

## ▀ در رسانه‌ها از قول مسئولان آورده

اند که هزینه اقامت هر زائر در مشهد به طور متوسط هر روز ۸۱ هزار تومان است و این رقم را در تعداد زائران و متوسط روزهای اقامت ضرب کرده‌اند و به رقم ۸ هزار میلیارد تومان رسیده‌اند اگر این رقم را که فقط مربوط به اقامت است بپذیریم آورده زائر چیزی بیش از این رقم در سال خواهد بود در حالیکه آقای یک پسر به رقم ۲۰۰ میلیارد تومان در حوزه سوغات اشاره کردند. چرا سهم سوغات این قدر ناچیز است؟

**یک پسر:** اگر چه اولین بار است که این رقم را می‌شنوم اما با این رقم هم سهم ناچیز سوغات دور از ذهن نیست، چرا که طبق برآورد ما هم، سهم سوغات زائر بیش از ۲ یا ۳ درصد کل اقتصاد زیارت نیست و چند علت بنیادی دارد که باید



## ▀ اسکافی: اتحادیه محصولات فرهنگی مشهد به عنوان

اولین اتحادیه تشکیل شده در کشور در حال حاضر با بیش از ۷۰۰ عضو عرضه در دو رشته ارائه بازی‌های رایانه‌ای یا همان گیم‌نت‌ها و فروشگاه‌های صوتی و تصویری فعالیت می‌کند. بیش از ۱۰۰ واحد این اتحادیه در محدوده اطراف حرم رضوی مستقر هستند.

محصولات فرهنگی است. تولیدات گسترش و سنگ‌های قیمتی به‌ویژه فیروزه هم جایگاه خود را دارد. اما همانطور که گفته شد ارائه به نحو مطلوب نیست. تولید کننده به هر دلیلی نمی‌تواند این محصولات را به دست مصرف کننده برساند. شاید شهرداری بتواند با در اختیار گذاشتن مکان‌هایی برای این تولید کنندگان، گام مهمی در این زمینه بردارد. مثلاً دیزی سنگی را خیلی از افراد نمی‌شناسند در حالی که امام رضا (ع) هم بر این نوع ظرف پخت غذا تاکید داشته‌اند. ما تابلوهای بسیار نفیسی داریم که بر روی همین سنگ اصطلاحاً هر کاره اجرا شده است. اگر بتوانیم این‌ها را ارائه کنیم و زائران آنها را بشناسند و به عنوان یک کالای تزئینی و کاربردی در خانه تهیه کنند، بهتر از آن یک‌دست است که در چین چاپ می‌شود.

## ▀ همان طور که مطرح شد، سهم سوغات زائر از بازار مشهد ناچیز است، چه کنیم تا این سهم افزایش پیدا کند؟

**برادران:** در همین آماری که داده شد گزارش از مردم در مورد محل‌های مورد بازدیدشان هم قابل توجه است. اولین محل بازدید بازار رضا بعد پارک کوهسنگی و بعد الماس شرق، بازار مرکزی و پارک ملت بوده است. آرامگاه نادری را آرامگاه فردوسی در انتهای لیست ۱۵ عنوان جای دارند. در حالی که در دنیا، بازدید از موزه‌ها در اولویت‌های گردشگری قرار دارد اما در اینجا این طور نیست. از طرف دیگر آن قداستی که مردم برای امام رضا (ع) قائل می‌شوند، سبب می‌شود که بازار رضا را هم به دیده تبرک نگاه کنند. آیا ما متناسب با این نگاه و اعتقادشان در آنجا

در عین احترام به حضور افرادی که با هزینه‌های پایین به زیارت امام هشتم مشرف می‌شوند اما ما این ذهنیت را تقویت می‌کنیم که کسانی که به مشهد می‌آیند با توان اقتصادی پایین‌اند، خروجی چنین نگاهی شرايطی را برای مشهد بوجود می‌آورد که ورودی اقتصادی کم می‌شود اما در مقابل هزینه‌ها برای ارگان‌هایی که باید



خدمات را در اندازه‌های ملی یا حتی فراملی ارائه بکنند زیاد می‌شود. ادامه روال فعلی باعث برهم خوردن تعادل بین درآمد و هزینه می‌شود.

## ▀ همان طور که دوستان اذعان کردند، سهم سوغات زائر در بازار مشهد بسیار ناچیز است، به عنوان نماینده میراث فرهنگی و صنایع دستی، نظراتان در این خصوص چیست؟

**غلامیان:** در مشهد یکی از موارد مهمی که به عنوان صنایع دستی داریم، تسبیح و جانماز است که خود یکی از



## ▀ برادران: کشور مالزی امروز مدعی قطب بازارهای

جهان اسلام است، استانبول برند بازارهای حلال را از آن خود کرده و تولید کننده ما برای تولید محصول غذایی حلال باید از آنجا مجوز بگیرد! ما مخالفیم که مشهد را قطب بازارهای غربی بکنیم اما می‌توانیم قطب بازارهای اسلامی شویم.

محصولاتی ارائه کرده‌ایم؟ آیا فروشند، محصول و بازار ما در خور این اعتقاد است؟ چقدر این بازار در راستای تبلیغ تفکر و سیره امام رضا (ع) است.

نکته مهم اینکه ما وجه تمایزهای خود را فراموش نکنیم؛ مثلاً فیروزه که از تاریخ قدیم مشهد در کنار سنگ هر کاره به عنوان یکی از منحصر به فردترین محصولات بوده است، آیا بعد از ۱۰۰ سال تغییر اساسی در بازار آن به وجود آمده است؟ با در نظر گرفتن همه جوانب از آن بومی بودن، ثواب داشتن، توصیه سیره ائمه (ع) بودن و ... چه سهمی در بازار دارد؟ در همایش مربوط به فیروزه، یک نفر از میراث فرهنگی و صنایع دستی نیامده بود تا در همان شهر به این موضوع ضربه بدهد. ببینید بعد از ۱۰۰ سال فیروزه خراسان را چقدر دنیا می‌شناسد و چه سهمی در سید صادرات ملی ما دارد؟ با یک تابلو سنگ نمی‌شود هنر را فراگیر دانست. امروزه یکی از شاخص‌های فراگیری هنر را تکرار پذیری آن می‌دانند. برای سوغات هم تکثیر شدن و سپس توزیع و فروش اهمیت دارد تا چرخه آن شکل بگیرد و این برای فیروزه انجام نشده است یا درباره سنگ هر کاره که گفتند همین مسئله صادق است. ما باید به جای تفکرات دولتی با بخش خصوصی به تعامل برسیم تا هزینه‌های پژوهش و توسعه را بپذیرند تا برای خود بخش خصوصی امر معلوم و تسهیل شود و آنها در یک رقابت صحیح بتوانند کار انجام دهند.

منافع رشد بخش خصوصی هم برای شهروندان اعم از اشتغال و مدیریت شهری رقم خواهد خورد. در این حوزه هر کجا دست می‌گذاریم توان بالقوه می‌بینیم اما متأسفانه بالفعل نشده است. همان عرضه لوح‌های فشرده قرآن که صحبت شد چرا همین فروشگاه‌های اتحادیه محصولات فرهنگی آن را پخش نمی‌کنند. درمکه و مدینه فروشگاه‌های مشابه فقط از پخش همین اصوات قرآنی ذائقه مخاطب را به سوی خرید سوق داده‌اند. چرا ما برای مخاطب زائر خود همین کار را انجام نمی‌دهیم. معتمد اگر چه خدمات بر پایه الگوی رضوی هم باشد یعنی در دنیا هر کس دنبال معنویت از مسیر اهل بیت (ع) هست به مشهد سفر کند و مظاهر زندگی‌اش را در همه زمینه‌ها از عطر خوب تا لباس متناسب تا کتاب خوب و صوت‌های خوب از اینجا تامین کند.

▀ می‌دانیم که بخش عمده‌ای از ظرفیت‌های بازار مشهد در اختیار تولید کنندگان خارجی است. از با