مدیرکل نظارت و ارزیابی خدمات گردشگری:

نمی‌توان برای تناسب قیمت و کیفیت خدمات گردشگری خط کش گذاشت

■ مدیرکل نظارت و ارزیابی خدمات گردشگری تصریح کرد: براساس جهت‌گیری کلی بحث قیمت‌گذاری، تناسب آن با کیفیت و کمیت خدمات، یک محور اصل و راهبردی است که ما پیگیر آن هستیم. اما نمی‌توان خط کش برای تناسب قیمت و کیفیت خدمات ارائه شده قائل شد.

ارزان‌سازی سفر یک سیاست و راهبرد است. این راهبرد یا سیاست در نتیجه اقدامات و تمهیدات متعددی قابل تحقق است. اینگونه نیست که همه انتظارات را از بخش خصوصی داشته باشیم که از سرمایه و امکانات چراکه کم کردن قیمت در یک واحد اقامتی ارتباط مستقیم با کاهش کیفیت خدمات آن دارد. هیچ واحد اقتصادی نباید در فعالیت خود دچار خسارت شود.

گروه گردشگری – طی چند ماه گذشته علاوه بر تعطیلات نوروز که با پیک سفر همراه بودیم و از قضا به دلیل برداشته شدن محدودیت‌های سفر در دوران پساکرونا با سیلی از انواع سفرها در مناطق مختلف کشور همراه شدیم، تعطیلات عید فطر و البته تعطیلاتی که به واسطه شهادت امام علی(ع) با آن روبه رو بودیم نیز از دیگر زمان‌های پرمسافر بود که سیلی از مسافران در جاده‌ها به راه افتادند و بیشتر مناطق گردشگری کشور مملو از مسافر شد.

این حجم از سفر سبب شد تا در برخی استان‌ها با مشکلاتی از قبیل کمبود مواد غذایی، اسکان و حجم ترافیکی روبه‌رو شویم. در این میان مسئولان از تشدید نظارت‌ها بر اماکن توزیع غذا و رستوران‌ها در صورت اخطار بهداشتی و همچنین لزوم تامین آب آشامیدنی در شهرهای پرمسافر خبر می‌دهند. همچنین ارتباط با سامانه ۰۹۶۲۹ راه ارتباطی بیان شکایات و مشکلات در حوزه گردشگری معرفی شده است. تشدید نظارت‌ها و بازدید ویژه از رستوران‌ها، تهیه ارزاق و اطلاع‌رسانی تردد ماشین‌ها در ورودی شهرها، اطلاع‌رسانی برای تعطیلی اماکن گردشگری و موزه‌ها در تعطیلات ۱۴ خرداد ماه، مدیریت و اسکان استان‌ها از مواردی است که ستاد مرکزی هماهنگی خدمات سفر بر آن تاکید دارد. در این میان با یحیی نقی‌زاده محجوب (مدیرکل نظارت و ارزیابی خدمات گردشگری) به گفتگو نشستیم تا از کم و کیف چگونگی نظارت بر تاسیسات گردشگری سخن گوید.

در آستانه تعطیلات خرداد و به تبع آن پیک سفری دیگری قرار داریم که همچون تعطیلاتی که گذشت نیازمند رسیدگی و نظارت است. اداره کل نظارت و ارزیابی خدمات گردشگری معاونت گردشگری کشور در این راستا چه ماموریت‌هایی برعهده دارد؟

سیاست‌های نظارتی ما برگرفته از دستورالعمل‌ها و آیین‌هایی است که قبلا به دستگاه‌ها و تاسیسات گردشگری اعلام شده و شامل مواردی از جمله رعایت حقوق مصرف کننده از باب کیفیت، قیمت و تسهیل دسترسی مردم به این تاسیسات است. در باب موضوعات فنی تاسیسات گردشگری نیز به صورت مستمر مواردی از جمله آموزش نیروی انسانی، ایمنی، بهداشت و... را مدنظر داریم و در این میان درجه‌بندی و اخذ گواهینامه استانداردسازی در حوزه کیفی مورد بررسی و نظارت قرار می‌گیرند. معمولا در پیک‌های سفر و قبل از فرارسیدن پیک سفر این موضوعات به مدیران استانی یادآوری و تاکید می‌شود و ماموریت‌هایی به آن‌ها محول می‌شود تا بازدیدهایی قبل از شروع پیک سفر از تاسیسات گردشگری داشته باشند و متعاقبا در ایام سفر نیز آمادگی لازم برای رسیدگی به شکایات و درخواست بررسی را داشته باشند. موضوعاتی از جمله گران‌فروشی، کم فروشی و... از جمله مواردی است که در ایام سفر گزارش می‌شود. از این رو هماهنگی با سایر دستگاه‌های فرابخشی نیز در دستور کار ما قرار دارد.

به این نکته اشاره داشتید که در حوزه کیفیت و قیمت‌های ارائه شده از سوی تاسیسات گردشگری نیز در ایام سفر و زمان پرمسافر نظارت دارید. آیا بر اساس استانداردها، قیمت‌هایی که در تاسیسات گردشگری ارائه می‌شوند با کیفیتی که ارائه می‌دهند، همخوانی دارد؟

تمام سعی و تلاش ما در قالب کمیته‌های فنی، نظام ارزیابی و استانداردها و کمیسیون‌های نرخ‌گذاری بر آن است که این تناسب ایجاد شود. اصل و پایه این تفکر برآن است که این تناسب وجود دارد حال آنکه ممکن است در مورد خاصی از نظر شخصی عدم تناسب بین قیمت و کیفیت خدمات ارائه شده وجود داشته باشد، این مهم قابل بررسی است چراکه ما نمی‌گوییم لزوما صد در صد این تناسب همیشه از نظر همه افراد تامین است. اما بر اساس جهت گیری کلی بحث قیمت‌گذاری، تناسب آن با کیفیت و کمیت خدمات است، یک محور اصل و راهبردی است که ما پیگیر آن هستیم.

آیا اگر یک هتل ۳ ستاره تخت خود را شبی حدود ۳۰۰ هزار تومان به مسافر می‌فروشد، این قیمت با خدماتی که ارائه می‌دهد، همخوان است؟

بحث قیمت موضوع کلی است و نمی‌توان آن را به همه تعمیم داد. نرخ‌ها بر حسب مورد، درجه، موقعیت استان و شهرستان، نوع خدمات و... متفاوت است. گردشگری یک موضوع کیفی و نسبی است و دارای قیمت از پیش تایین شده نیست. ممکن است در یک شهرستان به سادگی و راحتی به تاسیسات گردشگری دسترسی داشته باشید اما در شهرستان دیگر این دسترسی آسان نباشد و نیاز باشد تا مسافت طولانی برای دسترسی یافتن به تاسیسات گردشگری طی شود. این عوامل بر کیفیت سفر تاثیر دارد. حتا نمای ساختمان، امکانات و تجهیزات، نو بودن و... در کیفیت و درجه‌بندی تاثیر دارد. صرفا دارا بودن درجه و ستاره لازمه قیمت‌گذاری خدمات تاسیسات گردشگری در کل کشور نیست. این موضوع قابل بررسی و قابل بحث است که هر مورد باید در ظرف زمانی و مکانی خود مورد بررسی قرار گیرد و صرفا نمی‌توان گفت ۳۰۰ هزار تومان برای یک شب در هتل درجه ۳ در همه جا مناسب است یا نه. میزان رضایت‌مندی مسافر، آلودگی صوتی، آلودگی نوری و... تاثیرگذار است. حتا میزان انتظار مسافران و تمکن مالی آن‌ها در داوری این قیمت‌ها تاثیرگذار است. در کل نمی‌توان خط کشی برای تناسب قیمت و کیفیت خدمات ارائه شده قائل شد.

باتوجه به آنکه سیاست وزارت میراث و گردشگری بر ارزان‌سازی سفر بنانهاده شده، از این رو قطعا بحث نرخ‌گذاری و تناسب آن با خدماتی که توسط تاسیسات گردشگری ارائه می‌شود، اهمیتی دو چندان پیدا می‌کند. اگر بخواهید از این منظر به سئوال قبل پاسخ دهید چه راهکاری برای تحقق این سیاست وزارتخانه متبوع خود دارید؟

ارزان‌سازی سفر یک سیاست و راهبرد است. این راهبرد یا سیاست در نتیجه اقدامات و تمهیدات متعددی قابل تحقق است. اینگونه نیست که همه انتظارات را از بخش خصوصی داشته باشیم که از سرمایه و امکانات خود کم کند چراکه کم کردن قیمت در یک واحد اقامتی ارتباط مستقیم با کاهش کیفیت خدمات آن دارد. هیچ واحد اقتصادی نباید در فعالیت خود دچار خسارت شود. صرف نظر از آنکه بازار عرضه و تقاضا نیز در این حوزه تاثیرگذار است. عموما تاسیسات گردشگری در زمان پیک سفر، نرخ‌های مصوب خود را ارائه می‌دهند اما در زمان‌های غیرپیک سف، بعضا تخفیفاتی ارائه می‌دهند که می‌تواند در فضای رقابتی برای مسافران جذاب باشد. به طور کلی ارزان‌سازی سفر از آن جهت است که با این مهم مواجه نشویم که بدون منطق و بدون سیاست مشخصی، گران‌فروشی یا افزایش نرخ در خدمات سفر اتفاق بیفتند. این موضوع با همکاری بخش خصوصی و تشکل‌ها محاسبه و ارائه می‌شود.

یکی از مباحثی که در حوزه نرخ‌گذاری‌ها مطرح است، استانداردسازی است. استانداردسازی تاسیسات گردشگری از آن بحث‌هایی است که بیش از ۱۳ سال است که هنوز به نتیجه دلخواه نرسیده و فراز و فرودهای زیادی را طی کرده. این حوزه بالاخره به کجا رسید و وضعیت استانداردسازی تاسیسات گردشگری ما چگونه شد؟

استانداردسازی تاسیسات گردشگری روالی است که حدود ۱۵ سال است ادامه دارد و همچنان نیز ادامه خواهد داشت. در طول سال‌های اخیر، تعداد زیادی از کاشناسان در قالب ارزیاب، مدیرفنی، شرکت‌های عامل تطبیق مجوز فعالیت در این حوزه رادریافت کرده‌اند و ارزیابان در یک پروسه تعریف شده‌ای با هتل‌ها و ادارات کل استانی درصدد استانداردسازی و تایین درجه و اخذ گواهی‌های استاندارد اقدام می‌کنند. بر این اساسا نرخ این مراکز به صورت رقابتی درمی‌آید و می‌توانند بر اساس بازار عرضه و تقاضا، نرخ آزاد و پیشنهادی خود را ارائه دهند. برای مدت طولانی شاهد فعالیت تنها یک شرکت به عنوان عامل تطبیق بودیم که از قضا سبب بوجود آمدن انحصار در این حوزه و به تبع آن کندی روند استانداردسازی شده بود. از بررسی پرونده این انحصار طلبی و حضور و فعال شدن شرکت‌های عامل تطبیق برایمان بگویید. هرچند برای سال‌های طولانی در گذشته تنها یک شرکت عامل تطبیق بود اما اکنون حدود ۳۱ شرکت عامل تطبیق داریم که در استان‌ها فعال هستند و به نوعی عامل رقابتی یکدیگر تبدیل شده‌اند. در آن سال‌ها سیاست تمرکز در شرکت عامل تطبیق برای استاندارسازی مطرح بود و امور بر این اساس پیش می‌رفت. هرچند ممکن است این امر سبب کند شدن روند بود و استقبالی از سوی تاسیسات صورت نمی‌گرفت از این رو در سال‌های نخست شاهد انجام نهایتا ۱۰ تا ۱۲ بررسی در سال و دریافت یک یا دو مورد گواهی استاندارد بودیم. اما اکنون استقبال از یک سو افزایش عاملان تطبیق از دیگر سو و مشخص شدن قیمت‌های استاندارسازی سبب شده تا این روند سرعت گیرد. بنابر گزارش‌های دریافتی، حدود ۱۷۰۰ واحد از تاسیسات هتلی و غیر هتلی موفق به اخذ گواهی استاندارد شده‌اند. البته تاکنون حدود ۷۰ درصد هتل‌های یک تا سه ستاره استاندارسازی شده‌اند. اگر در هر شرایطی تاسیسات گردشگری مبلغی افزون بر نرخ موصب دریافت کنند، قعا مورد بررسی قرار خواهند گرفت. ارائه اخطار و تذکر به واحدهای گردشگری هرساله در قالب پروسه‌ای طی می‌شود و مورد بررسی قرار می‌گیرد به وطر مثال، این امر پروسه‌ای‌ست که هر سال در زمان اعلام نرخ‌های جدید مور بررسی قرار می‌گیرد.

افتتاح یک جاذبه ترسناک برای گردشگران

گروه گردشگری – یک استراحتگاه کوهستانی در ویتنام پلی با کف شیشه‌ای بر روی دره‌ای به عمق ۱۵۰ متر برای جذب گردشگران در جست‌وجوی هیجان افتتاح کرده که طولانی‌ترین پل شیشه‌ای در جهان محسوب می‌شود.

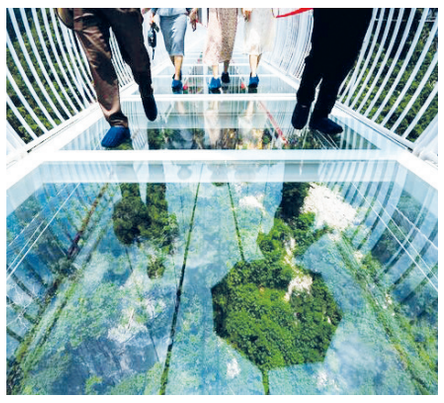
این پل معلق که به نام «اژدهای سفید» شناخته می‌شود، در استان سون لا، در شمال غربی هانوی پایتخت کشور ویتنام و در همسایگی با لائوس قرار دارد.

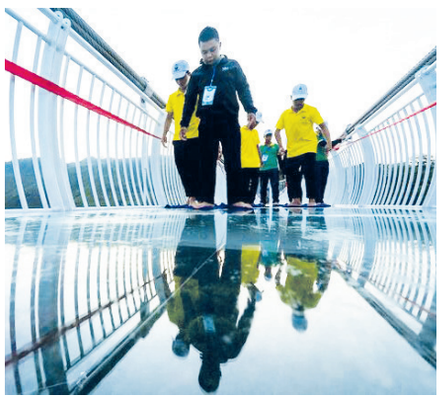
طبق اعلام مالک و سازنده این پل شیشه‌ای و مرتفع، شیشه تقویت‌شده مورد استفاده برای پل دارای سه لایه است که هر کدام ۴۰ میلی‌متر ضخامت دارد و می‌تواند تا ۴۵۰ نفر را همزمان در خود جای دهد. این پل ۲۹۰ متر طول دارد و بین دو قله در دو طرف یک دره و یک مسیر ۳۴۲ متری در کنار صخره قرار دارد. انجمن رکورد جهانی پل دوبخشی ویتنام را به عنوان طولانی‌ترین پل جهان با ۶۳۲ متر در فهرست خود قرار داده است.

«گلن پولارد» نماینده رکوردهای جهانی گینس که در مراسم افتتاحیه این پل در ویتنام شرکت کرده بود گفت: «مهندسی لازم برای ساختن این پل در کنار صخره و در عین حال حفظ تمام ویژگی‌های طبیعت، سرسبزی و صخره‌ها، پروژه شگفت‌انگیزی بوه است».

پیش‌تر یک پل ۵۶۲ متری با کف شیشه‌ای در استان گوانگدونگ چین به عنوان طولانی‌ترین پل شیشه‌ای جهان در کتاب رکوردهای جهانی گینس ثبت شده‌بود. ویتنام که در جنوب شرقی آسیا واقع شده است در شروع همه‌گیری ویروس کرونا مرزهای کشور را به منظور کنترل شیوع همه‌گیری بست. با وجود این‌که این اقدام موفقیت‌هایی را به دنبال داشت اما صنعت گردشگری ویتنام که معمولا ۱۰ درصد تولیدات ناخالص داخلی کشور را در بر می‌گیرد با خسارت مواجه شد.

تعداد گردشگران خارجی ویتنام سال گذشته به ۳۸ میلیون نفر کاهش پیدا کرد؛ این درحالی است که سال ۲۰۱۹ این آمار ۱۸ میلیون نفر گزارش شده بود.





با نگاهی به مأموریت ایران برای احیای صنایع دستی قطر؛

فرصت جام جهانی را مانند اکسپو از دست ندهید!

گروه گردشگری – جام جهانی قطر؛ رویدادی مهم که تقریبا چهار ماه به شروع آن باقی مانده و کم و بیش بازارهای فرهنگی و اقتصادی آن در حال حاضر شکل گرفته‌اند. در این شرایط برخی کارشناسان مدام به این نکته اشاره می‌کنند که با نزدیک شدن به زمان فرا رسیدن این رویداد، باید از تجربه اکسپو دوبی درس گرفت و این بار با برنامه‌ریزی مناسب‌تری حرکت کرد.

این روزها زمزمه‌های همکاری میان ایران و قطر برای احیای صنایع دستی این کشور شنیده می‌شود و این در حالی مطرح شده که نزدیک شدن به برگزاری جام جهانی قطر نیز یک فرصت برای معرفی صنایع دستی کشور محسوب می‌شود.

برای بررسی این مسأله که آیا ایران از ظرفیت مناسبی برای احیای صنایع دستی این قطر برخوردار است، این بار به گفت‌وگو با حجت‌الله مرادخانی، کارشناس و پژوهشگر صنایع دستی پرداختیم.

کدام رشته‌ی از بین رفته‌ی صنایع دستی را توانسته‌ایم احیا کنیم؟

مرادخانی در ابتدا با اشاره به اهمیت رویداد جام جهانی قطر گفت: «نکته‌ای که درمورد این ماجرا وجود دارد، این است که اولا چه برنامه‌ای قرار هست به قطر ارائه شود و اینکه این اقدام قرار هست به چه صورتی انجام شود؟ ایران قرار هست بر مبنای کدام تجربه موفقی چنین کاری را انجام دهد؟»

او ادامه داد: «مسأله‌ای که وجود دارد این است که اگر ایران از ظرفیت کافی برای احیای صنایع دستی قطر برخوردار است، یک گزارش ارائه کنند که ما بدانیم. سوال من این است که ما کدام رشته‌ی از بین رفته‌ی صنایع دستی را توانسته‌ایم احیا کنیم؟ احیا نه به معنای موضع گیری‌های مدیریتی که حالا بخواهیم این تجربه را با دیگر کشورها در میان بگذاریم. این پرسشی است که من به عنوان مخاطب و فعال این حوزه مطرح می‌کنم.»

این پژوهشگر حوزه صنایع دستی اضافه کرد: «قطعا ماهیت این کار که به اشتراک درآید، اتفاق خوبی است و در دنیای امروز به اشتراک گذاشتن اتفاق خوبی است و باید با دیگر کشورها ارتباط داشته باشیم تا خودمان هم رشد کنیم. نه اینکه باور داشته باشیم ما بهترین هستیم و نمی‌خواهیم هیچ مشورت یا گفت‌وگویی را داشته باشیم.»

مرادخانی با اشاره به این نکته که رویداد اکسپو دوبی به آسانی از دست رفت، اظهار کرد: «مسأله دیگر این است که نباید فراموش کنیم ما رویداد بزرگ اکسپو دوبی را به آسانی از دست دادیم و حالا یک رویدادی با همان ابعاد یعنی بزرگ و جهانی به نام جام جهانی قطر داریم که اگر بتوانیم آگاهانه از این فرصت استفاده کنیم، قطعا گام رو به جلویی است که هم می‌توانیم از آن برای انتقال تجربیات‌مان استفاده کنیم و هم بتوانیم از آن بازار اقتصادی ـ فرهنگی‌ای که شکل می‌گیرد، به نفع خودمان و برای توسعه صنایع دستی در بازارهای جهانی استفاده کنیم.»

او در ادامه به تمرکز بر روی یک رشته برای احیای صنایع دستی قطر تأکید کرد و گفت: «طبیعتا بنا بر محدودیت‌هایی که وجود دارد، ما احتمالا باید از برخی رشته‌ها و محصولات صنایع دستی استفاده کنیم که الان ظرفیت تولید خوب دارند. یعنی برای اینکه در بازار قطر حاضر شویم، طبیعتا رشته‌های وابسته به چوب، فلز، سفال و ... که قابلیت‌های خوبی برای تولید دارند و ما می‌توانیم تأمین کنیم، اولویت دارند. باید از رشته‌هایی که در بازارهای جهانی قابلیت دارند، استفاده کنیم.»

باید نگاه واقع‌بینانه داشته باشیم

مرادخانی با نگاهی کارشناسانه، برنامه‌ریزی مناسب برای جام جهانی قطر را چنین توصیف کرد: «عمدتا برای حضور اثربخش در یک رویداد، باید نگاه واقع بینانه داشته باشیم نه نگاه آرمان گرایانه‌ی مبتنی بر اینکه چه خواهد شد؟ اگر نگاه واقع بینانه داشته باشیم، انتخاب‌هایمان، برنامه‌هایمان و گامی که برمی‌داریم، مبتنی بر واقعیات است نه مبتنی بر اوهام.»

او ادامه داد: «عمدتا درخصوص اکسپو دوبی ادعاهای عجیب و غریبی مطرح شد که در نهایت باعث شد ما از آخر اول شویم. درخصوص جام جهانی هم همین هست. باید بررسی کنیم که از چه قابلیت‌هایی باید استفاده کنیم تا بهترین بهره‌برداری را داشته باشیم. نگاه سلیقه‌ای و آرمان گرایانه را باید کنار بگذاریم و مبتنی بر واقعیت تحلیل، بررسی و انتخاب کنیم و از همه مهم‌تر واقع گرایانه اقدام و اجرا کنیم.»

این پژوهشگر حوزه صنایع دستی با اشاره به این نکته که شناخت درستی از بازارهای بین‌المللی وجود ندارد، گفت: «عمدتا برای حضور در بازارهای بین‌المللی مشکلی که داریم این است که نمی‌شناسیم و چون نمی‌شناسیم و مطالعه‌ای صورت نگرفته، تصمیمات‌مان خیلی اشتباه است. وقتی می‌رویم مثلا قوانین واردات و تجارت امارات، قطر و ... را می‌خوانیم، متوجه تمایلات آن‌ها می‌شویم و در نتیجه باید قوانین را بشناسیم. بازار، مارکت و سلیقه مخاطب را باید بشناسیم. عمدتا مشکلی که با آن مواجه هستیم، این است که اطلاعات موثقی در زمینه صادرات صنایع دستی و بازار صنایع دستی در داخل و خارج از کشور نداریم.»

مرادخانی در نهایت اظهار کرد: «اعداد و رقم‌هایی که مطرح می‌شوند، اغلب قابل اعتنا نیستند و چنین شرایطی هر برنامه‌ریزی‌ای که انجام دهیم ممکن است موفق باشد و به همان اندازه نیز با شکست رو به رو باشد. اگر که ما اطلاعاتمان نسبت به بازارها درست باشد، می‌توانیم پیشرفت خوبی داشته باشیم.»

احیای صنایع دستی قطر توسط ایران «مأموریت ویژه‌ای» است که این روزها از سوی وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به معاونت صنایع دستی محول شده است. کارشناسان صنایع دستی نسبت به این مأموریت نگاه‌های متفاوتی دارند. برخی با اشاره به این نکته که ایران باید در مقابل این کار خدماتی مواد اولیه دریافت کنند، این اتفاق را مثبت قلمداد کرده‌اند. دسته دیگر اما باوجود اینکه ماهیت این کار را یک حرکت رو به جلو می‌دانند، اما معتقد هستند که سیاست‌گذاری در این زمینه باتوجه به مشکلاتی که در داخل وجود دارد، لزوما باید «فکر شده» باشد.

مناقصه عمومی یک مرحله ای تراش و روکش آسفالت و خرید آسفالت خیابان های اصلی و فرعی شهر

شهرداری بندرعباس در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله‌ای تراش و روکش آسفالت و خرید آسفالت خیابان های اصلی و فرعی شهر به شماره ۲۰۰۱۰۰۴۹۱۶۰۰۰۰۱۶ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.
کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.
مواعدزمانی:
-تاریخ انتشار فراخوان: ۱۴۰۱/۰۳/۱۱ ساعت: ۱۲:۰۰
-مهلت دریافت اسناد فراخوان: ۱۴۰۱/۰۳/۱۷ ساعت ۱۹:۰۰
-مهلت ارسال پیشنهادات: ۱۴۰۱/۰۳/۲۸ ساعت ۱۹:۰۰
-زمان بازگشایی پاکت ها: ۱۴۰۱/۰۳/۲۹ ساعت ۱۴:۳۰
این آگهی برابر آئین نامه معاملات جدید شهرداری تهران تسری به مراکز استانها صرفاً یک نوبت منتشر می گردد.
نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ضمانت نامه بانکی یا فیش واریزی به مبلغ ۵۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
اطلاعات تماس و آدرس دستگاه: شهرداری بندرعباس به آدرس بلوار امام خمینی (ره) شماره ۰۷۶۳۳۶۲۵۰۲۹
روابط عمومی و امور بین الملل شهرداری بندرعباس
شناسه: ۱۳۲۵۹۰۳

هر روز از ساعت ۸ تا ۱۲:۳۰
با صبحانه های متنوع
میزبان شما عزیزان هستیم

کافه رستوران دینامیت
DYNAMITE CAFE RESTAURANT
dynamitcafe_fan
اسکله تفریحی، کنار بولینگ مریم، طبقه بالای بازار مریم۲

اقتصاد کیش روزنامه
بیست و چهار آذرمین سال انتشار

Tiyamnet
www.webotel.ir
www.tiyam.com
TRK
تیام رایان کیش
اینترنت پرسرعت ...
نصب و راه اندازی دوربینهای مداربسته
پشتیبانی دوربینهای مداربسته
رفع اشکال
۰۷۶ ۴۴۴ ۲۰۰ ۶۶
نصب و راه اندازی شبکه
پشتیبانی شبکه
مشاوره رایگان
۰۷۱ ۳۶۹۰۴