

است و این کُتُل، این تاریخ است و ...، ترویج کنید بنابراین در حوزه معرفی با زبان هنر هم، جاذبه‌های مذهبی‌مان را به دنیا معرفی نکرده‌ایم.

ما پیشنهاد دادیم بایستی سند ملی توسعه گردشگری مذهبی تدوین شود. در این سند، همه چیز اعم از آموزش خادم، اقتصاد بازار و ... را در نظر گرفتیم. بایستی با نگاه ترویج دین‌مان و آشناسازی مردم دنیا با اُفت اسلامی‌مان این سایت‌های گردشگری مذهبی دنیا را با حفظ نگاه اقتصادی‌مان به دنیا معرفی کنیم. در حج برای اقامت بهترین هتل‌ها در اختیار کویتی‌ها و بحرینی‌هاست. ما باید این امکانات را برای کسانی که می‌خواهند خوب پول خرج کنند، نداری بدهند، انفاق و وقف کنند ایجاد کنیم. زیرا گردشگران مذهبی، بیشترین پول را در مقاصد گردشگری خرج و کمترین هزینه را برای جامعه‌ی مقصد دارند. بعضی مکان‌ها دارای آداب‌ی است مانند قضیه مُحرم شدن در حج که این آداب اگر بخواهد اجرا شود، شخصی یک هفته بیشتر باید این جا بماند. در مشهد نقاط گردشگری مذهبی ما هم همین‌طور است. این فرصت را از این منظر داریم، علاوه بر این که وظیفه‌مان خدمت به مردم دنیا است نه به خاطر پول، وظیفه‌ی ماست؛ این جا سرزمین ماست و ما از آمدن‌شان امام‌رضا(ع) هستیم. ایجاد تسهیلات وظیفه‌ی ماست و در حوزه اقتصادی باید به این نتیجه رسید که بالاخره کسانی که برای زیارت می‌آیند دنبال لهو و لعب و تخریب جایی و آسیب رساندن به محیطی نیستند. از صفر تا صد را ما در این طرح مقدماتی حدود ۴۰-۵۰ صفحه تهیه کردیم. اگر بتوانیم با آستان قدس وارد مذاکره شویم پژوهش‌کننده گردشگری نیز در این زمینه آماده همکاری است لذا اگر آستان قدس، مجموعه شهرداری مشهد، استانداری، وزارت ارشاد، سازمان میراث فرهنگی و وزارت امور خارجه همکاری کنند این سند باید در شورای برنامه‌ریزی استان به تصویب برسد. چون اکنون از افق توسعه گردشگری مذهبی در ۱۰ سال آینده چیزی نمی‌دانیم؟ اصلاً برنامه نداریم و این ضعف است که یک سند توسعه در این بخش را نداریم.

در ضرورت تدوین و ترویج سندی که از آن یاد کردید تردیدی نیست اما تا این سند تصویب شود و در مورد آن اجماعی صورت بگیرد زمان زیادی می‌گذرد اگر بخواهیم در نگاه فوری تری اقداماتی انجام دهیم، اولویت باید چه چیزهایی باشد؟ حوزه اسکان، حوزه بازار و به ویژه حوزه سیاحت کدام یک اولویت دارد؟

دکتر رحیم‌پور: بحثی که در حوزه

در مشهد معضلی داریم که می‌توانیم اوقات فراغت زائران را پر کنیم یعنی یک هفته، ده روز به او تور فروخته‌ایم گردشگر داخلی یا خارجی ما قصد کرده ۱۰ روز مشهد بماند؛ درکنار مجموعه آستان قدس رضوی چه چیزی تعریف کرده‌ایم که وقتش را پر کنیم. در این ۱۰ روز که دائم در حرم نیست، یکی از خلأهای جدی ما درحوزه مدیریت شهری مشهد، حوزه اوقات فراغت زائران است که برنامه‌ای نداریم.

صنعت مورد نظرمان بود جایگاه خودش را دارد اما در مشهد معضلی داریم که نمی‌توانیم اوقات فراغت زائران را پر کنیم یعنی یک هفته، ده روز به او تور فروخته‌ایم گردشگر داخلی یا خارجی ما قصد کرده ۱۰ روز مشهد بماند؛ درکنار مجموعه آستان قدس رضوی چه چیزی تعریف کرده‌ایم که وقتش را پر کنیم. در این ۱۰ روز که دائم در حرم نیست، یکی از خلأهای جدی ما درحوزه مدیریت شهری مشهد، حوزه اوقات فراغت زائران است که برنامه‌ای نداریم.

اولاً: در حوزه اوقات فراغت حتی مردم مشهد و توزیع مکان‌های اوقات فراغت فکری نداشته و در حوزه مبللمان شهری مشهد به غیر از حوزه نابه‌هجاری‌های اجتماعی (کوچه‌های اطراف حرم، کوچه عباسقلی خان، پایین خیابان و ویلاوات مشهد) هم دچار مشکل هستیم. آمار مستندی از حضور زائران در مشهد برای برنامه‌ریزی کنیم، نداریم تا فرصت‌های سرمایه‌گذاری به مردم ارائه کنیم. لذا این‌ها باید در طرح جامع مشهد دیده شود و یک بحث هم ساخت‌وساز اطراف حرم است که تعریف شده‌است. مدیریت ساخت‌وساز معلوم نمی‌شود که به چه شکلی در اطراف حرم و داخل حرم است. سنگ‌فرش‌های کف صحن‌هایی که جدید ساخته شده ترک دارد و ... مدیریت اوقات فراغت زائران را باید ساماندهی و نظارت را باید قوی کنیم. دخالت‌های دولت هم در حوزه حاکمیتی از آن منظر کم و به اصناف واگذار شود که جنس قلبی نفروشد و تسهیلات مناسب به گردشگر بدهند. اما اگر بخواهیم اولویت بندی کنیم که تازمانی به نتیجه رسیدن سند چه اقدام کنیم، این طبقه‌بندی را در حوزه اقامت، پذیرایی، حمل‌ونقل، تورگردانی و خرید به عنوان ۵ مؤلفه اصلی در صنعت گردشگری مذهبی باید انجام دهیم.

یکی از شاخص‌های توسعه یافتگی یک کشور این است که مردم چقدر به آن جا سفر می‌کنند؟ در نتیجه از این منظر با وجود منابع متعدد در حوزه جاذبه‌های فرهنگی، طبیعی و متاسفانه به دلیل سوء مدیریت جایگاه اصل‌مان در حوزه بازار داخلی و تجارت بین‌الملل و گردشگری را از دست داده‌ایم.

اتوبوس و ... باید این کار را انجام دهیم و نوسازی کنیم. پس در حوزه حمل‌ونقل به ویژه ناوگان حمل‌ونقل هوایی ضعف داریم. گردشگر خارجی نه گردشگر ایرانی، تعطیلات آخر هفته می‌خواهد از شیراز بیاید مشهد، هواپیما نداریم. در حوزه ریلی‌مان هنوز مردم برای تهیه بلیت باید ساعت‌ها در ایستگاه بخوابند.

در اطراف حرم باید نماینده ناوگان هوایی، ناوگان ریلی و شرکت‌های حمل و نقل حضور داشته باشند.

۴- در حوزه تورگردانی، آژانس‌های متخصص در زمینه گردشگری مذهبی که آموزش دیده باشند، نداریم. باید آن‌هایی که در گردشگری مذهبی فعالیت می‌کنند، شناسایی، حمایت و سپس برای شان هزینه و سرمایه گذاری کنیم. باید بتوانیم در این زمینه تورگردان‌های حرفه‌ای تربیت کنیم.

۵- در حوزه بازار خرید، باید تسهیلات، استانداردها و مجموعه‌هایی برای خرید معرفی کنیم که اعتقاد خدمت به زائر داشته باشند و چانه زنی‌ها در خرید حذف شود. لذا جامع صنفی باید نظارت بر خدمات فروش و ارائه خدمات و کالاها را داشته باشند و بازار ساماندهی شود که لازمه اش ایجاد جلسات با تشکل‌ها، تدوین و اولویت بندی و سپس ابلاغ به حوزه اجراست.

در مورد اوقات فراغت زائران هم امسال شهرداری با شورای شهر و استانداری باید با همفکری - و از هم اکنون - پروژه‌ای برای پر کردن اوقات فراغت تعریف کنند. آیا ما می‌توانیم یک دانشکده گردشگری با رویکرد گردشگر مذهبی یا زیارتی آن جا راه اندازی کنیم؟ آیا می‌توانیم کمیته زیارت را شکل دهیم و تسهیلات ویژه‌ای ارائه کنیم؟ آیا می‌توانیم زائران را به عنوان برنامه‌های آنی لغو روایت کنیم؟ این‌ها باید شکل بگیرد و از برکت امام‌رضا(ع)، زائر به مشهد خیلی زیاد شده‌است که باید از این فرصت‌ها بهره‌برداری مسئولانه کرد.

آستان قدس نیز در حوزه باید همکاری و اطلاع‌رسانی کند. به تورگردان‌هایمان اعلام کنیم که تورهای ویژه برای آشنایی با دین اسلام و تشیع برگزار کنند. ایران خاستگاه ادیان، مظهر شکوه و زیبایی، مهمان‌نوازی و ... است. این‌ها باید در شورای شهر و شورای برنامه‌ریزی استان مورد تدبیر قرار گیرد.

جاذبه‌ها و منابع مشهد بسیار زیاد است مکان‌هایی مانند کلات نادر، گلچینی از مزارع زعفران و ... که می‌تواند علاوه بر پر کردن اوقاف فراغت جنبه اقتصادی هم داشته باشد که امیدوارم با این کار رسانه‌ای که انجام می‌شود این اتفاق بیفتد.