان کرد: باید شهامت ورود به بازارهای جهانی را داشته باشیم و از تکنولوژی روز دنیا در حوزه بهره برداری استفاده کنیم. وی با تأکید بر اینکه امروز باید با قواعد و استانداردهای روز دنیا در چرخه اقتصادی دنیا قرار گرفت اظهار داشت: صنعت گردشگری ایران باید تجهیز شود و در فضایی که فناوری و آموزش حرف اول را می زند با آمادگی کامل حضور پیدا کند. جهانگیری با بیان اینکه باید زمینه حضور برندهای معتبر دنیا در حوزه خدمات و بهره برداری را فراهم کنیم خاطر نشان کرد: امیدواریم دولت برای معرفی برند کشور هزینه کند.

در حاشیه این کنفرانس با حضور کارشناسان گردشگری کشور و 12 نفر از کارشناسان حوزه گردشگری کشورهای مختلف جهان، پنج کارگاه تخصصی مشترک برگزار و پنج مقاله علمی درباره گردشگری ایران ارائه می شود. بررسی ظرفیت های گردشگری ایران در حوزه های میراث فرهنگی و تاریخی، هنری، اجتماعی و خرده فرهنگ ها از دیگر برنامه های این همایش فرهنگی عنوان شده است. گفتنی است این همایش دو روزه همراه با برگزاری کارگاه های آموزشی با حضور میهمانان خارجی است.