



## جلسه کمیته گردشگری کمیسیون کارآفرینی، اقتصاد دانش بنیان و گردشگری اتاق تبریز تشکیل شد

کمیته گردشگری کمیسیون کارآفرینی، اقتصاد دانش بنیان و گردشگری اتاق تبریز تشکیل جلسه داد.

جلسه کمیته گردشگری کمیسیون کارآفرینی، اقتصاد دانش بنیان و گردشگری اتاق تبریز با حضور مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، روسای تشکل های گردشگری و نمایندگان سازمان صمت و شورای اسلامی کلانشهر تبریز و به منظور همفکری تشکل های بخش خصوصی حوزه گردشگری استان در راستای برنامه ریزی موثر در این حوزه در اتاق تبریز برگزار شد.

در ابتدای جلسه، سونیا اندیش، رئیس کمیسیون کارآفرینی، اقتصاد دانش بنیان و گردشگری اتاق بازرگانی تبریز، دغدغه مدیران دولتی و تشکل های خصوصی برای حضور هر چه بهتر در نمایشگاه ملی گردشگری را قابل تقدیر عنوان کرده و گفت: حضور در نمایشگاه های گردشگری بخشی از وظایف ما بوده و با معرفی جاذبه ها و ترغیب گردشگران به حضور در استان، کار ما آغاز می شود و اگر نتوانیم دستگاه های مرتبط را با هم هماهنگ کنیم و تعامل، همکاری و هم برنامه گی در بحث گردشگری به وجود بیاوریم توفیقی در حوزه گردشگری حاصل نخواهیم شد.

رئیس کمیسیون گردشگری اتاق تبریز با تاکید بر اینکه در زیبا سازی و ایمن سازی شهری، جای بخش خصوصی خالی است، گفت: می توان از ظرفیت بخش خصوصی در زیباسازی شهر در ازای تبلیغات محصولات و خدمات آنها در محل های زیباسازی شده بهره برد و با هماهنگی با مجامع امور صنفی و اقدام از طریق اتحادیه ها می توانیم در همکاری بازاریان برای گردشگری پذیر نمودن هر چه بهتر بازار تبریز اقدام کنیم.

اندیش با تاکید بر اینکه اتاق بازرگانی تدوین برنامه هایی را در فرهنگ سازی، ارائه پتانسیل ها و جاذبه های فرهنگی و گردشگری و به ویژه ارائه وجهه صنعتی و تجاری استان را انجام می دهد، خواستار ارائه نقش های مورد انتظار اداره کل میراث فرهنگی جهت مشارکت اتاق در رویدادهای مرتبط از جمله نمایشگاه های گردشگری شد.

احمد حمزه زاده، مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان با اشاره به همکاری خوب این سازمان با تشکل های بخش خصوصی در اجرای برنامه های سازمان از جمله رویداد اخیر آشناسازی تشکل ها و آژانس داران شاخص کشور با استان و جاذبه های گردشگری آن در راستای رونق این بخش، گفت: تاثیرگذارترین راه معرفی استان و جذب گردشگر، تورهای آشناسازی است. هر وسیله ارتباطی، بردی دارد و برد تورهای آشناسازی بالاست و نمایشگاه ها از لحاظ تاثیرگذاری در درجه بعدی هستند.

وی افزود: سال گذشته غرفه استان جزو سه غرفه برتر بود و نواقصی هم داشتیم که از جمله آنها عدم حضور اتاق بازرگانی بود.

حمزه زاده ادامه داد: گردشگری تاریخی شهر تبریز به واسطه سبقه تجاری شهر تبریز و بازار تبریز به وجود آمده است و به استان نه به عنوان کانون گردشگری بلکه به عنوان کانون تجاری و صنعتی نگاه می شود اما می توان از این ظرفیت در راستای تقویت گردشگری استفاده کرد.

مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان با اشاره به نقش اتاق بازرگانی در پیشرفت تبریز گفت: اتاق، فعالیت چند وجهی دارد که یک وجه آن هم می تواند گردشگری باشد. می توانیم در کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی برای توسعه گردشگری برنامه تدوین کنیم.

رشید رجب پور، رئیس انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرت هوایی و گردشگری و زیارتی استان گفت: با هماهنگی اداره کل میراث فرهنگی، حضور استان در نمایشگاه ملی گردشگری در قالب یک غرفه و با تمرکز و اجتناب از پراکندگی حضور مشارکت کنندگان استانی انجام خواهد شد.

جواد اجمالی، دبیر انجمن واحدهای پذیرایی، گردشگری و مجتمع های رفاهی استان با اشاره به نقش اعضای این صنف در گردشگری استان، در خصوص مشکل دریافت عوارض تابلوهای فعالان این صنف توسط شهرداری و مشکل عدم قبول پروانه های فعالیت آن ZWJ& ها که تحت عنوان صنعت گردشگری و توسط اداره کل میراث فرهنگی صادر و از جانب سازمان صمت پذیرفته نمی شود، مطالبی ایراد کرد.

محمد شهادت، رئیس انجمن راهنمایان گردشگری استان با تاکید بر اینکه با تحلیل عملکرد سال های قبل، امسال می توانیم غرفه استانی در نمایشگاه ملی گردشگری را به صورت هدفمند و متفاوت با سایر غرفه ها و سایر سالها برگزار کنیم.

شهادت از جزیره ای عمل کردن سازمان های مرتبط با گردشگری، انتقاد و بر نقش بالقوه اتاق های بازرگانی در صنعت گردشگری، تاکید و با ذکر اینکه به دلیل پرننگ بودن صیغه صنعت در استان، به گردشگری احساس نیاز کمتری می شود، خواستار برگزاری تورهای صنعتی توسط اتاق بازرگانی تبریز شد.

محمدرضا عیوضی سرپرست اداره گردشگری سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری تبریز در خصوص نقش صنوف گردشگری گفت انجمن های صنوف گردشگری لوکوموتیو صنعت گردشگری هستند و گردشگر و جاذبه های مقصد را به هم وصل می کنند و تور لیدرهای حرفه ای نقش مهمی در معرفی جاذبه ها به گردشگران دارند.

عیوضی پیشنهاد کرد با توجه به وجود مزیت های نسبی استان و ۶ مورد آثار ثبت جهانی شده، مثلث های طلایی گردشگری که راس آنها تبریز باشد را تعریف بکنیم تا گردشگر در

هر ۲۴ ساعت یک مورد از این آثار را دیده یا گردشگران، فرایندهای تولید محصولات ویژه استان از جمله فرش، چرم و کفش را ببینند.

محمد ملکی، مسئول کمیته گردشگری کمیسیون، ضمن امتنان از اقدامات اداره کل میراث فرهنگی استان در حضور مداوم و موثر استان در نمایشگاه ملی گردشگری و حذف پراکندگی حضور مشارکت کنندگان استان در نمایشگاه و حضور در قالب غرفه واحد، اظهار کرد: در بحث گردشگری اولین منفعت را صنعتگران و اصناف می برند و امروز باید در این نمایشگاه هزینه کنند.

محمد رضا کیهان، مشاور کمیسیون سرمایه گذاری، گردشگری و بهبود فضای کسب و کار شورای اسلامی کلانشهر تبریز با اشاره به اینکه نگاه کلان کشور به آذربایجان، صنعتی و تجاری بوده و گردشگری نیست، خواستار اهتمام مسئولین و فعالان بخش خصوصی در معرفی جاذبه های گردشگری استان شد و با انتقاد از جزیره ای عمل کردن سازمان های متولی گردشگری، تعیین هدف، سیاستگذاری بر اساس هدف و تدوین استراتژی خوب را لازمه تدوین برنامه های گردشگری عنوان کرد.

در این جلسه مقرر گردید معاونت گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان، ریز اقدامات و نقش های معین هر یک از تشکل های مرتبط بخش خصوصی، در نمایشگاه ملی گردشگری، را آماده به این تشکلات، اطلاع کند تا اقدامات احداث، انجام بدهد.



