

گرفت. آیا صفحه فعال در هیچ کدام از این دست صفحات دارید؟ در صورت نداشتن هیچ فعالیتی باید قدرت جذب توریست خود را نادیده بگیرید. یکی از هزینه های اساسی که امروزه بناهای گردشگری و جذب توریست انجام می دهند این است که تیمی متخصص مشکل از متخصصین حوزه مارکتینگ را برای شناساندن خدمات بنیاد و با شرکت خود جمع می کنند و به وضوح می نمایند ببینیم که در کارشان موفق هم ظاهر می شسوند. ایسن راه یکی از بهترین ایده ها برای جذب گردشگر در صنعت گردشگری شناخته شده است.

کارشناسی و بازاریابی

بسیار مهمی تان مخاطب را قلع و قمع کنید. هر قدم از راهی که گردشگر برای سفر برمی دارد را خودتان امتحان کنید. این کار می توانید درک کنید که در هر قدم، مسافر شما به چه مشکلی بر می خورد و با این حال، موقع به مشکل خوردن شخص می توانید او را همراه پنداری کنید و راه درست را به او نشان دهید. هیچ سوالی را از جانب گردشگر بی جواب نگذارید و برای هر سوالی در این حوزه، جوابی در دستن داشته باشید. اگر برای شما پست الکترونیکی و یا همان ایمیلی از طرف گردشگر و یا مسافر فرستاده می شود، آن را بی جواب نگذارید حتی اگر بدترین ها را به شما گفته باشد. فراخ بال و عزت نفس و مهمم تر از همه، حرفهای بودن خود را در زمینه کاری تان به مسافر ثابت کنید تا از شما مطمئن شود.

با اصل مطلب رو به رو می شود بپزید؛ بدان معنا که در آغاز تصورات و انتظاراتی برایش فراهم شده اما پیش رو طیلی تو خالی صدا می دهد. یکی از بهترین ایده ها برای جذب گردشگر این است که تجربه را قبل از آمدن و رسیدن به آن ها بدهید. به شرح کامل و مصفاغه اقامتگاه های تان بپردازید و از چیزیه که واقعیت دارد را شرح دهید و از چیزی ترسید. اگر در منطقه خود بهترین چیزی ترسید. اگر در منطقه خود بهترین باشید و صادقانه رفتار کنید، مطمئن بشوید که نتیجه قابل قبولی خواهید گرفت.

فروش های فصلی ترتیب دهید
هیچ کس نیست که بتواند فروش خوب و به موقع را از دست بدهد. اگر در تقویم رو به روی تان در حال گذر از یک ماه کند هستید، به نحوی که نه زمان حرکت می کند و نه سسر و کله مسافری پیدا می شود، فرصت را از دست ندهید. چنین ماه های برای برنامه ریزی دقیق و آماده کردن بسته های فصلی گردشگری، بهترین زمان ممکن است. آینده نگری کنید و با تجربه های خوبی که در سال های گذشته در این صنعت به دست آورده اید، فصل پر سفر آینده را پیش بینی کنید و قبل از رفتن تان دست به کار شوید؛ نرخ، امکانات، فضای مورد نیاز، همه را بسنجید تا بتوانید بسته ای منطقی و دو سسر سود را برای فصل پیش رو آماده کنید.

در فضای مجازی حضور داشته باشید
نمی توان قدرت فضای مجازی را که به واقع باید گفت فضای واقعی را نادیده

در همان شروع مسابقه زنگ باخت شما به صدا در می آید به آخر صفت تبلیغ کننده ها بر می گردید. رسیانیتی دارید که از طریق آن به جذب گردشگر و مسافر مشغول هستید. وب سایت شما پر از رنگ های رنگارنگ از مردم شاد، غذاهای لذیذ و اقامتگاه های پرزرق و برق است و فکر می کنید موفق هستید. این کار تنها مجله ای رنگی در اختیار مخاطب شما قرار می دهد و هیچ از بهترین ایده ها برای جذب گردشگر این

نمی توان قدرت فضای مجازی را که به واقع باید گفت فضای واقعی را نادیده گرفت. آیا صفحه فعال در هیچ کدام از این دست صفحات دارید؟ در صورت نداشتن هیچ فعالیتی باید قدرت جذب توریست خود را نادیده بگیرید. یکی از هزینه های اساسی که امروزه بناهای گردشگری و جذب توریست انجام می دهند این است که تیمی متخصصین حوزه مارکتینگ را برای شناساندن خدمات بنیاد و با شرکت خود جمع می کنند و به وضوح می نمایند ببینیم که در کارشان موفق هم ظاهر می شسوند. این راه یکی از بهترین ایده ها برای جذب گردشگر در صنعت گردشگری شناخته شده است.

است که اگر وب سایت دارید، بهتر است مستقیم بروید سر اصل مطلب؛ جای نشان دادن به مسافر و یا گردشگر بگوید که توان شما تا چه میزان است و چه در چپته دارید. **تجربه را قبل از رسیدن مسافر به او بدهید**
مردم را ناامید شدن منفر هستند. یکی از بزرگ ترین فجایع در صنعت گردشگری و در زمان جذب توریست این است که کاخ آرزوهای مسافر در حالی که

ترشی میان شهرها و کشورهای توریست پذیر وجود دارد. بدترین چیزی که در دنیا ممکن است برای ما اتفاق بیفتد این است که سطح انتظارات مان بالاتر از حد واقع باشد. در یک کلام، انتظار بی جا عجز به همراه می آورد. اگر هم این انتظار در حوزه ای پر از نوسان و همواردی مانند گردشگری باشد که دیگر و امصیبتا! داخل رستوران می شویید و از میان اسم های جور و اجور غذاها، غذایی را سفارش می

دهید که بر اساس تصویر و توضیحات مباد مصرف شده در آن، باقوه یکی از خوشمزه ترین غذاهای جهان در نظر تان به حساب می آید اما هنگامی که غذا روی میزتان جا خوش می کند متوجه حضور یک ساندویچ همبرگر معمولی می شوید و این یک فاجعه بزرگ است! در جهان توریست پذیر امروز، باید آن چه که ادعا می کنید را بی کم و کاست در اختیار مخاطب جذب شده تان قرار دهید و گر نه

گروه گردشگری - امروز تمام کشورها و شهرهای معروف جهان می دانند که تنها با داشتن پتانسیل طبیعی و تاریخی نمی توان جذب گردشگر کرد و برای شناختن و شناساندن مخاطب و جاذبه های تاز به راهکارهای در عین حال ساده و عملیاتی وجود دارد. در مجله الی گشت و در این مجال به جمع آوری کردن تعدادی از این ایده ها می پردازیم.

قانون جذب: کتشف و کوشش!
همه گی می دانیم که صرف دانشستن زیبایی، جاذبه ای به میان نمی آید و پیرو آن میززان زیبایی و به صورت منطقی و با نظر دانشستن به میزان توان موجود به ویژه در جذب توریست نیاز به کوشش و فراهم کردن امکانات موجود برای راحتی آسایش مسافران و گردشگران هم داریم. صنعت سفر و گردشگری همیشه وجود داشته و دارد و خواهد داشت، اما چیزی که نگران کننده است این موضوع است که هیچ ضمانتی برای همیشه در صدر ماندن یک مقصد مشخص وجود ندارد؛ اقتصاد، کنش های اجتماعی و نقض در حمل و نقل مقصد مربوطه می تواند از مهم ترین اثرات در انتخاب مردم که کجا را برای مقصد گردشگری شان انتخاب می کنند. باشد. پس با این تفاسیر، اول باید خانه را آب و جارو کرد و سپس منتظر میهمان های مشتاقی برای شرکت کردن بود. **بررسیسته شویید تا تصادای تان بلندتر شود**
تصادل تان بخواهسد، رقابت تنگ و



بهترین ایده ها برای جذب گردشگر چیست؟

یکی از مهم ترین دغدغه ها برای هر کشوری که از جاذبه های طبیعی و گردشگری بسیاری بهره طبیعی و تاریخی برده است این است که چگونه گردشگران را به طرف خود جذب کنم و بهترین ایده ها برای جذب گردشگر در میان تمام راهکارهای بی بنیاد و صرفا نظریه گونه چه ایده هایی هستند.

تجزیه و تحلیل رفتار گردشگران کوله پشتی

زند. زیرا مسافران قدیمی تر از این نوع مهمانسراهای ارزان قیمت استفاده می کنند تا از طریق ملاقات با گردشگران کشورهای دیگر نکات لازم مربوط به سفر و ماجراجویی را با آن تان در بدل کنند. اتاق های دو نفره در مهمانسراها این موقعیت را برای اقامت کنندگان در آن فراهم می کنند تا با یکدیگر به گفتگو بنشینند؛ حال آن که اگر این موقعیت ها از بین برود، چالش های بسیاری در صنعت گردشگری ایجاد می شود و کل مفهوم و جویده مهمانسراها از بین خواهد رفت.

در یک سال صرف می کند، تقریباً معادل مبلغی است که یک کوله به پشت مرفه در دو یا سه هفته از تعطیلات ساحلیانه خود خرج می کند.
تجربه تر، این گرایش های جدید (فلش پکرها) کنش های زیادی در ادامه مسیر ماجراجویی مسافران دیگر ایجاد کرده و موجب کم رنگ شدن حس همهنگی و وحدت بین گردشگران کوله به پشت شده است. لورن رابرتز، مدیر مهمانسرای در کیپ تاون معتقد است که کوله به پشت های پولدارتر فقط و فقط از امکانات رفاهی مهمانسراها برای خوابیدن و استراحت استفاده می کنند و با گردشگران دیگر در تعامل نیستند. این امر لطمه زیادی به فعالیت های اجتماعی مسافران دیگر که در این مهمانسراها اقامت دارند، می

دهد که بر اساس تصویر و توضیحات مباد مصرف شده در آن، باقوه یکی از خوشمزه ترین غذاهای جهان در نظر تان به حساب می آید اما هنگامی که غذا روی میزتان جا خوش می کند متوجه حضور یک ساندویچ همبرگر معمولی می شوید و این یک فاجعه بزرگ است! در جهان توریست پذیر امروز، باید آن چه که ادعا می کنید را بی کم و کاست در اختیار مخاطب جذب شده تان قرار دهید و گر نه

تنها به روحیه ماجراجویانه و موجودی حساب بانکی خود می نازند، بلکه در شرایط دشوار می توانند از پشتوانه های مالی خوبی بهره مند شوند. نیکی دیویس، مدیر بازاریابی شرکت تریل فاینلدرز (شرکتی که تورهای تخصصی پرگاز می می کند) و متخصص در زمینه مسافران کوله به پشت در انگلیس می گوید که حدود ۲۰٪ رزروهای ما را کوله به پشت های مرفه تشکیل می دهند.
دن لینگستد، سردبیر مجله گردشگری واندراست که مختص به علاقه مندان سفرهای ماجراجویانه می باشد، معتقد است که تعداد مسافران کوله به پشت روز به روز در حال کاهش است. آنان امروزه پروازهای غیر گروهی رزرو می کنند و به دنبال مکان های پرمجاز هستند تا ترجیح می دهند که در هتل های لوکس اقامت داشته باشند. مسافران کوله به پشت مرفه امروزی که در رده دس تا ۲۰ تا ۳۰ هتند، معیارهای بالایی برای زندگی کردن مدنظر دارند و حاضرند به جای صرف زمان، پول بیشتری خرج کنند. برای مثال، مقدار هزینه ای که یک مسافر کوله به پشت

قائلند، به عنوان پاداش کاری به کارمندان امکانات رفاهی ارزان تری مانند خوابگاه ها استفاده می کنند، ولی شواهدی نیز موجود است که نشان می دهد فعالیت های مسافران کمتر از مسافران جوان می باشد نیز کمی تغییر کرده است. آنان در گذشته بی آن که هدف و مقصد خاصی را در نظر داشته باشند، آزادانه و تا هنگامی که پولشان به اتمام رسید، از این کشور می رفتند؛ ولی امروزه سازمان یافته تر و هدفمندتر سفر می کنند و به جای پول نقد از کارت های اعتباری استفاده می نمایند.
همچنین مدیران مسافر خانه ها از افزایش چشمگیر مسافران ۳۰-۴۰ ساله خبر می دهند. کسانی که دیرتر از دوام می کنند و از این شغل به آن شغل می پرند (شغل های بسیاری را تجربه می کنند)، می توانند پول بیشتری را پس انداز کنند. آنان هنگام استراحت، برای فرار از کار طولانی و مکتناخت و خسته کننده به مسافرت های طولانی تر می روند. همچنین بسیاری از شرکت های که احترام خاصی برای کارمندان خود

تحصیل در کشوری دیگر هستند و از امکانات رفاهی ارزان تری مانند خوابگاه ها استفاده می کنند، ولی شواهدی نیز موجود است که نشان می دهد فعالیت های مسافران کمتر از مسافران جوان می باشد نیز کمی تغییر کرده است. آنان در گذشته بی آن که هدف و مقصد خاصی را در نظر داشته باشند، آزادانه و تا هنگامی که پولشان به اتمام رسید، از این کشور می رفتند؛ ولی امروزه سازمان یافته تر و هدفمندتر سفر می کنند و به جای پول نقد از کارت های اعتباری استفاده می نمایند.
همچنین مدیران مسافر خانه ها از افزایش چشمگیر مسافران ۳۰-۴۰ ساله خبر می دهند. کسانی که دیرتر از دوام می کنند و از این شغل به آن شغل می پرند (شغل های بسیاری را تجربه می کنند)، می توانند پول بیشتری را پس انداز کنند. آنان هنگام استراحت، برای فرار از کار طولانی و مکتناخت و خسته کننده به مسافرت های طولانی تر می روند. همچنین بسیاری از شرکت های که احترام خاصی برای کارمندان خود

گروه گردشگری - یکی از تحولات اجتماعی دوران مدرن که بسیار هم حائز اهمیت است و کمتر بدان توجه شده، ظهور مسافران کوله به پشت است. ده ها هزار جوان استرالیایی، آلمانی، بریتانیایی و آمریکایی یک مجمع بین المللی تشکیل دادند که در سر تاسر دنیا مسافرت می کنند. از طرفی هیچ کس نمی تواند به طور دقیق شمار مسافران کوله پشتی به دوش را حدس بزند، با این حال شرکتی به نام سیاره تنها (lonely planet) برآوردی را اعلام کرده است. نخستین کتاب راهنمای گردشگری جهان که این شرکت به چاپ رساند، توسط یک استرالیایی گردآوری شد و ۳۰ سال بعد، این شرکت توانست بیش از ۶۰۰ کتاب راهنمای دیگر را نیز منتشر کند.

جان هاگز، مهاجر بریتانیایی که وب سایتی را در آسیای شرقی مسافران کوله پشتی به دوش راه اندازی کرده است، می گوید که اگرچه امروزه اکثر مسافران کوله پشتی به دوش جوانان بین ۱۸ تا ۲۵ سال هستند، که یا مرخصی تحصیلی دارند و یا به دنبال یک شغل موقت و

استاندارد هرمزگان خبر داد:
اجرای طرح های عمرانی جزیره لارک با اولویت توسعه گردشگری

گروه گردشگری - استاندار هرمزگان گفت: بیش از ۱۰ طرح عمرانی مهم با اعتباری بیش از ۱۰۰ میلیارد تومان در جزیره لارک در حال اجراست. فریدون همتی، در بازدید از طرح های عمرانی، زیر ساختی و گردشگری جزیره لارک افزود: جاده دور جزیره به عنوان یک جاده کاملاً گردشگری با نور مناسب، مسیر پیاده روی و دوچرخه سواری، اقامت گاه های گردشگری و سونان های ساحلی، لایروبی و توسعه حوضچه و ساماندهی اسکله از مهمترین این طرح ها است. وی گفت: جزیره لارک از تنوع طبیعی و ساحل زیبایی برخوردار است که در آینده به یک منطقه گردشگری بسیار خوب تبدیل خواهد شد. همتی افزود: طرح های توسعه و آبادانی جزیره لارک با رویکرد گردشگری توسط بنیاد مستضعفان در حال اجرا است. وی با اشاره به همکاری بسیار خوب دستگاه های اجرایی استان و سپاه پاسداران انقلاب اسلامی برای توسعه و عمران جزایر استان افزود: توسعه سکونتگاه ها و افزایش استقرار جمعیت در جزایر استان از اهداف این برنامه ها است. فرمانده منطقه یکم نیروی دریایی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی نیز در این بازدید گفت: به دلیل محرومیت های فراوانی که از سال های گذشته در جزایر کشور بر جای مانده، اکنون لازم است با پشتیبانی برای آبادانی این جزایر تلاش شود. سر بازار مرتضی زارع افزود: ظرفیت به وجود آمده در جزیره لارک، افزون بر محرومیت زدایی، اشتغال پایدار را نیز به همراه دارد.

صنایع چوبی حلاج کیش



کلید سفارشات
MDF، چوبی
دکوراسیون غرفه
و منزل

**آدرس: جزیره کیش - شهرک صنعتی
درخت سبز - صنعت ششم - پلاک R61
تلفن: ۷۷۹۸۲۵۲**

چگونه اقامتگاه بوم گردی بسازیم؟
گروه گردشگری - کافی است تاد در شهرهای بکر ایران قدم بگذارید تا ببینید گردشگران خارجی که از پرورترین شهرهای جهان به ایران سفر می کنند نه سراغ هتل های لوکس نمی گیرند و نه سر را مرکز شهر برای اقامت در می آورند. یک راست به سراغ بکرترین نقاطی از یک استان و یا شهر می روند که ما شاید حتی نام شان را نشنیده باشیم. رفته رفته اقامتگاه های بوم گردی جایگاه ویژه ای در میان مشهورترین اقامتگاه ها مانند هتل ها در شهرهای ایران پیدا کرده اند و پیرو همین اتفاق، تعداد کسانی که خانه یک دروستا دارند و می خواهند آن را تبدیل به اقامتگاه بوم گردی کنند نیز رو به افزایش است. اما سوال این جاست که چطور یک اقامتگاه بوم گردی بسازیم؟
در این مطلب قصد داریم تا راهنمای احداث اقامتگاه بوم گردی را با هم بررسی کنیم و نکات موردنیاز آن را با هم مرور کنیم. با ورق زدن کتاب هنرهای تاریخی، می توان دانستن هایی را پیدا کرد که اهمیت مکان یابی از زمان آغاز یکجا نشینی بشر را به ما نشان دهد. بی شک این دانسته ها تا بهمانی که روزی یکی از دانشمندان برجسته ایرانی برای احداث اولین بیمارستان، از حکومت خواست در چند جای شهر، نگه گوشی آویزان کند. بعد از گذشت چندروز، به محل

آموزش کودکان، راه حلی برای نجات صنعت گردشگری

کودکی که درخت خود می روند باید سری به درخت خود بزنند. و به آن برسند. این کار تا جایی ادامه دارد که کودک به صورت ناخودآگاه، دلپسته انس خود می شد و از زمان نوجوانی به بعد، انس عمیقی بین کودک و گیاه برقرار می شده است. ضمیر ناخودآگاه او دست کم نگیریم ناخودآگاه انسان بدون رعایت منطقی و تنها صرف عادت، کارهایی می کند که شاید هیچ نیروی دیگری در جهان قدرت انجام آن را نداشته باشد. نام طبیعت با گردشگری گره خورده است و انسان نیز بدون طبیعت نمی تواند زنده بماند و زندگی کند.
کجای ایران است که می توان آن را مکانی مناسب برای گردشگری کودک کرد؟ ایران تا جایی ترین نقطه این کشور پر از موقعیت های بالقوه گردشگری است که باید با گام های پاک کودکان و مانوس شدن آن ها با طبیعت هر کدام از این شهرها، جانی دوباره به صنعت گردشگری و احیای آن صنعت مفکوم، فصلی دوباره را شروع کرد. در حال حاضر، برای آشناس کردن کودکان با

و این ما هستیم که مقصر اصلی آسیب به صنعت گردشگری به حساب می آیم. گرچه این سوال پیش می آید که چطور ما می توانیم یکی از مهمین ردیف اول آسیب رسانی به این صنعت هستیم. یکی از عوامل عمده آسیب رسانی این است که ما همچنان به سفر و مناطقی که به آن سفر می کنیم، به چشم یک کالای مصرفی نگاه می کنیم و انگار نمی دانیم که در قبال نقاطی که با آن ها سفر می کنیم وظایف بسیاری داریم؛ یکی از عسده و وظایف ما برسی نجات صنعت گردشگری این است که از همین آغاز کودکان را با این صنعت آشنا کنیم و دست به کار رواج گردشگری کودک شویم. جدا از لذت هایی که گردشگری برای کودکان پشرومان می تواند داشته باشد، آشنایی آن ها با طبیعت و اهمیت حفظ محیط زیست است. در یکی از مدارس انگلستان، هر ساله رسم شده که کودکانی که تازه با به مدرسه می گذارند در یک اردو گردشگری، درختی بکارند و خودشان تا روز آخر مدرسه از درخت خود، در هر نوبتی که به گردشگری

**کیش، فاز F1، خیابان مینا،
قطعه ۸۴، طبقه همکف
تلفن: ۰۷۶۴ ۴۴۴۳۲۲۲۲**

**«سر دفتر: حسن سلمانی»
(شماره ۴۷)**

دفترت از دواج جزیره کیش