گردشگری ایران از دنیای متاورس عقب مانده؛

از شعار روز جهانی گردشگری فاصله داریم

■ کارشناس و برنامه‌ریز حوزه گردشگری با اشاره به شعار روز جهانی گردشگری از فاصله ایران تا تحقق شعارهای روز جهانی خبر داد و گفت: گردشگری ایران به صورت علمی پیش نرفته است.

گروه گردشگری- ۲۷ سپتامبر (۵ مهرماه) به‌عنوان روز جهانی گردشگری انتخاب شده است. انتخاب یک روز برای گردشگری برای توجه بیشتر به این صنعت و تلاش برای توسعه و گسترش توریسم صورت گرفته و هر ساله در این روز برنامه‌ها و همایش‌های متعددی در کشورهای مختلف دنیا برگزار می‌شود.

تقریبا از همان سال ۱۹۸۰ که سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) سازمان ملل متحد این روز را به عنوان روز جهانی گردشگری معرفی کرد، درصدد تعریف شعاری خاص برای هر سال نیز برآمد. شعارهایی که هر کدام به فراخور زمان دارای اهمیت بوده و حتی مدل‌های توسعه گردشگری را تعریف می‌کند.

شعار روز جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۲ میلادی از سوی سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) «تفکری دوباره برای گردشگری» (Rethinking Tourism) اعلام شد. سازمان جهانی گردشگری با تمرکز بر آینده گردشگری و توجه به وضعیت رو به بهبود این صنعت در جهان، روز جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۲ میلادی را فرصتی برای تفکری دوباره برای گردشگری یا بازاندیشی برای گردشگری عنوان کرده است. هدف UNWTO از انتخاب این شعار، الهام‌بخشیدن و کمک به توسعه این بخش از طریق راه‌هایی همچون آموزش و اشتغال و تأثیر گردشگری بر کره زمین و فرصت‌های رشد پایدار است. این سازمان تصریح کرده که در تفکری دوباره برای گردشگری، باید مردم و سیاره زمین را در اولویت قرار دهیم و همه بخش‌ها، از دولت‌ها و مشاغل گرفته تا جوامع محلی، را برای تحقق یک چشم‌انداز مشترک و ایجاد بخشی پایدارتر، فراگیرتر و انعطاف‌پذیرتر گرد هم آوریم. همچنین زوراب پولولیکاشویلی (دبیرکل سازمان جهانی گردشگری) این بحران را فرصتی برای بازاندیشی در صنعت گردشگری و سهم آن در برابر مردم و کره زمین عنوان کرده است؛ فرصتی که باعث بازگشت پایدارتر، فراگیرتر و انعطاف پذیرتر گردشگری می‌شود و کمک خواهد کرد تا همه از مزایای گردشگری به‌طور گسترده و عادلانه بهره‌مند شوند.

دبیرکل سازمان جهانی گردشگری تاکید دارد: پتانسیل گردشگری بسیار زیاد است و ما مسئولیت مشترک داریم تا مطمئن شویم که به طور کامل محقق می‌شود. در روز جهانی گردشگری ۲۰۲۲، UNWTO از همه افراد، از فعالان گردشگری گرفته تا خود گردشگران، همچنین کسب‌وکارهای کوچک، شرکت‌های بزرگ و دولت‌ها می‌خواهیم تا درباره آنچه انجام می‌دهیم و چگونه آن را انجام می‌دهیم، فکر کنند.

شعار «بازاندیشی در گردشگری» درحالی اوایل آگوست (اواسط مردادماه) از سوی سازمان جهانی گردشگری انتخاب و اعلام شده که هنوز حدود دو ماه تا روز جهانی باقی مانده. روز جهانی گردشگری از سال ۱۹۸۰ هر سال در ۲۷ سپتامبر برگزار می‌شود. این تاریخ سالگرد تصویب اساسنامه سازمان در سال ۱۹۷۰ است که راه را برای تأسیس UNWTO پنج سال بعد هموار می‌کند. اردشیر اروجی (کارشناس و برنامه ریز حوزه گردشگری) با اشاره به این نکته گفت: مسئولان گردشگری کشور ما درحالی هر سال در روز ۵ مهرماه به یاد این حوزه می‌افتند که سازمان جهانی گردشگری عموما شعار روز جهانی را حدود دو ماه زودتر اعلام می‌کند. اینکه سازمان جهانی گردشگری شعار را زودتر اعلام می‌کند دلیل دارد. او ادامه دارد: در حقیقت روز جهانی گردشگری بهانه‌ای است برای آنکه آگاهی مردم و دولت‌ها را در خصوص اهمیت گردشگری و ارزش‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی آن افزایش دهیم. سازمان جهانی گردشگری نیز از آن جهت شعار روز گردشگری را دو ماه زودتر اعلام می‌کند که نهادهای گردشگری کشورها بتوانند این بررسی را داشته باشند که گردشگری آن‌ها به کدام سمت خواهد رفت؟ در این صنعت در کجا قرار دارند و چگونه باید به اهدافشان برسند؟ شناسایی راه‌حل‌ها برای رسیدن به اهدافشان چگونه است و چگونه می‌توانند اراده سیاسی دولت خود را برای اطمینان از قرار گرفتن گردشگری در اولویت‌های سیاستگذاری‌ها افزایش دهند. برای آنکه مسئولان گردشگری بتوانیم به پاسخ این سئوالات برسند، دو ماه فرصت دارند که بسترهای لازم برای گفتگوی فراگیر را برای شناسایی راه‌حل‌ها و پتانسیل‌های گردشگری در میان سایر مسئولان ایجاد کنند. همچنین پیام گردشگری را در کشور خود و در میان مسئولان تقویت کنند تا فضای لازم در کل جهان برای گردشگری ایجاد شود. در تمام جهان عموما کشورها از این فرآیند تبعیت می‌کنند اما متاسفانه در کشور ما این فرآیند طی نشده و نمی‌شود. مشاور سابق رییس سازمان میراث و گردشگری با اشاره به نخستین شعاری که توسط سازمان جهانی گردشگری ارائه شد، گفت: در سال ۱۹۸۰ یا همان سال ۱۳۵۹ نخستین شعار گردشگری که همان (مشارکت گردشگری در حفاظت از میراث فرهنگی، صلح و فهم متقابل فرهنگی) است منتشر شد. از آن سال تاکنون، ۴۲ سال می‌گذرد و تاکنون ۴۲ شعار از سوی UNWTO منتشر شده است. متاسفانه در هیچیک از این سال‌ها ایران، برای دست‌یابی و توجه به این شعارها بر اساس فرآیندی که ذکر شد، پیش نرفته است. فقط مسئولان گردشگری کشور بر آن شدند که در انتظار رسیدن ۵ مهر بمانند و روز گردشگری را در قالب هفته گردشگری گرامی بدارند. این درحالی است که قبل از آن هیچکاری انجام نمی‌دادند و بعد یک هفته را به گردشگری اختصاص می‌دادند و بعد از آن هم باز گردشگری فراموش می‌شود. این درحالی است که باید قبل از ۵ مهر بر اساس سیاست و شعاری که مد نظر UNWTO است پیش بروند و تلاش‌های لازم برای تحقق شعار سال نه تنها در ۵ مهر و یک هفته بعد از آن بلکه در تمام طول سال محقق شود و نتیجه کار مسئولان اعلام شود.

این کارشناس گردشگری در پاسخ به این سئوال که عموما مسئولان گردشگری کشور معتقد هستند، شعاری که از سوی UNWTO به عنوان شعار روز جهانی گردشگری اعلام می‌شود، چیزی است که باید طی سال پیش رو به آن رسید و یک سال فرصت هست تا آن شعار را محقق کرد، گفت: بله شاید از دیدگاهی این حرف درست باشد اما توجه داشته باشید که برای آنکه بخواهیم طی یک سال آینده شعار سازمان جهانی گردشگری را دنبال کنیم، از ۵ مهر کیلومتر شمار رسیدن به آن شروع می‌شود بنابراین باید قبل از آن و قبل از شروع کار، ارزیابی از امور داشته باشیم و برنامه‌های هر ارگان و نهاد را اعلام کنیم تا طی یک سال آینده درصدد تحقق آن برآیند نه آنکه تازه در طول یک سال درصدد برآورد و ارزیابی برآییم و بعد هم معلوم نشود که آیا برنامه‌ای ارائه داده‌ایم یا خیر. هدف UNWTO از اینکه دو ماه زودتر شعار روز جهانی گردشگری را ارائه می‌دهد آن است که کشورها آمادگی لازم برای برنامه ریزی و تحقق شعار را پیدا کنند و درصدد اجرایی کردن آن برآیند.

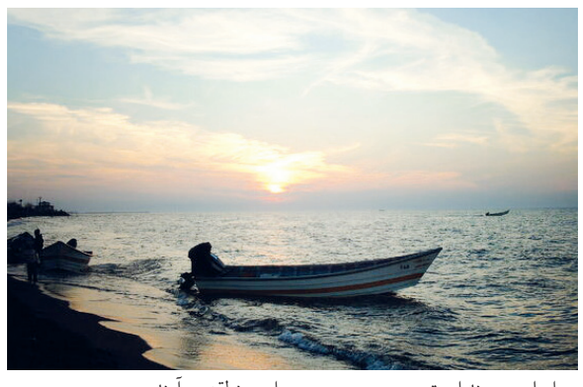
مدیرکل سابق دفتر برنامه‌ریزی، آمار و اطلاعات سازمان گردشگری تاکید کرد: ایران نیز باید بتواند خود را با این فرآیند همسو سازد تا بتواند قدمی در راه توسعه گردشگری بردارد. ایجاد بستر گفتگو در رسانه‌ها، تمرکز بر روی موضوعات مرتبط با گردشگری، طرح مسائل و مشکلات این حوزه توسط ذی‌نفعان، مشخص شدن اهداف و مسیر گردشگری و اینکه قرار است به چه نقطه‌ای در صنعت گردشگری دست یابیم، شناسایی راه‌حل‌ها برای رسیدن به این اهداف و اینکه چگونه می‌توان اراده سیاسی دولت را برای رسیدن به اهداف گردشگری همسو ساخت و... از جمله موضوعاتی است که مسئولان گردشگری کشور باید قبل از روز جهانی و آغاز مسیر تحقق شعار گردشگری، به آن‌ها پاسخ و برای آن راهکار ارائه دهند. اروجی معتقد است: مسئولان گردشگری ایران عموما شعار روز جهانی گردشگری را از این گوش می‌شنوند و از آن گوش در می‌کنند.

اکنون پس از آنکه گردشگری بیش از دو سال محدودیت را پشت سر گذاشته و در دوران پساکرونا به توسعه و رونق آن امید بسته شده، بازنگری درخصوص چگونگی ادامه روند گردشگری احساس می‌شود

وقتی ۵ مهر می‌شود می‌گویند از الان می‌خواهیم «بازنگری در گردشگری» داشته باشیم. این درحالی است که دیگر آن زمان دیر است بلکه باید از اکنون که یک ماه مانده اقدام کنند. باید بررسی انجام دهند و برنامه یکساله «بازنگری در گردشگری» را تنظیم و در آن روز ارائه دهند که تمام دستگاه‌ها و ارگان‌های فعال در حوزه گردشگری، طی یک سال آینده درصدد اجرایی ساختن آن برآیند. هر سه ماه، یکبار نیز ارزیابی از چگونگی رسیدن به این اهداف داشته باشند. البته، تاکنون چنین فرآیندی در ایران اجرا نشده. این پیشکسوت حوزه گردشگری، تصریح کرد: طی ۴۲ سال اخیر، شعارهای سازمان جهانی گردشگری همسو با توسعه و رشد گردشگری بود. بنابراین هر کشوری که بتواند این شعار را محقق کند گام‌های توسعه گردشگری را در کشور خود برداشته است. طی این سال‌ها، ایران، کجدار و مریز توانسته این شعارها را محقق کند. اما اینکه بگوییم این کار بر اساس فرآیندی علمی و به صورت مستمر صورت گرفته، خیر چنین اتفاقی نیافتاده است. به طور مثال، در سال ۲۰۰۷ شعار روز جهانی «گردشگری، درها را به سوی زنان باز می‌کند» بود. ایران چه برنامه‌ای برای تحقق این شعار داشت؟ اصلا تا چه اندازه توانست به آن برسد؟ آیا تحقق آن در حوزه گردشگری ایران مشهود است؟ مسئولان گردشگری باید برنامه‌ای داشته باشند که بتواند طی یک آمار و گزارش آنچه محقق شده را ارائه دهند. اینگونه به نظر می‌رسد که مسئولان گردشگری ایران، سازمان جهانی گردشگری و شعارروز جهانی را در حد یک شعار می‌بینند نه شعور. صبر می‌کنند تا ۵ مهر، همایش برگزار می‌کنند و گرامی می‌دارند و شعار را هم قرائت می‌کنند اما بعد چه؟ فراموش می‌شود. او با اشاره به آنکه روزگاری ایران بحث گفتگوی تمدن‌ها را مطرح کرده بود از شعار سال ۲۰۱۱ که همان «گردشگری پیوند دهنده فرهنگ‌ها» است یاد کرد و افزود: در سال ۱۳۹۰ در حوزه گردشگری و پیوند دهنده فرهنگ‌ها، ایران که خود آغازگر گفتگوی تمدن‌ها در جهان بود، بسیار ضعیف عمل کرد و نتوانست از این فرصت برای جذب گردشگر استفاده کند. حتا اکنون نیز نمی‌توانیم صریح درخصوص گفتگوی تمدن‌ها صحبت کنیم. به گفته مشاور سابق رییس سازمان میراث و گردشگری، حتی در سال ۲۰۰۸ نیز برنامه‌ای برای همسویی گردشگری و محیط زیست ارائه ندادیم این درحالی است که می‌توانستیم هتل‌های سبز را راه‌اندازی کنیم که علاوه بر تولید نکردن زباله، با استفاده از انرژی خورشیدی در راستای بهبود گرمایش زمین گام بردارند. نیازی نیست که حتما تمام هتل‌هایمان را به این تکنولوژی و امکانات مجهز کنیم. همینکه در این راستا گام برداریم و به صورت نمونه مرکزی را ایجاد و نتایج را با سایر کشورها به اشتراک بگذاریم و از تجربیان هم استفاده کنیم، کافی است. اما گردشگری ما از همه این فرآیندها دور مانده. شاید اگر بر اساس شعارهای سازمان جهانی گردشگری پیش می‌رفتیم، اکنون صنعت گردشگری توسعه یافته‌تری داشتیم. چراکه اگر نگاهی به شعارها داشته باشیم متوجه می‌شویم که تمام وجوه گردشگری اعم از توسعه پایدار، تنوع فرهنگی، محیط زیست و... را دربرمی‌گیرد. گردشگری ایران به صورت علمی پیش نرفته است و فرآیندهای صحیح را دنبال نکرده. اگر گردشگری ما علمی بود، اکنون گردشگری ما در همه زمینه‌ها توسعه یافته شده بود. کشورهای توسعه یافته در حوزه گردشگری اعم از فرانسه، ایتالیا، انگلستان، آمریکا، آلمان و حتا ترکیه از جمله کشورهایی هستند که مباحث مطرح شده در عرصه بین‌المللی گردشگری را دنبال می‌کنند و نتیجه آنرا نیز دیده‌اند. به گفته اروجی، مسئولان گردشگری نیز دستشان برای تحقق اهداف بسته است. چنانکه زمانی که گردشگری و تنوع زیستی مطرح شد و شاهد معرفی مباحث مرتبط با پرنده نگری و حتا کویرنوردی بودیم، در دوره‌ای، گروه‌هایی که برای کویرنوردی می‌رفتند دستگیر می‌شدند. هرچند باید منشور اخلاقی توسط گردشگران رعایت شود اما در برخی مواقع با بهانه‌سازی از سوی سایر ارگان‌ها روبه رو هستیم. همین رفتارها سبب می‌شود که به جای توسعه گردشگری داخلی و ورودی با خروج گردشگران و سفرشان به کشورهای همسایه مواجه شویم. گردشگری ایران نیازمند آزادی در چارچوب کدهای اخلاقی است. این پیشکسوت گردشگری درخصوص چگونگی اجرایی کردن شعار ۲۰۲۲ که همان «بازنگری در گردشگری» است، گفت: اکنون پس از آنکه گردشگری بیش از دو سال محدودیت را پشت سر گذاشته و در دوران پسا کرونا به توسعه و رونق آن امید بسته شده، بازنگری درخصوص چگونگی ادامه روند گردشگری احساس می‌شود؛ این شعار را تفکری دوباره درخصوص گردشگری نیز ترجمه کرده‌اند. حتا شعار ۱۴۰۰ که رشد فراگیر بود نیز در همین راستا گام برمی‌داشت. باید بتوانیم با کسب نظر از کارشناسان، نقاط قوت و ضعف گردشگری را شناسایی کنیم. به طور مثال با شیوع کرونا و تعطیلی گردشگری، چطور توانستیم این مهم را مدیریت کنیم، سایر کشورها چگونه با آن مواجه شدند؟ چه کار می‌کردیم آسیب کمتری می‌دیدیم؟ چگونه می‌توانستیم گردشگری پایدارتری داشته باشیم؟ آیا زیرساخت‌های ما پاسخگوی جایگزینی گردشگری مجازی به جای گردشگری فیزیکی بود؟

اروجی خاطرنشان کرد: ما می‌توانستیم در پایگاه‌های میراث جهانی دوربین‌هایی را نصب کنیم که مخاطبان به صورت آنلاین به نظاره این جاذبه‌ها بنشینند. درواقع کرونا و خانه‌نشین شدن افراد، فرصتی بود تا بصورت آنلاین و مجازی از جاذبه‌ها دیدن کنند و این انگیزه‌ای شود که در دوران پساکرونا برای دیدن آن سفر کنند. نباید فراموش کرد که کرونا به نوعی عاملی شد تا دنیا در حوزه گردشگری از «ای توریسم» عبور کند و به سفر در متاورس برسد. حضور در واقعیت مجازی امکانی است که گردشگران در هر جای دنیا بتوانند از جاذبه‌های گردشگری در سایر نقاط جهان دیدن کنند. گردشگری ایران از دنیای متاورس عقب مانده. اما ایران هنوز نتوانسته، ای توریسم را پشت سر بگذارد چراکه زیرساخت‌های لازم را ندارد. هنوز گردشگر ناچار است با خود پول نقد بیاورد چراکه به شبکه‌های بانکی جهانی دسترسی نداریم. ایران زیباست و جاذبه‌های متعددی دارد اما از گردشگری علمی فاصله زیادی دارد و مشکلات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی آن اجازه پیشرفت در سطح جهانی را نمی‌دهد.

برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های گردشگری بابررسی تأثیر نوسانات آب دریا



گروه گردشگری- پسروی و پیشروی آب دریا، سبب تخریب تأسیسات ساحلی و اماکن تفریحی می‌شود بنابراین هرگونه برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های گردشگری باید از نقطه‌نظر تأثیر نوسانات آب دریا بر موقعیت خط ساحلی بررسی شود.

خه‌بات درفشی عضو هیئت علمی گروه میراث‌طبیعی پژوهشگاه در کارگاه علمی تخصصی نقش نوسانات تراز آب دریا و اقلیم آسایش در گردشگری ساحلی مطرح کرد.

او در بخش نخست این کارگاه به بررسی رابطه نوسانات تراز آب دریا و گردشگری ساحلی پرداخت و گفت: امروزه گردشگری سواحل به‌عنوان یکی از عوامل مهم در توسعه نواحی ساحلی به‌شمار می‌رود که در این راستا، دریای مازندران با داشتن جاذبه‌های گردشگری فراوان مانند جنگل‌های سرسبز، کوهپایه‌ها و کوه‌های قابل دسترسی، آثار تاریخی و تأسیسات رفاهی مناسب از دریا و سواحل بهره‌مند است.

درفشی افزود: در همین زمینه منطقه ساحلی شهرهای نور و رویان با توجه به امکانات و توانمندی‌های بسیار زیاد برای جذب گردشگر که بخش زیادی از آن را مدیون جاذبه‌های طبیعی و محیطی است، هر ساله میزبان تعداد کثیری از گردشگرانی می‌شود که برای استفاده از امکانات و جاذبه‌های آن اعم از ساحل زیبای دریا و جنگل‌های بسیار روح‌نواز به این منطقه می‌آیند.

این پژوهشگر خاطرنشان کرد: با این وجود، پسروی و پیشروی آب دریا در این منطقه، سبب تخریب تأسیسات ساحلی و اماکن تفریحی می‌شود لذا هرگونه برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های گردشگری باید از نقطه‌نظر تأثیر نوسانات آب دریا بر موقعیت خط ساحلی بررسی شود.

عضو هیئت علمی گروه میراث‌طبیعی پژوهشگاه میراث‌فرهنگی و گردشگری در بخش دوم سخنانش به تشریح کاربرد شاخص‌های اقلیم آسایش گردشگری در ساحل پرداخت و گفت: وجود جاذبه‌های گردشگری در سواحل جنوبی دریای مازندران باعث شده که مکان‌های هدف گردشگری زیادی در منطقه مورد مطالعه وجود داشته باشد.

درفشی اظهار کرد: این امر یکی از مهمترین مسائل در زمینه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری را پیش روی مدیران بخش گردشگری قرار می‌دهد، که آن تبیین اقلیم گردشگری منطقه بر اساس شاخص‌های اقلیم آسایش گردشگری است.

او شرایط جوی را یکی از عوامل مؤثر بر سلامت و آسایش گردشگران خواند و تصریح کرد: امروزه مطالعه تأثیر وضعیت جوی و اقلیمی بر روی زندگی، سلامتی و آسایش در قالب یکی از شاخه‌های علمی به نام زیست اقلیم‌شناسی انسانی مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرد.

سفر گردشگران جهان به ترکیه بیشتر شد

گروه گردشگری- آمارهای جدید نشان می‌دهد شمار گردشگران خارجی که به ترکیه سفر کرده‌اند در مقایسه با سال گذشته افزایش یافته است.

شمار گردشگران خارجی ترکیه در ماه جولای امسال در مقایسه با سال گذشته با ۵۳ درصد افزایش همراه بوده است. تعداد گردشگران خارجی در ماه جولای به ترکیه سفر کرده‌اند ۶.۶۷ میلیون نفر اعلام شده است. بخش زیادی از این مسافران را بازدیدکنندگان روسی دربرگرفته‌اند که پس از این‌که کشورهای غربی در پی حمله روسیه به اوکراین، محدودیت‌های سفری اعمال کردند، ترکیه را برای سفر انتخاب کرده‌اند. البته آمار سفر بازدیدکنندگان آلمانی و بریتانیایی نیز به طور قابل توجهی افزایش پیدا کرده است.

با توجه به این‌که تمرکز اصلی برنامه اقتصادی «اردوغان» افزایش تعاملات مالی با سایر کشورها برای مقابله با تورم و نرخ سود است، سودهای صنعت گردشگری برای اقتصاد ترکیه حیاتی محسوب می‌شوند. وزارت گردشگری ترکیه ماه گذشته اهداف پایان سال را به ۴۷ میلیون گردشگر و ۳۷ میلیارد دلار سود گردشگری افزایش داد.

مدیرکل بنیاد هتل‌داران ترکیه بیان کرد: «آمارهای ماه جولای همچون ماه اوت قدرتمند بودند. وقتی رزروهای اتاق، شمار پروازها و رزوهای تورهای گردشگری برای ماه‌های سپتامبر، اکتبر و نوامبر را بررسی می‌کنیم، به نظر می‌رسد که اهداف وزارت گردشگری عملی خواهد شد.» مدیرکل بنیاد هتل‌داران ترکیه همچنین با اشاره به روی آوردن گردشگران ثروتمند روس به ترکیه، بیان کرد: «روس‌های ثروتمندی که عادت داشتند به مقاصد گردشگری پرهزینه‌تری همچون اسپانیا، فرانسه، ایتالیا و یونان سفر کنند نیز به دلیل محدودیت‌های پروازی که توسط کشورهای غربی اعمال شده است به ترکیه روی آورده‌اند.» تاکنون، آلمانی‌ها با ۲.۹۹ میلیون نفر، روس‌ها با ۲.۲ میلیون نفر و بریتانیایی‌ها با ۱.۸ میلیون گردشگر بیشترین سهم را در بین بازدیدکنندگان خارجی ترکیه داشته‌اند. تعداد کلی گردشگران خارجی که امسال به ترکیه سفر کرده‌اند با افزایش ۱۲۸ درصدی به ۲۳.۰۳ میلیون نفر رسیده است که کمی از ۲۴.۷ میلیون گردشگر سال ۲۰۱۹ کمتر است. البته پایین آمدن ارزش لیر باعث شده است ترکیه به مقصد محبوب‌تری برای مسافران خارجی تبدیل شود.

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