



پیام رئیس محترم هیئت مدیره و مدیر عامل سازمان منطقه آزاد قشم  
به سوین سمینار و جشنواره برند کرد و سگتری



بسمه تعالی

## درخشش برند "ایران" در میان مقاصد عمده گردشگری جهان، دور از ذهن نیست.

بی تردید تجارت امروز جهان موفقیت و برد نصیب حرفه ای هاست و کسب و کار (Business) گردشگری نیز از این امر مستثنی نیست. منافع رشد شتابان این صنعت حایک کشورهایی می شود که از به روزترین، کارآمدترین و آزموده ترین شیوه های موفقیت و نفوذ در بازار بهره حرت و نگاه خود را به آینده معطوف داشته اند.

برندسازی یکی از حرفه ای ترین رفتارها و استراتژی های در عرصه رقابت امروز در همه حوزه های اقتصادی، بازرگانی و از جمله گردشگری است. گنجاندن نام یک کشور در فهرست مقاصد بزرگ جهان سالیان متمادی وقت و صرف هزینه های گزاف را طلب می کند. تاریخ سازی، جستجوی عصبه های فرهنگی و تاریخی و نقش یک ملت در شکل گیری تاریخ تمدن جهان از شیوه های نو ظهور و کم اهمیت از لحاظ تاریخ و تمدن است.

کشور عزیز ما ایران به سبب برخورداری از ظرفیتهای عظیم طبیعی، فرهنگی و انسانی، قابلیت رخ نایی و سرد آوردن در میان برندها و نامهای بزرگ و مشهور جهان را داراست. اگرچه اهمیت این توان و ظرفیتهای انکار نشدنی است لیکن برای ایفای نقشی بزرگ و خرامیدن در میان برندها و نامهای بزرگ به تنهایی کافی نیست. چاره کار بهره بردن از همه پتانسیلها، برنامه ریزی با نگاهی حرفه ای و همه سوگنکر، اجرای دقیق برنامه و در نهایت نظارت بر حسن اجرای آن است. برای معرفی ایران در میان برندها و مقاصد عمده گردشگری جهان صرفا ایجاد زیرساختهای مادی و مضمونی مناسب و مطلوب، تمکد بر موقعیت جغرافیایی کم نظیر و شاید بی نظیر کشورمان به عنوان پل شرق و غرب و ذکر چهار فصل بودن این کشور، کافی نیست. تمکد برویگرایی با وجود همه منحصربه فرد ایران و آنچه ملت بزرگ ما از بسیاری ملل دیگر متمایز می کند بایسته و ضروری است؛ امنیت کاملی که برای همه گردشگران ورودی به ایران وجود دارد (و اذعان همه گردشگران خارجی به نجام خروج از ایران است)، و همان نوازی، پیشانی بلندی و کشاده دستی ایرانیان از جمله موقلاتی است که در بحث ساختن برند ملی جمهوری اسلامی ایران و معرفی این کشور به عنوان مقصدی نمونه و منحصربه فرد، به آن کمتر توجه شده و لذا اختن پرتوی جدید بر این زوایای مغفول ضروری به نظرمی رسد. در این میان نباید از برندسازی در میان بخشهای مختلف سرویس دهنده به گردشگران غافل بود. مناطق آزاد تجاری و اقتصادی، یکی از بهترین بسترها برای بر راه اندازی (Launch) برندهای ساخته شده در عرصه گردشگری بوده و قابلیت تعمیم آنها پس از طی نمودن مراحل آزمونها به سرزمین اصلی را دارا می باشند. منطقه آزاد قشم آمادگی خود را برای بهکاری در زمینه برندسازی در قشم، بزرگترین جزیره خلیج فارس اعلام می دارد.

استدیا حیدری پور

رئیس هیات مدیره و مدیر عامل سازمان منطقه آزاد قشم