

ظرفیت‌های دریایی و بندری ایران و قطر مغفول مانده‌است

رییس اتاق مشترک بازرگانی ایران و قطر با اشاره به اینکه ظرفیت همکاری مشترک دریایی و بندری بین دو کشور مغفول مانده است، خواستار حمایت جدی دولت از سرمایه‌گذاری مشترک در حوزه دریایی و بندری ایران و قطر شد.به گزارش اقتصادسراسرآمد، عدنان موسی‌پور، با اشاره به اینکه یکی از شاخص‌های اقتصاد سالم در هر کشوری، میدان‌دار بودن بخش خصوصی در فعالیت‌های اقتصادی است، اظهار داشت: اگر مراودات تجاری برای یک کشور مهم تلقی شود باید به مقوله حمل‌ونقل به ویژه حمل‌ونقل دریایی توجه جدی داشته باشیم و به ارتباط تجاری با همسایگان اهمیت دهیم.وی ادامه داد: در حوزه حمل‌ونقل دریایی عموماً بخش خصوصی به صورت خرد ورود کرده و عمده فعالیت‌ها به شناسورهای کوچک مربوط می‌شود، بنابراین باید در مسیری گام برداریم که شاهد مشارکت بخش خصوصی در حوزه کلان حمل‌ونقل دریایی به ویژه شناورهای بزرگ باشیم. رییس اتاق مشترک بازرگانی ایران و قطر با بیان اینکه اگر قرار باشد با ظرفیت بیشتر و بهتر در حوزه حمل‌ونقل دریایی فعالیت کنیم نیازمند سرمایه‌گذاری سنگین بخش خصوصی در حوزه شناورهای بزرگ هستیم، عنوان کرد: حمل‌ونقل دریایی باید به صورت ویژه مورد حمایت قرار گیرد و شاهد توسعه آن در بخش‌های مختلف باشیم.موسی‌پور با اشاره به اینکه ظرفیت‌های همکاری دریایی و بندری بین ایران و قطر مغفول مانده است، اظهار کرد: باید شاهد سرمایه‌گذاری مشترک در حوزه دریایی و بندری بین ایران و قطر بسا هم‌افزایی دولت و بخش خصوصی باشیم و از ظرفیت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی بهر مند شویم. وی افزود: ایران و قطر در حوزه دریایی و بندری ظرفیت‌های فراوانی دارند و باید تقاهم‌نامه‌های اثرگذاری از سوی دولتمردان دو کشور به منظور همکاری در حوزه دریایی و بندری منعقد شود و شاهد تحقق برنامه‌های اجرایی در حوزه حمل‌ونقل دریایی بین دو کشور باشیم.رییس اتاق مشترک بازرگانی ایران و قطر با تأکید بر اینکه باید سیستم حمل‌ونقل دریایی بین ایران و قطر، قدرتمند شود، گفت: توسعه حمل‌ونقل دریایی بین ایران و قطر موجب بهبود حمل‌ونقل دریایی با سایر کشور های منطقه خواهد شد و به طور مثال می‌تواند روی روابط تجاری ایران و امارات تأثیر بگذارد.موسی‌پور با اشاره به اینکه نباید نسبت به ظرفیت موجود در ایران و بندری بین ایران و قطر بی توجه بود، گفت: بنابراین باید با هم‌افزایی دولت و بخش خصوصی در مسیر همکاری‌های مشترک دریایی و بندری بین ایران و قطر گام برداریم و بتوانیم از ظرفیت‌های اقتصادی به بهترین شکل استفاده کنیم.

آغاز تخلیه ۶۶هزار تن شکر

مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان از آغاز تخلیه یک فروند کشتی حامل ۶۶ هزار تن شکر وارداتی در بندر شهید رجایی خبرداد.به گزارش اقتصادسراسرآمد، حسین عباس‌نژاد در تشریح آخرین وضعیت واردات کالاهای اساسی در بزرگ‌ترین بندر تجاری ایران، افزود: یک فروند کشتی حامل ۶۶ هزار تن شکر در اسکله ۱۳ پهلودهی و کار تخلیه این محموله آغاز شده است. وی ادامه داد: یک فروند کشتی ۶۶ هزار تنی گندم نیز امروز وارد بندر شهید رجایی شده و سه کشتی حامل حدود ۲۰۰ هزار تن گندم در لنگرگاه بندرعباس در حال انجام فرآیند قانونی می‌باشند. مدیر منطقه و یژه اقتصادی بندر شهید رجایی عنوان کرد: این سه فروند کشتی گندم پس از انجام فرآیند اسنادی خود و آمادگی صاحبان کالا در کوتاه‌ترین زمان ممکن در اسکله‌های اختصاصی پهلودهی و با رویه حمل یکسره از طریق حمل‌ونقل جاده‌ای و ریلی به استان‌های کشور ارسال خواهد شد. به گفته عباس‌نژاد از ابتدای سال جاری تاکنون هشت فروند کشتی حامل ۴۴۵ هزار و ۹۳۷ تن کالای اساسی وارد بندر شهید رجایی شده که بیش‌ترین محموله مربوط به بیش از ۳۱۴ هزار تن گندم بوده است.به گزارش ایسا، بندر شهید رجایی به عنوان یکی از مهم‌ترین مبادی ورودی کالای اساسی کشور دارای ۱۸ باب انبار مسقف به مساحت ۱۳۰ هزار متر مربع با ظرفیت ۵۰ هزار تن، شش پست اسکله ویژه کالای اساسی، ظرفیت ۱۰۰ هزار تن انواع کالاهای اساسی فله خشک، ۹۰ هزار متر مربع محوطه بارانداز و همچنین تعداد سه پایانه نگه‌داری فرآورده‌های روغن خوراکی به ظرفیت ۳۷۰ هزار تن به شمار می‌رود.



دکتر سپاهی



مهندس صفری

سپاهی: گروه دانش دریا- امید اسماعیلی - وجود ۵۸۰۰ کیلومتر مرز دریایی و دسترسی به آب‌های گرم و آزاد از طریق دریای عمان، وجود پتانسیل اکوتوریسم و ژئوتوریسم در مناطق ساحلی به ویژه سواحل جنوب، فرصت کم‌نظیری برای کشور فراهم آورده است که در صورت بهره‌برداری مناسب از طریق برنامه‌ریزی میان‌مدت و درازمدت، می‌تواند درآمدهای بسیار بیشتری را نسبت به منابع هیدروکربنی برای کشور رقم بزند.

در ادامه سلسله نشست‌های تخصصی اقتصاد دریایپاکه که به ابتکار روزنامه دریایی اقتصادسراسرآمد برگزار می‌شود، چهارمین نشست تخصصی با موضوع استانداردهای جهانی در حوزه گردشگری و به ویژه گردشگری دریایی و آسیب‌شناسی گردشگری دریایی در ایران و تدابیر و راهکارهای آن با حضور حسن رضا صفری، مدیرعامل مؤسسه رده‌بندی ایرانیشان و عبدالله سپاهی، عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت در محل مؤسسه رده بندی ایرانیان و میزبانی گرم آنها پی گرفته شد که در ذیل مشروح آن را با هم مرور می‌کنیم:

سؤال:

در سطح جهانی، آیا مؤسسات بین‌المللی این وظیفه را بر عهده دارند؟

صفری: بله! تمام مؤسسات رده‌بندی دنیا، الزامات و استانداردهای شناورهای مختلف تفریحی گردشگری دریایی و ساحلی را تعیین و گواهی می‌کنند و هیچ مجوز فنی، ایمنی و قانونی دیگری خارج از مؤسسات رده‌بندی برای فعالیت گردشگری صادر نمی‌شود. در دنیا، دولت‌ها تنظیم گر، تسهیل و ناظر بر حسن اجرا هستند، اما گردن دهنده و مجوزدهنده، مؤسسات رده‌بندی هستند. یعنی دولت‌ها به جای صدور مجوز برای فعالیت‌های گردشگری، مجوز به مؤسسات رده‌بندی می‌دهند و بر فعالیت این مؤسسات در قالب مقررات و الزامات و پیوست فرهنگی نظارت می‌کند و به جای این‌که بر هزاران فعال گردشگری و گردشگر نظارت کنند، بر یک مؤسسه نظارت دارند.

سؤال:

همچنان که تأیید کردید، هزینه روزانه حداقل ۷ میلیون تومان برای گردشگری دریایی در ایران، نسبت به هزینه‌های گردشگری در دنیا که یک سفر لوکس و گرانی است، این رقم، شوخی به نظر می‌رسد؛ اما همین هزینه اندک نسبت به گردشگری دریایی در سطح جهان، برای بیشتر مردم کشور ما هزینه بالایی محسوب می‌شود؛ با این حال، برخلاف تصور گرانی گردشگری دریایی در ایران، شاهد هستیم که هزینه چند برابری پرداخت می‌شود برای سفری مثلاً به آنتالیا. این را چگونه می‌شود فهمید؟

سپاهی: این مسأله بیشتر از این که مسأله فنی و اقتصادی

باشد، مسأله فرهنگی است.

صفری:

البته وقتی ادعان می‌شود که سفر دریایی گران است، باید پرسید برای چه کسی گران است؟ یا آن‌هایی که به ترکیه می‌روند چند درصد این جامعه هستند؟ گرچه بازار گردشگری دریایی در ایران وسیع و گسترده است، اما چند درصد از جامعه مسا می‌توانند به آن دسترسی داشته باشند؟

وقتی از گردشگری جذاب صحبت می‌شود، باید جذاب برای عموم منظور باشد، نه برای فقط چند درصد جامعه!

سپاهی:

چیزی که قبل از صنعت گردشگری دریایی، مسافربری دریایی ماست که توجیه اقتصادی ندارد. به طور مشخص، وقتی طی جلساتی با مدیران شرکت والفجر که متولی مسافربری دریایی در ایران است، علت غیراقتصادی بودن مسافربری دریایی بررسی شد، به عواملی چون هزینه‌ها، مسائل قانونی که دولت‌ها باید حل و فصل کنند و... اشاره می‌شود. اما گردشگری دریایی لزوماً وضعیت مانند مسافربری دریایی ندارد، اما مردم ما انتظار دارند که گردشگری دریایی مانند استفاده از قطار و خطوط ریلی ارزان باشد، ولی از پرداختن به هزینه‌های تفریحی دریایی ابایی ندارند. مثلاً در جزیره کیش، هزینه‌ای که برای شناورهای تفریحی پرداخت می‌شود قابل توجه است، اما مردم از آن استقبال می‌کنند. به همین دلیل درآمد شناورهای دریایی قابل توجه و با صرفه اقتصادی است.

سؤال: پرسش قبل همچنان بی پاسخ مانده است. مردم ما حداقل سه برابر هزینه گردشگری روزانه هزینه می‌کنند تا به آنتالیا و استفاده از ساحل و دریای آن بروند و ارزش زیادی را از کشور خارج می‌کنند. چرا؟

سپاهی:

درباره این موضوع چند بحث وجود دارد؛ یکی نگاه منفی مردم کشور ماست که فکر می‌کنند در سواحل و دریایی داخل از امنیت کافی برخوردار نیستند. یک وجه دیگر آن، مسائل فرهنگی و پوشش مد نظر گردشگران است و مبحث دیگر این موضوع، بحث بسته‌های خدمات گردشگری است.

وقتی یک گردشگر ایرانی به کشورهای همسایه می‌رود یا بسته‌های متنوع خدمات گردشگری از پارک‌های آبی، شاتل‌ها و شناورها و حتی مسائل دیگری که در فرهنگ ما متعارف نیست، مواجه می‌شود و گردشگر حاضر می‌شود تا هزینه آن بسته تفریحی را بپردازد.

یکی از دلایلی که باعث شده است تا این بسته‌های خدمات گردشگری در ایران وجود نداشته باشد، همان فرآیند طولانی کسب مجوز است. و بعد از آن نیز در مرحله بهره‌برداری، سرمایه‌گذار با موانع زیادی روبرو خواهد شد و سپس مسائل فرهنگی است که

در چهارمین نشست تخصصی

اقتصاد دریا پایه مطرح شد:

بخش چهارم

گردشگری دریایی مسافرت ساحلی نیست

چرا گردشگری دریایی در کشور صرفه اقتصادی ندارد؟

ایران کیست؟

سپاهی:

نداریم! ما الان در حوزه هتل‌داری متولی زیادی داریم. الان اگر بخواهید در رشته هتل‌داری تحصیل کنید یا یک دوره هتل‌داری بگذرانید و یا یک کتاب در مورد هتل‌داری مطالعه کنید، دسترسی کافی وجود دارد. اما برای گردشگری دریایی هیچ کدام از آن‌ها وجود ندارد.

سؤال: شما در سخنان‌تان از تجمع و تمرکز مدیریت برای امر گردشگری گفته‌اید؛ در حالی که به روایت مختلف از ۲۴ تا ۳۷ سازمان در این خصوص وجود دارد. تمرکز و تجمع آن‌ها چگونه ممکن است؟

در کشور ما وقتی دفتر متمرکزی به عنوان مدیریت گردشگری دریایی نداریم، باید یکی از سازمان‌های مسئول مرکز و محور این فعالیت شده و بقیه سازمان‌ها را دور یک میز جمع کند. کشور ما ۷ استان ساحلی دارد؛ خیلی از مسائل فنی آن‌ها مشترک اما ایجاد هماهنگی بین ارکان گردشگری و سازمان‌های ذی‌ربط، زمان‌بر است.

سؤال: در حوزه صادرات نامرئی (گردشگری) سه رکن امنیت، بازاریابی و زیرساخت معنا دارد. وضعیت کشور ما در کدام بخش از این سه حوزه مناسب و در کدام بخش نامناسب است؟

سپاهی:

در ایران بخشی به عنوان امنیت و بخشی به عنوان احساس امنیت وجود دارد. در واقع احساس ناامنی به مراتب بدتر از وجود ناامنی است. در گردشگری دریایی همان‌طور که تأکید شد باید توسعه از درون آب شروع شود؛ چرا که امنیت در داخل دریا به جرأت می‌توان گفت بالاتر از ساحل است.

آب امنیت و ایمنی بالاتر از ساحل را دارد. در ساحل معمولاً پدیده‌های مانند امواج و جذر و مد معمولاً ایجاد خطر می‌کنند که در داخل دریا وجود ندارد.

در مورد بازاریابی، چیزی به این عنوان در کشور وجود ندارد. نگاه کلی به بازار گردشگری ما متأثر از نوع نگاه دنیا به کشور است که آن را ناامن و خطرناک تصور می‌کنند. اما برای مثال اگر از تمام گردشگران ایرانی و خارجی که به روستای گردشگری ذرّک در ساحل دریای عمان در استان سیستان و بلوچستان استفاده نکرده‌اند.

فرض کنید به یکی از شهرهای استان‌های ساحلی شمال سفر کنید، صرف و رود به یک شهر ساحلی، گردشگری دریایی محسوب نمی‌شود و اگر برای تفریح به ساحل آن شهر وارد شود، گردشگر ساحلی خواهد بود. باید تفاوتی بین گردشگر ساحلی و دریایی قائل شد. گردشگری ساحلی یکی از شقوق گردشگری دریایی است؛ اما ما به دنبال ارزش افزوده از خود دریا هستیم.

سؤال: در مورد آموزش و فرهنگ سازی برای گردشگری دریایی بارها صحبت شد. متولی آموزش و فرهنگ سازی گردشگری دریایی در

محدودیت‌هایی ایجاد می‌کند.

سؤال: به نظر می‌رسد که مسأله از جانب دولت باشد. وقتی صنعت گردشگری می‌تواند تا ۱۰ برابر صادرات نفت به کشور ارز وارد کند، مشکل دولت با این گردشگری چیست؟

دکتر سپاهی:

فرهنگ غالب مدیران ما، فرهنگ ساحلی و دریایی نیست! نه تنها فرهنگ لازم را ندارند، بلکه نگاه متناقض و اشتباهی هم دارند. در کشور ما هر جا خواسته شد وارد دریا شویم، از خشکی و ساحل شروع کردیم؛ یعنی پارک‌های ساحلی ایجاد کردیم و ابا داشتیم که از خط ساحلی عبور کرده و وارد دریا شویم. این رویکرد اشتباه است؛ توسعه گردشگری دریایی باید از داخل دریا شروع شود و با شروع و توسعه گردشگری از داخل دریا، خود به خود ساحل آن هم رشد می‌کند.

در کشور میل زیادی برای ایجاد جاده ساحل و پارک‌های ساحلی وجود دارد، در صورتی که می‌توان توسعه گردشگری از داخل دریا، خود به خود ساحل آن هم رشد می‌کند. توسعه گردشگری دریایی لزوماً وضعیت مانند مسافربری دریایی ندارد، اما مردم ما انتظار دارند که گردشگری دریایی مانند استفاده از قطار و خطوط ریلی ارزان باشد، ولی از پرداختن به هزینه‌های تفریحی دریایی ابایی ندارند. مثلاً در جزیره کیش، هزینه‌ای که برای شناورهای تفریحی پرداخت می‌شود قابل توجه است، اما مردم از آن استقبال می‌کنند. به همین دلیل درآمد شناورهای دریایی قابل توجه و با صرفه اقتصادی است.

سؤال: بنابراین قدم اول، فرهنگ سازی برای مسئولان کشور واجب‌تر از فرهنگ سازی برای مردم است؛ چون خود تصمیم ساز و تصمیم گیر فرهنگ لازم را ندارد.

شما به عنوان کارشناس و فعال گردشگری دریایی در ایران، آیا آمار ۷ میلیون نفری گردشگری دریایی کشور را که آقای صفایی –مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی– اعلام کردند را تأیید می‌کنید؟

سپاهی:

همان‌طور که قبلاً تصریح کردم گردشگری دریایی در ایران تعریف کامل و جامعی ندارد؛ شاید منظور ایشان تعداد مسافران وارد شده به استان‌های ساحلی باشد، ولی قطعاً همه این افراد از خدمات گردشگری دریایی استفاده نکرده‌اند.

فرض کنید به یکی از شهرهای استان‌های ساحلی شمال سفر کنید، صرف و رود به یک شهر ساحلی، گردشگری دریایی محسوب نمی‌شود و اگر برای تفریح به ساحل آن شهر وارد شود، گردشگر ساحلی خواهد بود. باید تفاوتی بین گردشگر ساحلی و دریایی قائل شد. گردشگری ساحلی یکی از شقوق گردشگری دریایی است؛ اما ما به دنبال ارزش افزوده از خود دریا هستیم.

سؤال: در مورد آموزش و فرهنگ سازی برای گردشگری دریایی بارها صحبت شد. متولی آموزش و فرهنگ سازی گردشگری دریایی در



سلسله نشست‌های تخصصی روزنامه دریایی اقتصاد سراسرآمد