

مدیر دفتر برنامه‌ریزی گردشگری خارجی:

گردشگری خارجی و همکاری تمامی ارگان‌ها

ع. اصفهانی

محمد علی پاک سرشت، سال ۱۳۶۲ در رشته حقوق و معارف از دانشگاه فردوسی مشهد فارغ التحصیل شد. پس از آن در سال ۱۳۶۴ در کادر سیاسی وزارت امور خارجه به صورت رسمی مشغول شده و در کشورهای مختلف به عنوان یک دیپلمات ارشد فعال بود. بعد از انجام وظیفه در سایر وزارت خانه‌ها و در سمت‌های عالی، مانند مشاور وزیر و مدیر کل در وزارتخانه‌های تعاون، وزارت کشور و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سعی کرد صنعت گردشگری را در عوامل مختلف مورد بررسی قرار دهد تا با توجه به همین امر از سال گذشته عهده‌دار مسئولیت مدیر کل برنامه ریزی و توسعه گردشگری خارجی در سازمان میراث فرهنگی، در دولت نهم شد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
مرکز ملی علوم انسانی

کمیته جدید کد اخلاق در ایران
کمیته ویزای الکترونیک
هماهنگی بین نهادهای ذی ربط جهت اجرایی نمودن دستور ریاست جمهوری در خصوص اخذ روادید ۱۵ روزه در مبادی ورودی
کمیته کارت اعتباری
برنامه ریزی برای صدور کارت اعتباری ویژه گردشگران خارجی با همکاری بانک‌های عامل نظارت بر حسن انجام توافقات در جهت ارائه خدمات به گردشگران،
شناسایی مبادی ورودی پرتردد و اماکن پر بازدید جهت نسب ATM و Pose
کمیته خوشامدگویی
تعریف و طراحی فضای مناسب در مبادی ورودی کشور
کمیته امنیت گردشگران

کمیته آمار
شناخت ملزومات نظام جامع آمار گردشگران ورودی کشور، ساختار اطلاعات مورد نیاز UNWTO، استانداردها و نمونه‌های موفق جهانی، طراحی سیستم جامع آماری مطابق اصول UNWTO-TSA و نیازهای اطلاعاتی دیگر مراجع ذی‌ربط، اجرای آزمایشی (Pilot plan) سیستم طراحی شده. نمونه‌گیری آماری گردشگران ورودی در دوره‌های کوتاه مدت و بلند مدت.
کمیته کد اخلاق
احیای کمیته ۵ نفره ملی از طریق ریاست جمهوری، انعقاد قرارداد با دانشگاه جهت فعالیت تئوریک، برگزاری کارگاه‌های کد اخلاق توسط مدرسین WTO در ایران، تشکیل کارگروه و تدوین کد ملی اخلاق کشور، آماده‌سازی مفاد قانونی کد جهت ارائه به قانونگذار، آمادگی جهت برگزاری اولین اجلاس

در ساختمان معاونت گردشگری سازمان میراث در انتهای راهروی طبقه اول، بالای سردر یکی از دفاتر نوشته شده است: (دفتر برنامه ریزی و توسعه گردشگری خارجی). دفتر مرکزی هسته‌ی گردشگری کشور، یعنی گردشگری خارجی را یک دفتر بسیار کوچک با سه اتاق تودرتو تشکیل می‌دهد! اما از آنجا که از این جمله «عقل آدمی به چشمش است» متنفرم، به ظاهر امر اکتفا نکردم. داخل شدم. از منشی درخواست کردم تا به‌عنوان یک خبرنگار اطلاعاتی در خصوص شرح فعالیت‌های این کنج از معاونت گردشگری در اختیارم بگذارد. به واحد روابط عمومی راهنمایی شدم. آنجا نیز شرحی از وظایف کلی دفتر برنامه ریزی و توسعه گردشگری خارجی را در اختیارم گذاشته شد. توضیحاتی که بیش‌تر در خصوص برنامه‌ریزی و تقسیم‌بندی در ارتباط با کمیته‌های مختلف این بخش به شرح زیر بود:



Photo by: Sunanta Wuthisakul

من به این صنعت هم این بود که این سازمان در سال‌های گذشته و به ویژه در سه سال گذشته در ریاست جمهوری دکتر احمدی نژاد توجه زیادی به گردشگری و به خصوص در عرصه بین‌المللی داشته و طرح‌های بسیار خوبی ارائه می‌دادند و این اداره کل را هم، که یک اداره تاسیسی بود و در چهارچوب سازمان قرار نداشت را، وابسته به این سازمان و معاونت گردشگری کردند. تا تعاملات گردشگری بین جمهوری اسلامی ایران و سایر کشورهای جهان تامین شود و از طریق فضا سازی‌های انجام شده و عوامل اجرایی این بخش را نیز در عرصه ظهور بگذارد.

از مطالعات و بررسی‌هایی که روی این صنعت در کشورهای مختلف انجام می‌دادید، گردشگری دیگر کشورها و تمایز آن با ایران را چگونه دیدید؟

همان‌طور که می‌دانید هم‌اکنون صنعت گردشگری، محور ثبات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی کشورهای مختلف است و همه کشورها توسعه این صنعت را در اولویت کارهای خودشان قرار می‌دهند. به این خاطر که این صنعت بسیار ارزان و پرتفردار و هم‌چنین دارای شان و جایگاه ویژه‌ای است. به این دلیل که محور این صنعت انسان است و انسان‌ها می‌توانند منشا تحولات عظیمی باشند و هم‌اکنون که جهان در عرصه تحولی جدی است، در توفیق فن‌آوری اطلاعات، همه کشورها سعی دارند

و گردشگری خارجی، بر آن شدم تا گفت و گویی نیز با مدیریت این بخش، «محمدعلی پاک‌سرشت» انجام دهم تا هم گزارش خود را بر روی این موضوع تکمیل کنم و هم با کسی که یکی از سنگین‌ترین مسوولیت‌ها در صنف گردشگری بر روی دوش اوست آشنا شوم. با ایشان در داخل دفترشان، همان چند اتاق کوچک و تودرتو ملاقات کردم.

چه عوامل و شرایطی بر روی تصمیم شما برای ورود به عرصه گردشگری تاثیر گذار بود؟

من از همان زمان که به عنوان دیپلمات در کشورهای مختلف به کشور خدمت می‌کردم، پیشرفت صنعت گردشگری را در کشورهای مختلف مورد توجه قرار داده و به هر کشوری که سفر می‌کردم روند تاثیر گذاری این صنعت را در آن کشور مطالعه و بررسی می‌کردم و علاقه‌مند به این رشته بودم. علت ورود

همان‌طور که می‌دانید هم‌اکنون صنعت گردشگری، محور ثبات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی کشورهای مختلف است و همه کشورها توسعه این صنعت را در اولویت کارهای خودشان قرار می‌دهند. به این خاطر که این صنعت بسیار ارزان و پرتفردار و هم‌چنین دارای شان و جایگاه ویژه‌ای است

جمع‌آوری اطلاعات و آمار تعرض به گردشگران در ادوار قبلی، هماهنگی بین نهادهای ذی ربط جهت ارتقا ضریب امنیت گردشگران، پیگیری جهت تدوین قانون‌های مورد نیاز از سوی قانونگذار

کمیته علایم گردشگری

بررسی وضعیت موجود علایم گردشگری کشور، استخراج استانداردهای بین‌المللی در این زمینه اجرای علایم گردشگری با رویکرد اصلاح ضعف‌های موجود و مطابق استانداردها

کمیته اطلاع‌رسانی

معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور از طریق شبکه جهانی Press T.V

کمیته امور استان‌ها

انجام مطالعات تطبیقی منطقه‌ای، تعیین اعضای شورای سیاست‌گذاری خارجی استان پیگیری امور دیگر کمیته‌ها در سطح استان‌ها (علایم، کارت اعتباری، خوش آمدگویی، نظرسنجی...)، پیگیری امور مربوط به انجام و اجرای تفاهم‌نامه‌های استانی با سایر کشورها

کمیته نظرسنجی

طراحی سیستم جامع نظرسنجی از گردشگران (تولید پرسشنامه، سیستم آنالیز ...)

نمونه برداری دایمی از گردشگران (توسط سازمان یا برون سپاری)

ارائه گزارشات دوره‌ای و تجزیه و تحلیل داده‌ها بعد از کسب اطلاعاتی در خصوص دفتر برنامه‌ریزی

جایگاه والایی داشته باشند. به همین خاطر صنعت گردشگری یکی از صنایعی است که می‌تواند یکی از شاخص‌های مهم و قابل توجه در جهان باشد و خیلی از کشورها تلاش می‌کنند که با اهرم قرار دادن صنعت گردشگری سایر اهداف خودشان را هم تعیین کنند و اهداف دیگرشان را در چهارچوب صنعت گردشگری تحقق بدهند.

جمهوری اسلامی ایران هم با توجه به همه ویژگی‌هایی که دارد، هم به لحاظ اعتقادی و هم به لحاظ میراث فرهنگی و جاذبه‌های طبیعی که خداوند به ما عطا کرده، از یک جایگاه بسیار مرفعی در بین کشورهای جهان برخوردار است. همه امکانات آماده است تا ایران هم در این رقابت جهانی شرکت کرده و به همین خاطر ما برنامه‌ریزی‌های ویژه‌ای در سازمان از سال گذشته شروع کردیم و در حال انجام آن‌ها هستیم.

- لطفاً در مورد برنامه‌هایتان، برایمان بیش‌تر توضیح دهید؟

ما برنامه‌هایمان را در سه بعد اساسی در عرصه بین‌المللی دنبال می‌کنیم. برنامه‌اولیه ما روابط دوجانبه با کشورها است، یعنی با کشورهای دوست و همراه و با کشورهایی که ویژگی‌های متفاوتی با یکدیگر از لحاظ اجتماعی و فرهنگی دارند و روابط مانیز با آن‌ها گسترده‌تر از سایر کشورها است، تفاهم‌نامه‌هایی را امضا کرده و ابتدا سعی خود را بر این داشتیم تا با به اجرا گذاشتن این تفاهم‌نامه‌ها، با این کشورها روابط خود را نزدیک‌تر کرده و فضای را ایجاد کنیم که گردشگران از آن کشور به ایران و بالعکس راحت‌تر سفر کنند. محور دوم که ما در آن قوانین مشخصی را بنیان کردیم، همکاری چند جانبه است. یعنی با سازمان‌های اقتصادی که ایران عضوی از آن‌ها است مثل سازمان کنفرانس اسلامی که زیرمجموعه آن DA و سایر سازمان‌های منطقه‌ای است و سازمان‌هایی که به لحاظ اقتصادی تشکیل می‌شوند و ما جزوی از آن سازمان‌ها هستیم، با این سازمان‌ها نیز به صورت دسته‌جمعی برنامه‌هایی را برای تحقق برنامه‌های گردشگری‌مان در نظر داریم. از جمله آن‌ها اجلاس وزرای DA و اجلاس وزرای عضو اکو خواهد بود که در اردیبهشت ماه و تیر ماه برگزار شد. اما محور دیگری هم که برای رقابت جهانی در نظر داریم، همکاری با سازمان جهانی جهانگردی است که من به عنوان نماینده جمهوری اسلامی ایران عضو کمیته گردشگری این سازمان هستم. این‌ها محور برنامه‌هایی بودند که در سال گذشته آن‌ها را دنبال کردیم.

- در حال حاضر روابط شما با سازمان جهانی جهانگردی چگونه است؟

تا این زمان مدیریت محترم سازمان موفق شده است ارتباط خوب و نزدیکی را با مدیریت عالی سازمان جهانی، آقای فرنجیالی برقرار کند و ما هم تلاش کردیم از این فضای که مهندس مشایی برای ما ایجاد کرده‌اند، حداکثر استفاده را داشته باشیم و این حداکثر استفاده در سفری که در آذر ماه سال ۸۶ به هفدهمین اجلاس سازمان جهانگردی در کلمبیا داشتیم، به وقوع پیوست. در آن‌جا جمهوری اسلامی ایران به عنوان نایب رییس سازمان جهانی انتخاب



توانستیم موانع زیادی که در سر راه گردشگران بود را رفع کنیم، از جمله مشکل ویزا که یکی از مشکلات عمده‌ای بود که به دستور شخص رییس جمهور این موضوع کاملاً رفع شد

شد و از آن زمان جلسات سازمان جهانی با نمایندگی مهندس بقایی اداره شد. در اجلاس مادرید هم ما توانستیم از این فضای دوستی حداکثر استفاده را بکنیم و موارد جمهوری اسلامی را در راستای توسعه گردشگری، به حرکت اندازیم. به زودی نیز اجلاس دیگری در شهر مالدیو برگزار خواهد شد که بنده در آن شرکت خواهیم کرد و موارد جمهوری اسلامی ایران را در چهارچوب رقابت‌های بین‌المللی مطرح خواهیم کرد.

- در عرصه داخلی چه فعالیت‌هایی در راستای گردشگری خارجی تا کنون انجام شده است؟

در کشور با کمک عوامل اجرایی، و فضایی که ایجاد کردیم توانستیم با همکاری وزارت امور خارجه، وزارت کشور، دستگاه‌های امنیتی و وزارت راه، سازمان هواپیمایی، فرودگاه‌ها، نمایندگان سیاسی و فرهنگی ایران در خارج از کشور و همچنین نمایندگان آموزش و پرورش و حتی ایرانیان مقیم خارج از کشور فضای تبلیغات و بازار خودمان را در دنیا هر چه بیشتر مطرح کنیم و موفقیت‌های چشم‌گیری در این زمینه کسب کردیم. همچنین دفاتر فعال اطلاع‌رسانی را در بسیاری از کشورها راه‌اندازی کردیم و در پی فعالیت بیش‌تر دیگر

کشورها هستیم. توانستیم موانع زیادی که در سر راه گردشگران بود را رفع کنیم، از جمله مشکل ویزا که یکی از مشکلات عمده‌ای بود که به دستور شخص رییس جمهور این موضوع کاملاً رفع شد و گردشگران خارجی هم‌اکنون چه از طریق ویزای الکترونیکی و چه از طریق حضوری به نمایندگان ایران در خارج از کشور امکان اخذ ویزای ایران را پیدا می‌کنند. حتی اگر در کشورشان این امکانات فراهم نباشد، در فرودگاه‌های کشور این امکان برای گردشگران فراهم شده تا به راحتی ویزای ایران را گرفته و وارد خاک کشور شوند. از این سو نیز ما نظارت ویژه‌ای را بر روی توره‌های ورودی و خروجی از سمت سازمان آغاز کردیم که بتوانیم کیفیت خدمات را به حداکثر رسانده و هم‌چنین سرویس خوبی به گردشگران خارجی بدهیم.

- وضعیت گردشگران ورودی ایران را چگونه می‌بینید؟

همین الان که بنده با شما صحبت می‌کنم، اگر به یکی از هتل‌های تهران یا شهرهای کلان تماس بگیرید، امکان اینکه برای میهمان خارجی خود اتاق رزرو کنید، وجود ندارد. البته در خیلی موارد به این پاسخ ما ایراد گرفته و می‌گویند اکثر گردشگران ما به اصطلاح، توریست تجاری هستند. اما باید بگویم در تعریف توریست، گردشگر به شخصی گفته می‌شود که از یک نقطه به نقطه دیگری سفر کرده و یک شب را در آن‌جا اقامت گزیند. بنابراین هر نوع توریست از تجاری، دیپلماتیک، ورزشی، زیارتی و هر نوع دیگر، از دیدگاه سازمان جهانی جهانگردی به عنوان توریست پذیرفته می‌شود.

- از آن‌جا که این دفتر به غیر از برنامه‌ریزی خارجی به عنوان دفتر تبلیغات گردشگری خارجی نیز شناخته می‌شود، در این خصوص چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

در خصوص تبلیغات فعالیت ما بسیار گسترده است. برای مثال همان فردی که به منظور تجارت به ایران سفر کند، برنامه‌ها و تبلیغاتی در خصوص جاذبه‌های فرهنگی و گردشگری ایران به صورت‌های مختلف بر روی این شخص انجام می‌شود تا وی تشویق به اقامت بیش‌تر و بازدید از دیگر نقاط ایران پیدا کند. این تبلیغات نه تنها بر روی گردشگران تجاری، بلکه بر روی گردشگران سیاسی و اقتصادی نیز انجام می‌شود. برای مثال در اتاق‌های بازرگانی ایران که هیئت‌های زیادی از دیگر کشورها تجمع می‌کنند، برنامه‌های ویژه‌ای را برای تبلیغ در گردش از دیگر شهرهای ایران می‌گذاریم. ما الان تلاش می‌کنیم که استانداردهای خودمان را به استانداردهای بین‌المللی و کیفیت خدمات جهانی نزدیک کنیم و وظیفه اداره کل ما هم این است که این فضا سازی را انجام دهد و این تسهیلات را به وجود آورد که هم بخش خصوصی بتواند به راحتی در مأموریت خودش انجام وظیفه کند و گذشته از تبلیغات، شرایطی ایجاد شود که گردشگر خارجی با امنیت و آرامش وارد کشور شود و این امر با همکاری نیروی انتظامی و قوه قضاییه و سایر دستگاه‌های ذیربط انجام می‌شود. خوشبختانه این مهم انجام شده و اکنون گردشگران خارجی می‌توانند با اطمینان و امنیت کامل به



**برگزاری نمایشگاه و تبلیغات
ماهورهای و تمامی این
زحمات باعث شده است که
ما اکنون شاهد یک رشد ۲۶
درصدی در مقایسه با سال
گذشته در جذب گردشگران
خارجی باشیم**

ایران سفر کنند. در حوزه بازاریابی و تبلیغات نیز، برگزاری نمایشگاه و تبلیغات ماهورهای و تمامی این زحمات باعث شده است که ما اکنون شاهد یک رشد ۲۶ درصدی در مقایسه با سال گذشته در جذب گردشگران خارجی باشیم.

- جدا از گردشگر تجاری، چه نوع دیگری از گردشگر بیش تر به ایران وارد می شود؟

گردشگران ورودی به ایران به طور معمول به سه نوع تقسیم می شوند. یکی مشتریان سنتی که عمدتاً اروپایی و آمریکایی بوده و سال‌های متمادی به ایران سفر می کنند و به اصطلاح گردشگران حرفه‌ای هستند. آن‌ها با علاقه واقعی بارها از ایران بازدید کرده و این کشور را به خوبی می شناسند. البته پول‌سازترین گردشگران نیز از همین نوع هستند. به همین صورت هزینه کمتری نیز برای ما دارند، کم‌اینکه از فرهنگ بالاتری هم نسبت به دیگر گردشگران برخوردارند. بنابراین از جمله کشورهای که از لحاظ اقتصادی در گردشگری پیشرفت به‌سزایی داشته‌اند، کشورهای بوده‌اند که از میزان بالای گردشگران اروپایی برخوردار بوده‌اند. برای همین ما سعی می کنیم این مشتریان را برای خود حفظ کنیم و بهترین برنامه‌ریزی را برای آن‌ها داشته باشیم. اما یک بازار جدید نیز وجود دارد که تابع روند گردشگری بین‌المللی است. برای مثال شما الان توجه کنید که بیش تر گردشگران به خاورمیانه سفر می کنند و عمده آن‌ها از چین، ژاپن و دیگر کشورهای آسیای شرقی هستند و ما تلاش کرده‌ایم که رابطه خود را با این کشورها، از جمله مالزی، اندونزی، تایلند، چین و به‌خصوص ژاپن نزدیک کنیم که بخشی از این گردشگران را داشته باشیم و الان در این امر بسیار موفق هستیم. بخش سوم گردشگران ما گردشگران زیارتی هستند که مسلمانان و شیعیان جهان که به منظور زیارت حرم مطهر امام رضا (ع) سالیانه به ایران سفر می کنند و تعدادشان زیاد و توقعشان کم است و ما باید توقع این عزیزان را بالا ببریم چون هم‌دین ما هستند و به لحاظ اعتقادی نیز بر ما واجب است تا امکانات لازم را برای آن‌ها فراهم کنیم و در چهارچوب سیاست‌های اقتصادی توسعه گردشگری در این سه محور بتوانیم بازار خوبی را به کشور عرضه کنیم.

- آینده گردشگری کشور را در چهارچوب سند چشم‌انداز ۲۰ ساله چگونه می بینید؟

خدا را شکر ما تحقق برنامه را طبق مصوبه‌ی چهارم و پنجم داشتیم و امیدوارم در سال ۱۴۰۴ به رقم ۲۰ میلیون گردشگر در سال برسیم. البته همه این‌ها بستگی به شرایط و اوضاع واحوال موقعیت‌های منطقه‌ای-سیاسی و بین‌المللی دارد و به عقیده من اگر تمامی برنامه‌ریزی‌ها درست و به خوبی پیش رود ما زودتر از چشم‌انداز ۲۰ ساله به این رقم خواهیم رسید و با توجه به اراده‌ای که ملت، حکومت و نظام جمهوری اسلامی ایران دارد و با توجه به مسالمت‌آمیز بودن جمهوری اسلامی، امکان تحقق این مهم فراهم خواهد شد. اما برای سال‌های آتی در مقایسه با سال گذشته باید همان رشد ۲۶ تا ۳۰ درصد را داشته باشیم. یعنی باید تلاش خود را بر این گذاریم که رقم آمار را حفظ کنیم نه این‌که با

خودشان، توسعه گردشگری خارجی را هم پرنگ‌تر ببینند، زیرا ما هدف برنامه را گفتیم، ۲۰ میلیون گردشگر خارجی، پس باید تا تحقق آن تمام تلاش خود را بکنیم. من پیشنهاد خودم را در گذشته خدمت مهندس مشایی عرض کردم، که سال ۸۷ را سال شکوفایی در عرصه بین‌المللی صنعت گردشگری ایران معرفی بکنند و امیدوارم این اتفاق تحقق پیدا کند. باید توجه و تمرکز تصمیم‌گیرندگان نظام به موضوع گردشگری خارجی بیش تر شود. اگر بخواهم پیامم را شفاف بگویم این است که توسعه گردشگری خارجی به عنوان ثبات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی کشور در هیئت دولت و در نقل حاکمیت نظام جمهوری اسلامی ایران جا بیافتد. این مهم‌ترین پیام من به آقای مهندس مشایی است.

سقوط آن مواجه باشیم.

- در پایان چه پیامی برای سازمان و مهندس مشایی دارید؟

سازمان میراث فقط می‌تواند مدیریت کند و عوامل مختلف مثل راه، امنیت، هواپیما و هتل، عمده‌ی عواملی هستند که گردشگری را به ثبات می‌رساند، در اختیار ما نیست. بنابراین باید همکاری همه سازمان‌ها و ارگان‌ها را به طور جدی می‌طلبد تا ما بتوانیم با همکاری آن‌ها و به یاری خدا به اهداف خودمان دست پیدا کنیم. به عقیده من آقای مهندس مشایی یک مدیر یا مسئول نیست بلکه یک ایده است. پیام من به آقای مهندس مشایی که مبتکر و دکترین توسعه گردشگری درست را در کشور پایه‌گذاری کرده‌اند، این است که در دکترین