

بررسی اقتصادسرمآمداز ماهیت ارتش و گردشگری دریایی

گردشگری دریایی در دستور کار نیروی دریایی ارتش؟!

چراوزارت میراث و گردشگری این حوزه را رها کرده است که ارتش باید جای خالی آن را پر کند؟

نگارنده گروه گردشگری دریا - امید اسماعیلی

چندی پیش خبری در رسانه ها درج شد تحت عنوان اعلام آمادگی نیروی دریایی ارتش برای اجرای طرح های گردشگری دریا؛ با خواندن این خبر پاک گیج شدم، مگر مسئول و وزارت گردشگری است یا نیروی دریایی ارتش؟! دریا دلان این مرز و بوم در عرصه تامین امنیت دریایی در آب های ایران و بین المللی ورود جدی کرده و موفقیت های چشمگیری هم در منطقه و هم در آب های جهان داشته به طوری که دنیا را به واسطه اقتدار ناوگروه ۸۶ در قاره ها و اقیانوس ها؛ جهانپان را مات و مبهوت گذاشت. روزنامه دریایی اقتصادسرمآمد در همین باره و در راستای حمایت از این حرکت ملی و حماسی، در تمام هشت ماه ماموریت ناوگروه ۸۶ خود را موظف دانسته و با انتشار گزارش های متعدد تحت عنوان تیتز پیک و عکس یک روزنامه همراهی آنها را با جان و دل پذیرفته به طوریکه در راه برگشت تنها در طول یک هفته نز دیک به آب های ایران، بیش از ۳۰ مقاله، گزارش، خبر و مصاحبه در اوج این افتخار ایرانی منتشر کرد(اعزام خبرنگار به بندرعباس برای تهیه گزارش یکی از اقدامات این رسانه دریایی است)، با این مقدمه به اصل ماجرا می پردازیم:

دو نکته جالب در خبر به ظاهر مسرت بخش اخیر دریادار ایرانی نهفته است که قبیل از پرداختن به آن، اول خبر مذکور را به هم مرور می کنیم: امیر دریادار شهرام ایرانی، فرمانده نیروی دریایی ارتش جمهوری اسلامی در دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) نوشهر گفته است: این نیرو با توجه به برخورداری ظرفیت های منحصربفرد در بخش های مختلف پیگیری شتاب بخشی در روند اجرای طرح های گردشگری دریایی و ارایه خدمات مطلوب به مردم در خطه شمال کشور است.

وی می افزاید: نیروی دریایی ارتش از قابلیت های خوبی در بخش های مختلف به ویژه ظرفیت های

فنی، تخصصی و صنعتی برخوردار است و یکی از ماموریت های این نیرو افزون بر صیانت از مرزهای آبی کشور، پیگیری اجرای طرح های گردشگری دریایی هم در دستور کار این نیرو قرار گرفته است. ایرانی می گوید: امروز خدا را شاکریم هدف گذاری مسئولان نظام در حوزه های مختلف به ویژه گردشگری دریایی به طور خاص در خطه شمال کشور مدنظر است تا به واسطه این راهبرد بتوان بستر را افزون بر ساخت شناورهای تجاری بلکه مسافری هم فراهم کرد. فرمانده نیروی دریایی ارتش در ادامه افزود: در زمان حاضر اساس و پایه کار افزون بر صیانت از مرزهای آبی در خطه شمال، بلکه اقتصاد دریا محور هم خیلی مهم است به یقین گردشگری دریایی از دیرباز تاکنون مورد اقبال مسافران و گردشگران بوده و نیروی دریایی ارتش هم در این حوزه آمادگی ارائه هرگونه خدمات را دارد و این موضوع در دستور کار قرار گرفته است.

امیدوارم آرزوی دیرینه مردم شمال به ویژه مازندران محقق شود

ایرانی با اشاره به منویات مقام معظم رهبری مبنی بر آنکه در هر نقطه ای به آب رسیده ایم آن منطقه متحول شده است، اضافه کرد: در چنین نقاطی با یک فروند قایق تجلی پیدا کردیم نشست هایی در باره گردشگری دریایی داشتیم و امیدوارم این پیگیری ها نتیجه دهد و این آرزوی دیرینه مردم خطه شمال کشور به ویژه مازندران محقق شود.

پی نوشت این خبر:

اما دو نکته جالب در باره این خبر که مایلیم با خوانندگان و مخاطبان روزنامه دریایی اقتصاد سرمآمد در میان بگذاریم:

اول: آرزوی دیرینه مردم خطه شمال کشور، امیر ایرانی از آرزوی دیرینه مردم خطه شمال کشور، مبنی بر گردشگری دریایی سخن به میان آورده است و البته موجب شگفتی ما و سازمان بنادر و دریانوردی



اما این که نیروی دریایی ارتش به عنوان یک رکن نظامی -امنیتی وارد حوزه گردشگری شود، از آن عجایب روزگار است که شاید فقط در ایران رخ دهد!

ماهیت ارتش و گردشگری:

ماهیت دو تاست. گردشگری یک امر فرهنگی است که گردشگر آن را می شناسد و انتظار دارد مانند تمامی دنیا،بخش فرهنگی - چه دولتی چه خصوصی - اقدام کند و نیروی دریایی مانند همه دنیا، به صیانت و حفاظت از دریا و گردشگران و... بپردازد، حال چه شده که نیروی دریایی یک کشور قرار است وارد بحث گردشگری شود؟ و اگر شود چه شده؟؟؟!

توصیه روزنامه دریایی سرمآدرا گوش کنید
ما در روزنامه دریایی اقتصادسرمآمد صمیمانه توصیه می کنیم نیروی دریایی ارتش وارد این ماجرا نشود؛ زیرا ارزش و اعتبار نیروی دریایی ارتش زیرسوال خواهد رفت. اعتبار نیروی دریایی ارتش زمانی است که ۳۶۰ درجه (سفر دریایی دور دنیا)را خلق کند که موفق به این کار بزرگ و تاریخی شده، نه این که کمب گردشگری بزند! گردشگری، آن هم در چارچوب مقررات نظامی نیروی دریایی، یک گردشگری نخواهد بود، بلکه کاریکاتوری خواهد بود از یک گردشگری که البته افساد خاص از آن استفاده خواهد کرد. لطفا توصیه گوش کنید و بروید سر ماموریت اصلی خودتان. به دنبال کشتی کروز نباشید چراکه به ناچار باستانی چندتا لنج را رنگ کنید و جای کروز به گردشگران ارائه دهید که بعید به نظر می رسد، زیرا اعتبار نیروی دریایی ارتش برای ما مهم تر است. توصیه گوش کنید همانطور که موفق شده اید، امنیت و برقراری شرایط امنیت دریا را حفظ کنید و بگذارید بخش خصوصی نه یک لنج، بلکه دهها کروز واقعی به دامن خلیج فارس و عمان و کاسپین بریزد و مردم را نه با آداب نظامی، بلکه با حال و هوای مردمی خودشان به دریا ببرند.



تصویب بندهای دیگری از سیاست های کلی توسعه دریامحور

پیشنهاد «ایجاد مرکز دریایی دولت» و «بازنگری در آمایش مناطق ساحلی» در مجمع بررسی می شود

مجمع تشخیص مصلحت نظام، به ریاست آیت الله آملی لاریجانی و با حضور رئیس قوه قضاییه و دبیر و اعضای مجمع، تشکیل جلسه داد و ضمن رسیدگی به طرح «شفافیت قوای سه گانه، دستگاه های اجرایی و سایر نهادهای» که در مورخ ۱۵ فروردین سال جاری برای تشخیص مصلحت به این مجمع ارجاع شده است، بندهایی از سیاست های کلی توسعه دریامحور را به تصویب رساند.

به گزارش اقتصادسرمآمد از مرکز رسانه و روابط عمومی مجمع تشخیص مصلحت نظام، در ادامه مذاکرات مجمع تشخیص مصلحت نظام، که حجت الاسلام و المسلمین محسنی اژه ای که آن را اداره می کرد سیاست های کلی توسعه دریامحور مورد بحث قرار گرفت و بند ۷و ۸پیشنهادی کمیسیون زیربنایی و تولیدی مجمع را تصویب کرد. در موضوع رعایت ملاحظات زیست محیطی و گنجاندن رعایت سیاست های کلی محیط زیست، اعضای مجمع پس از بحث و تبادل نظر به «رعایت ملاحظات زیست محیطی در طرح ها، برنامه ها و اقدامات دریامحور و ممانعت از تخریب محیط زیست دریایی با همکاری کشورهای دیگر» رای دادند.

اعضای مجمع تشخیص مصلحت نظام با تاکید بر نقش نظام آموزشی و آموزش عالی کشور در تربیت و تامین سرمایه انسانی مورد نیاز برای توسعه دریامحور، بند هشتم سیاست های کلی توسعه دریامحور را به «توجه ویژه نظام آموزشی و نهاد آموزش عالی به تامین و ارتقاء سرمایه انسانی توسعه دریامحور» اختصاص دادند.

در این جلسه مجمع، پیشنهاد سردار باقری، رئیس ستاد کل نیروهای مسلح برای «ایجاد مرکز دریایی دولت» و «بازنگری در آمایش مناطق ساحلی» مطرح شد که برای بررسی بیشتر به کمیسیون زیربنایی و تولیدی مجمع ارجاع گردید.



تقدیر محیط زیست از اقدامات سازمان بنادر در حوزه تالاب انزلی

اتمام مطالعات رسوب گذاری تالاب تا پایان امسال

مدیر کل حفاظت محیط زیست استان گیلان در دیدار مدیر کل بنادر و دریانوردی استان گیلان ضمن تقدیر از زحمات سازمان بنادر در راستای حفاظت از محیط زیست، گفت: کار ماندگاری توسط سازمان بنادر در تالاب انزلی صورت گرفته است. به گزارش اقتصادسرمآمد، حسین یونسی در دیدار با حمزه عشوری مدیر کل حفاظت محیط زیست استان گیلان، اظهار داشت: جمهوری اسلامی ایران و سازمان بنادر و دریانوردی از سال ۱۳۸۱ به کنوانسیون های بین المللی ماربل ملحق گردید و تا به امروز در تمامی فعالیت های اقتصادی خود، شاخص های محیط زیستی را مورد توجه قرار داده و در حفظ محیط زیست دریایی از سازمان های پیشگام می باشد. وی با اشاره به توجه سازمان بنادر و دریانوردی به مباحث حفاظت از محیط زیست، افزود: در همین راستا در تمامی طرح های سرمایه گذاری اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان مبحث ارزیابی زیست محیطی، بندی از قراردادهای سرمایه گذاری بوده است.مدیر کل بنادر و دریانودی استان گیلان در مورد مرکز ساخت و تعمیرات در مجتمع بندری انزلی، خاطرنشان کرد: طرح زیست محیطی این مرکز در حال انجام است و با بررسی انجام شده، آلودگی زیست محیطی نخواهد داشت و برای بیش از ۱۰۰۰ نفر به صورت مستقیم اشتغال ایجاد خواهد کرد.حمزه عشوری؛ مدیر کل حفاظت محیط زیست استان گیلان نیز با اشاره به اهمیت اقتصاد دریامحور و تاکیدات مقام معظم رهبری در این راستا، عنوان داشت: اعتقاد بر این داریم که سازمان بنادر و دریانوردی تأثیرات بزرگی بر اقتصاد کشور داشته و در این راه در کنار این سازمان اهتمام می ورزیم و حمایت خواهیم کرد.وی با اشاره به اینکه سازمان بنادر و دریانوردی از جمله سازمان هایی بوده که دغدغه زیست محیطی دارد، تصریح کرد: کار ماندگاری توسط سازمان بنادر و اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان در تالاب انزلی صورت گرفته و تا پایان امسال مطالعه کار رسوب برداری آن نیز به اتمام می رسد و نقشه راه به صورت کامل ترسیم خواهد شد.مدیر کل حفاظت محیط زیست استان گیلان در مورد مرکز ساخت و تعمیرات در مجتمع بندری انزلی، اذعان داشت: از ورود صنایع مهمی همچون این مرکز به استان حمایت خواهیم کرد و اطمینان نادر و اداره کل بنادر و دریانوردی ختم نخواهد شد و به صورت غیر مستقیم نیز موجب اشتغال در منطقه می شود.

مستقیم نیز موجب اشتغال در منطقه می شود.



رئیس دبیرخانه اشرف کلی فرماندهی نداجا:

ماموریت نیروی دریایی ارتش حفاظت از منافع ملی در دریاست

رئیس دبیرخانه اشرف کلی فرماندهی نیروی دریایی ارتش جمهوری اسلامی ایران گفت: نیروی دریایی ارتش علاوه بر حراست و حفاظت از مرزهای آبی کشور، ماموریت حفاظت از منافع جمهوری اسلامی ایران در دریاهای بین المللی را بر عهده دارد. به گزارش اقتصادسرمآمد، امیر دریادار دوم ابوالفضل دستگردی در سخنان پیش از خطبه های نماز جمعه بیرجند که در مسجد جامع مصطفی الهمدی (عج) ایراد شد، افزود: رسالت نیروی دریای ارتش حضور در مناطق مختلف و برافراشته کردن پرچم جمهوری اسلامی ایران در نقاط مختلف جهان است.وی عنوان کرد: نیروی دریای ارتش با تشکیل سه فرماندهی اقیانوسی در اقیانوس های هند، آرام و اطلس به دنبال آن است که فعالیت و حضور خود را با هدف سفرهای اقیانوس دنیا دنبال کند.

رئیس دبیرخانه اشرف کلی فرماندهی نیروی دریایی ارتش گفت: ناوگروه ۸۶ نیروی دریایی ارتش متشکل از ناوشکن ندائو ناوبندر مکران پس از طی ۶۵هزار کیلومتر دریانوردی به دور کره زمین و عبور از اقیانوس های هند، آرام و اطلس در سال جاری ماموریت خود را به خوبی انجام داد.وی با بیان اینکه ناوگروه ۸۶ ارتش با پیام صلح و دوستی در آب های جهان دریانوردی کرد افزود: نیروی دریایی ارتش دارای جایگاه اثرگذار در تقویت قدرت نظامی، صیانت از منافع ملی و دستیابی به اهداف دفاعی است و از این پس هم کشور را در دستیابی به یک سیاست دفاعی موفق و کارآمد یاری خواهد کرد.امیر دستگردی با اشاره به اینکه یکی از عوامل موثر قدرت در جهان حضور موثر کشورها در آب های جهانی است گفت: حضور در دریاها می تواند علاوه بر گسترش دیپلماسی و تحکیم روابط با کشورهای دوست در سطح جهان، نقش مهمی در توسعه راهبرد دریامحور جمهوری اسلامی ایران داشته باشد.وی تصریح کرد: مسیر ۳۶۰ درجه ای که ناوگروه ۸۶ برای خود انتخاب کرد، مسیری است که تاکنون در تاریخ دریانوردی نظامی ایران سابقه نداشته و اولین بار است که چنین مسیری انتخاب و طی شد. رئیس دبیرخانه اشرف کلی فرماندهی نیروی دریایی ارتش جمهوری اسلامی ایران گفت: ناوگروه ۸۶ شعار ما می توانیم» را تحقق بخشید و توانایی ایرانیان در حوزه دریانوردی را به جهانیان ثابت کرد زیرا معدود کشورهایی هستند که توانسته اند چنین مسافتی را طی کنند.



شنبه-۱۳خرداد۱۴۰۲- سال هفتم- شماره ۱۶۵۱

اقتصاد دریا

بندر کنگ

بخش سوم

بررسی تاثیر بازاربایی بر شکل گیری بندر تاریخی کنگ

سوده شهریاری نسب - هدف از انجام این پژوهش تعیین تاثیر عناصر آمیخته بازاربایی برشکل گیری تصویر مقصد در شهر تاریخی کنگ است. نوشتار حاضر از حیث هدف، کاربردی و از حیث روش انجام آن در زمرة پژوهش های توصیفی طیفه بندی می شود. جامعه آماری این تحقیق را بازدیدکنندگان (گردشگران) شهر تاریخی کنگ تشکیل می دهند. روش نمونه گیری تحقیق حاضر، غیرتصادفی از نوع در دسترس است و حجم نمونه با توجه به جدول مورگان ۴۸۳ نفر می باشد.

بررسی رابطه میان تصویر و مقصد گردشگری

پس از مطالعات فراوان و مرور ادبیات، بورس عنوان کرده است که در بیشتر مطالعات، تأکید در مورد شواهد و کیفیت های فیزیکی یک مکان است، ولی در واقع بین کیفیت های فیزیکی یک مکان و معانی (هیجانات و عواطف و احساسات) که از آن دریافت می شود ارتباطی وجود دارد. لنینج این مسئله را مطرح می سازد که معنی یا مفهوم یا جزء هیجانی و عاطفی تصویر محیط را می توان از بخش فیزیکی جدا دانست. با بررسی ادبیات موجود مربوط به تصویر گردشگری می توان بیان نمود که اهمیت بررسی رابطه میان تصویر و مقصد گردشگری نخستین بار توسط هانت مورد بررسی قرار گرفت. وی از اولین صاحب نظران در این علم بود که اهمیت تصویر در تصمیم گیری گردشگر از مقصد را نشان داد. به گفته پیرس تصویر یکی از آن واژه هایی است که دارای معنی مبهم و در حال تغییری است و نمی توان یک تعریف مشخص و نهایی برای آن پیدا کرد. تصویر ذهنی از مقصد شامل انگاره روحی یا ادراک شخصی یا گروهی نسبت به یک مقصد است. به علاوه، تصویر ذهنی می تواند پیامگر یک مجموعه ساده شده از ادراکات چند پاره باشد که اطلاعات زیادی را در مورد یک مکان در بر می گیرد. در یک جمله تصویر ذهنی از مقصد ادراک شخصی از یک مکان است که می تواند از شخصی به شخص دیگر تغییر کند.

مدل شکل گیری تصویر مقصد

در سال ۱۹۹۹، بالگلو و مک کلیری نشان می دهند که تصویر ذهنی تحت تأثیر دو عامل است. عوامل شخصی و عوامل محرک. براساس چارچوب کلی شکل گیری تصویر مقصد ارائه شده توسط آن دو نفر، تصویر مقصد از تصویر شناختی یا ادراکی، عاطفی و تصویر کلی تشکیل شده است. تصویر ادراکی، شناخت و اطلاعات در مورد مشخصه های قابل مشاهده یک مکان است. در حالی که تصویر عاطفی، حس درونی نسبت به آن مکان است. از طرفی دیگر، عوامل شخصی مشخصه های فرد دریافت کننده است که شامل مؤلفه های روانشناختی و اجتماعی می شود و عوامل محرک، عوامل خارجی هستند که منابع تحمیل شده، تجربیات پیشین و کانال های توزیع را در برمی گیرد. مانع تحمیل شده منابع اطلاعاتی هستند که برپایه تلاش های آگاهانه و فعال برای ارتقا، توسعه و تبلیغ مقصد خاص قرار دارند. مؤلفه ادراکی/ شناختی دانش درباره ویژگی های عینی یک مکان است، درحالی که مؤلفه عاطفی شناخت در مورد وضعیت عاطفی آن است. هر دو ارزیابی ادراکی/ شناختی و عاطفی، تصویر کلی یک مکان را شکل می دهند.

تصویر ذهنی مقصد و بازاربایی

بازاربایی تصویر مقصد نقطه شروع بازاربایی گردشگری موفق است. چراکه تصویر ذهنی گردشگر بالقوه از مقصد نقش مهمی را در انتخاب مقصد سفر ایفا می کند. تصویر مورد انتظار از سفر، که در سفرهای آینده گردشگر نیز مؤثر است، با نگرش وی نسبت به یک مقصد دارای رابطه قوی است. تصویر مقصد تعیین کننده نقاط قوت و ضعف درک شده توسط گردشگر است. تصویر مثبت یک مقصد آگاهی گردشگر را افزایش داده و مزیت رقابتی مقصد را نسبت به سایر گزینه های مشابه تقویت می کند. از آنجایی که تصویر مقصد، انگیزاننده قوی برای سفرهای تفریحی و فراغی به شمار می آید. موفقیت یا شکست توسعه گردشگری بسیاری از مقصدها در سراسر جهان به تصویر ذهنی گردشگر بالقوه نسبت به مقصد و چگونگی مدیریت این نگرش توسط دولت محلی و برنامه ریزان گردشگری وابسته است. برای جذب گردشگران بالقوه و حفظ رقابت بازار در یک مقصد مدیران بازاربایی باید جایگاهی رقابتی در بازار و درکی مثبت در میان بازار هدف خود ایجاد کنند. بنابراین، برای دستیابی به بازاربایی موفق مقصد بازار پایان گردشگری باید تصویری اثربخش و مناسب خلق نمایند که موجود قابل باور، ساده، مشخص و جذاب باشد. ممکن است یک تصویر از طریق ابزارهای بازاربایی و تبلیغات دهان به دهان یک خیاباری را درباره یک مکان یعنی می کنند، سریع تر تغییر کند یا ایجاد شود. بنابراین، انتخاب ابزارهای بازاربایی مناسب و اثرگذار به یک مکان برای انتقال -اطلاعات و ایجاد یک تصویر ذهنی مثبت در میان گردشگران بالقوه کمک می کند. بازاربایی تصویر مقصد موفق نیازمند یک استراتژی مناسب برای استفاده از ابزارهای بازاربایی است. تصویر ذهنی گردشگر از یک مقصد به شدت تحت تأثیر این است که تصویر مکان چگونه انتقال یافته است. به همین دلیل بازاربایان باید این تصویر را از طریق ابزارهای مناسب به گردشگران بالقوه کنند. کاتر و همکارانش معتقدند ابزارهای بازاربایی قادرند به مقصدی که ناشناخته مانده است کمک کنند تا بازار هدف را جلب و گردشگر بالقوه را ترغیب به سفر به آن مکان کند. بنابراین، برای بازاربایی موفق تصویر مقصد باید ابزارهای بازاربایی با دقت انتخاب شوند.

ادامه دارد.....