



دولت چهاردهم می تواند «سفر را در سبید مصرف خانوار» احیا کند؟

مثلث موانع گردشگری

انتخابات ریاست جمهوری موضوعات مربوط به تورم، تحریم ها، بحران های مربوط به مسکن و حتی به ناز گنی صنعت غذا و کشاورزی را به عنوان بزرگ ترین مشکلات و معضلات کشور به منظور توجه کاندیداهای ریاست جمهوری جهت گنجاندن این مسائل در برنامه های انتخاباتی و سیاست های استراتژیک آینده خود بر سر زبان ها انداخته است.

ایجاد نخواهد شد. البته این نکته را باید در نظر داشت که توسعه گردشگری داخلی متاثر از پارادایم ها و پارامترهای متعدد و متنوعی است که داشتن تعطیلات کافی تنها یک بخش و بعد توسعه است، نه همه آن. در واقع یک «اقتصاد قوی» است که یک «گردشگری قوی» به همراه می آورد. اقتصاد قوی هم در گرو فعالیت آزادانه «بخش خصوصی» برای سرمایه گذاری بدون نگرانی از تهدیدهای گسترده همچون تورم، تحریم، ضعف سیاستگذاری و دخالت بیش از حد دولت در همه عرصه های اقتصادی است. یکی از بزرگ ترین مشکلات بخش خصوصی در روند توسعه گردشگری در تمام این سالها، ورود بیش از حد ارگان های دولتی در حوزه گردشگری بوده که این امر امکان رقابت را برای بخش خصوصی بسیار کاهش داده است. زیرا اقتصاد کشورهای پیشرو در گرو رشد و توسعه بخش خصوصی قرار دارد و دولت ها در راستای توسعه اقتصادی کشور، تسهیلات، امکانات و اقدامات لازم را در همکاری و هماهنگی با بخش خصوصی در پیش می گیرند. زیرا بخش خصوصی ضعیف، منجر به کاهش سرمایه گذاری های کلان در کشور شده و کاهش سرمایه گذاری منجر به تضعیف اقتصادی خواهد شد.

خواهد شد که مانند تمام تعطیلات مناسبی سفر را به کام مسافران تلخ نخواهد کرد. اما آنچه تعطیلی دوازدهم آخر هفته بار دیگر توسط قانون گذاران و سیاستگذاران کشوری رخ داد. آنچه از دید سیاستگذاران پنهان مانده این است که ساماندهی تعطیلات و ثبت رسمی آن در تقویم کشور، منجر به افزایش «فراغت» کارکنان می شود که نتیجه آن بالا رفتن بهره وری آنها در روزهای کاری خواهد بود و دیگر آنکه رونق و توسعه بازار گردشگری داخلی در تمام ایام سال و به تبع آن افزایش درآمدها و ارزآوری در جهت جایگزینی درآمدهای نفتی را در پی خواهد داشت؛ چرا که موفقیت در حوزه گردشگری بین المللی در گرو توسعه «گردشگری داخلی» است. در حال حاضر مهم ترین مانع از رونق اولویت اول ایجاد زیرساخت لازم برای بازار گردشگری در کشور، سیاستگذاری صحیح در امر تعطیلات منظم و بخش کردن سفرها در تمام طول سال است که تبدیل شدن تعطیلات آخر هفته حداقل به دوروز می تواند پایه های رشد و توسعه گردشگری در کشور را بنا کند؛ چرا که زیربنای بنیان گردشگری در هر کشوری از توسعه گردشگری داخلی آغاز می شود و تا در گردشگری داخلی تغییرات مهمی ایجاد نشود در هیچ بخش دیگری از گردشگری تغییر

دانست با توجه به اینکه تعطیلات آخر هفته به لحاظ تعداد کم است و فرصت مناسب گردشگری محدود به تعطیلات مناسبی (تعطیلاتی که بیش از دو روز است) می شود، با حجم عظیم مسافران داخلی مواجه شده و با توجه به نبود زیرساخت های لازم و کافی با مشکلات بسیاری همراه بوده و کیفیت سفر و شکل گذراندن صحیح اوقات فراغت تنزل می یابد. تعطیلی یکروزه مسافران داخلی مواجه شده و با توجه به محدود به تعطیلات مناسبی کرده است و این خود باعث شده در پیک سفرها، با حجم عظیم مسافران داخلی مواجه شود و با توجه به نبود زیرساخت های لازم و کافی با مشکلات بسیاری همراه است که این امر کیفیت سفر و شکل گذراندن صحیح اوقات فراغت را تنزل داده است. این در حالی است که توزیع منظم سفرها در طول سال و جلوگیری از هجوم مسافران منجر به رفتن شدن بازار گردشگری، ارائه نوآوری ها در بین فعالان گردشگری، بالا رفتن میزان کیفیت و خدمات گردشگری برای جلب رضایت مشتریان، ایجاد انگیزه برای سرمایه گذاری های کلان در حوزه گردشگری و قیمت گذاری منطقی برای محصولات جهت جذب هر چه بیشتر مسافر خواهد شد. همچنین مهم ترین مسافر خواهد شد. همچنین مهم ترین مسافر خواهد شد. همچنین مهم ترین مسافر خواهد شد. همچنین مهم ترین مسافر خواهد شد.

فقر «تعطیلات درخور»
و خیم بودن بازار گردشگری داخلی را می توان در اشکالات و نارسایی هایی دانست که منجر به رکود و عدم جذب گردشگران داخلی شده است. از مهم ترین این نارسایی ها را می توان نبود زمان مناسب برای تعطیلات آخر هفته و مدیریت تعطیلات

گردشگران و مسافران منتفع شود که رشد اقتصادی و کاهش تورم در زندگی و معیشت و سطح درآمدی خانوارها به صورت عینی و عملی مشاهده شود و تنها محدود به آمارها و ارقام نوشته یا گفته شده نباشد. در حال حاضر مهم ترین اصل اساسی در گردشگری ایران، لازم است از طریق «سیاستگذاری مشترک اقتصادی در دولت» هزینه برای ایرانی ها کاهش یابد و سپس، «تعطیلی آخر هفته» مانند تقویم تعطیلاتی کشورهای جهان، از یک روز به دو روز افزایش یابد که همین موضوع، باعث رونق سفر، افزایش سرمایه گذاری در بازار گردشگری و کاهش هزینه سفر خواهد شد. با وجود اینکه ایران جزو ۱۰ کشور اول دنیا به لحاظ جاذبه گردشگری محسوب می شود، سهم آن در گردشگری جهان

به قطب گردشگری جهان تبدیل شود و خود را در ۱۰ مقصد برتر توریست جای دهد و با وجود وقوع بحران اقتصادی، مسکن در محبت خرید و اجاره، کاهش فاصله دهک های درآمدی، توزیع عادلانه فرصت ها، ایجاد اشتغال و توجه به صنایع مولد و نوآوری و عده هایی هستند که کاندیداها به عنوان برنامه های استراتژیک خود برای آینده اقتصادی و سیاسی کشور مطرح می کنند. با این حال مثل همه دوره ها، بازار گردشگری به عنوان یک زیربخش اقتصادی مولد، خلاق، کارآفرین و اشتغالزا، ارزآور و درآمدزا، عامل توسعه شهری و روستایی و تقویت کننده زیرساخت ها همچنان نوانسته جایگاهی در فهرست برنامه های کاندیداهای ریاست جمهوری داشته باشد. اینده حالی است که گردشگری به واسطه یک «مثلث فقر» که تا به امروز با آن مواجه بوده است، علاوه بر تأثیرپذیری از تمامی ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و امنیتی و بهداشتی، خود یک عامل مهم تأثیرگذار خواهد بود. زیرا گردشگری یک بازار مهم «بین بخشی» است که با توجه به انعطاف پذیری بالا، از هر رویداد سیاسی، اقتصادی، صنعت در رابطه مستقیم با سایر بخش ها قرار دارد، چرا که توسعه گردشگری در رانای توسعه شهری و روستایی، ایجاد اشتغال زایی، توسعه فناوری و اطلاعات، تقویت جامع محلی، گسترش دیپلماسی عمومی و در نتیجه گسترش روابط با دیگر کشورهای سیاست خارجی فعال و ایجاد رقابت فعالان اقتصادی است که نتیجه این اتفاقات منجر به رشد اقتصادی می شود و رشد اقتصادی یک کشور تأثیر مستقیمی بر کاهش تورم و فقر، بهبود وضعیت زندگی و رفاه و مسکن یک جامعه دارد. آنچه گردشگری یک کشور را به رشد و توسعه می رساند؛ ایجاد زیرساخت های لازم در این صنعت، تسهیل سرمایه گذاری داخلی و خارجی، حمایت های دولت از بخش خصوصی و جوامع محلی، عادی سازی روابط با کشورهای جهان و تبلیغات گسترده در سطح جهانی در سطح دولت ها، نکته کلیدی در سیاستگذاری حوزه توریسم این است که «رشد اقتصادی» و «کاهش تورم» دو عامل مهم و محرک اصلی خانوارها برای سفر و گردشگری است و در صورتی صنعت گردشگری می تواند از افزایش

گرانی بیش از حد هزینه های سفر را ابداً بیش از همه در عدم سرمایه گذاری های لازم و کافی در بازار گردشگری دانست که منجر به کاهش عرضه می شود. کمبود عرضه و نبود رقابت در میان فعالان گردشگری نیز منجر به گران شدن سفرها و در نتیجه انصراف خانوارها از سفر می شود.

تنها ۰.۲ درصد و رتبه ای نزدیک به ۹۰ است. با اینکه سفر و گردشگری در بسیاری از کشورها به عنوان یک کالای ضروری در سبد اقتصادی خانوارها گنجانده شده، در ایران به ویژه در چند سال اخیر به دلیل پایین آمدن سطح معیشت و درآمد خانوارها یا در حد یک سفر سالانه تنزل یافته یا با گرایش به گردشگری فقیرانه تغییر شکل داده است و در بیشتر موارد حذف شده است. بر اساس آمارهای رسمی کشور، هزینه کرد خانوارها برای سفر و تفریح نسبت به نیمه دهه ۹۰ نصف شده است. طبق داده های مرکز آمار ایران سهم سفر در سبد هزینه سالانه خانوارها در کشور از ۳ درصد در سال ۱۳۹۶ (پیش از شروع عصر تورم بالا) به ۱.۶ درصد رسیده است. این داده نشان می دهد با افزایش هزینه های زندگی به ویژه خوراک و مسکن به عنوان موارد غیر قابل حذف در سبد هزینه خانوار، سهم توریسم تقریباً به نصف کاهش یافته است. همچنین اتاق بازرگانی تهران در گزارشی در سال گذشته اعلام کرد که هر خانوار تهرانی در طول سال تنهایی می تواند ۵۵ میلیون تومان برای سفر و تفریح و رستوران هزینه کند که در خوش بینانه ترین حالت تنها هزینه یک سفر خواهد بود. این در حالی است که

یک نقشه راه کارآمد دست یافت. در مجموع موضوعات اصلی حوزه گردشگری حول محور سه گانه فقر توریسم یعنی «فقر زمان»، «فقر مسافران» و «فقر سیاستگذاری» می چرخد. برآیند گردشگری کشوری سال های گذشته نشان می دهد که سه مانع اصلی بر سر راه رونق گردشگری قرار دارد که می تواند اولین مانع رونق سفرها را ایجاد در کاهش رشد اقتصادی و افزایش تورم دانست که با پایین آوردن سطح معیشت خانوارها، سفرها را به سمت گردشگری فقیرانه طبعاً بیشتر مورد حذف شده در تقویم تعطیلات منظم به منظور مسافرت پایدار دانست که به خاطر نبود و یکند دوروزه در تقویم تعطیلات رسمی کشور است. سومین مانع رونق گردشگری را باید در ناکارآمدی مدیریت و عدم برنامه ریزی کاربردی در جهت فراهم کردن زیرساخت های گردشگری و ایجاد اطمینان برای سرمایه گذاران داخلی و خارجی در این عرصه جست و جو کرد. نکته کلیدی در سیاستگذاری حوزه توریسم این است که «رشد اقتصادی» و «کاهش تورم» دو عامل مهم و محرک اصلی خانوارها برای سفر و گردشگری است و در صورتی صنعت گردشگری می تواند از افزایش

یک نقشه راه کارآمد دست یافت. در مجموع موضوعات اصلی حوزه گردشگری حول محور سه گانه فقر توریسم یعنی «فقر زمان»، «فقر مسافران» و «فقر سیاستگذاری» می چرخد. برآیند گردشگری کشوری سال های گذشته نشان می دهد که سه مانع اصلی بر سر راه رونق گردشگری قرار دارد که می تواند اولین مانع رونق سفرها را ایجاد در کاهش رشد اقتصادی و افزایش تورم دانست که با پایین آوردن سطح معیشت خانوارها، سفرها را به سمت گردشگری فقیرانه طبعاً بیشتر مورد حذف شده در تقویم تعطیلات منظم به منظور مسافرت پایدار دانست که به خاطر نبود و یکند دوروزه در تقویم تعطیلات رسمی کشور است. سومین مانع رونق گردشگری را باید در ناکارآمدی مدیریت و عدم برنامه ریزی کاربردی در جهت فراهم کردن زیرساخت های گردشگری و ایجاد اطمینان برای سرمایه گذاران داخلی و خارجی در این عرصه جست و جو کرد. نکته کلیدی در سیاستگذاری حوزه توریسم این است که «رشد اقتصادی» و «کاهش تورم» دو عامل مهم و محرک اصلی خانوارها برای سفر و گردشگری است و در صورتی صنعت گردشگری می تواند از افزایش

تماس جهت درج آگهی: ۰۷۶۴۴۴۲۴۹۹۹

معرفی دفاتر املاک جزیره زیبای کیش

املاک دکاموند
به مدیریت: سید احمد سیدی
۰۹۱۲۱۱۰۳۰۰۷
آدرس: خیابان کاشانی، جنب بازار بهکیش، ساختمان ایران سازه، طبقه ۷

املاک حافظ کیش
(آرپیده سابق)
به مدیریت: محسن بهرامی
۰۹۳۴۷۶۸۷۶۶۷
۰۹۳۴۷۶۹۷۶۶۷
آدرس: میدان خانه گستر
پلاک TS53، طبقه همکف

املاک حبیبی
به مدیریت: عبدالغنی حبیبی
کارشناس اسناد رسمی
۰۹۳۹۱۹۸۹۵۴۵
۰۹۱۷۱۹۸۹۵۴۵
آدرس: بلوار میرمهنا، بلوار نیایش، نبش خیابان کرانه، پلاک ۲

املاک سرمایه
مدیر فروش: اسحاق مختاری
۰۹۱۲۱۹۴۶۴۶۲
آدرس: شهرک صدف، فاز ۱
مجتمع بساک، غرفه ۱۱

اقتصاد کیش
روزنامه
محل معرفی
دفتر املاک شما
۰۷۶-۴۴۴۲۴۹۹۹

املاک مرکزی
به مدیریت: احمد بصیری
۰۷۶-۹۱۰۳۷۰۰۰
آدرس: روبروی پردیس ۱، ساختمان تجاری ایران زمین، طبقه فوقانی اسکینچرز

املاک کارا
به مدیریت: امیر حسین صادقی
۰۹۳۴۷۶۹۸۰۸۵
آدرس: بلوار فردوسی، ویلاهای مروارید، واحد ۷۱۱



نصب و راه اندازی دوربینهای مدار بسته
پشتیبانی دوربینهای مدار بسته
رفع اشکال

۰۷۶۴۴۸۰۵ - ۰۷۶ و ۰۷۱۹۱۰۹۲۶۷۵

تیام رایان کیش
اینترنت پرسرعت...
Tiyam.net
Tiyam.ir