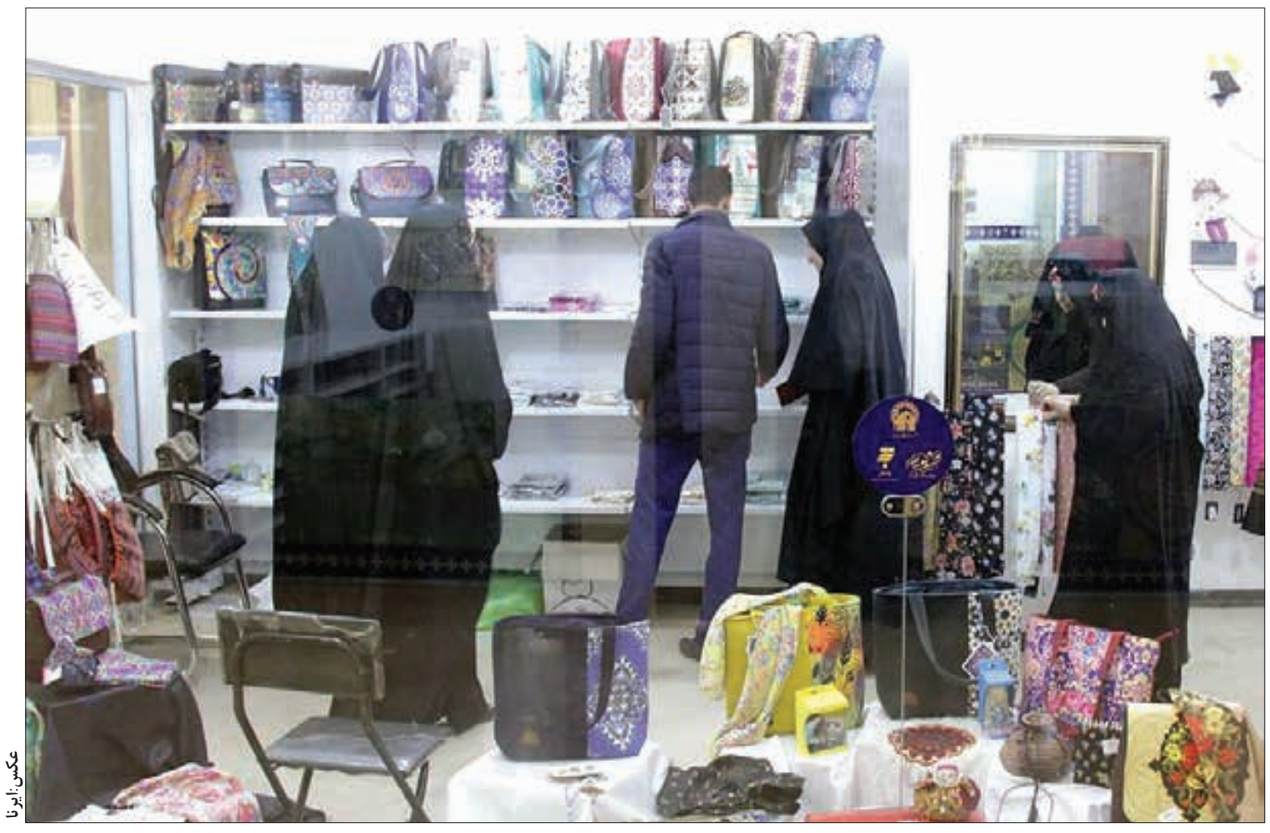

خراسان روزنامه صبح ایران
دوشنبه ۲۸ اسفند ۱۳۹۶ . اول رجب ۱۴۳۹ . شماره ۱۹۷۸۵

حمایت از مشاغل خانگی با هدف توانمندسازی محرومان

مدیرعامل به‌نشر گفت: حمایت از مشاغل خانگی بنا به دستور و تأکید تولیت آستان قدس با هدف توانمندسازی محرومان و قشرهای کم‌درآمد، یکی از اهداف مد نظر در فروشگاه رضوی است که در این زمینه به صورت میدانی از کارگاه‌های تولیدی کوچک مستقر در حاشیه شهر بازدیدهایی انجام شد و قرار است با همراهی دو مجموعه آستان قدس و کمیته امداد امام خمینی (ره)، تسهیلات قرض‌الحسنه‌ای به آن‌ها پرداخت و محصولات تولیدی این کارگاه‌ها در فروشگاه رضوی عرضه شود.

وقتی آوردگاه فرهنگی سوغات، رشد اقتصادی را به دنبال دارد

سوغات فرهنگی زائر در خدمت اقتصاد

عکس: ایرنا

حرف از ۲۵ میلیون زائری است که در یکی از ۳۶۵ روز سال، چمدان را به مقصد مشهد می بندند تا به قصد زیارت و برای ابراز ارادت، چند روزی را در این شهر سپری کنند. توشه این زائران در مسیر برگشت سنگین‌تر است، هم از برکات معنوی و هم از تحفه‌ای که قرار است نماد مقصد سفرشان باشد. اولی حال و هوای این خاک مقدس را دارد اما آن دومی، عمدتا رنگ و بوی «چین» را می دهد. به اذعان فعالان و متولیان بخش گردشگری، بازار ۸۰۰ تا دو هزار میلیارد تومانی سوغات زائر در قُرق کالاهای وارداتی به ویژه کالاهای چینی است و سود حاصل از این بخش، روانه جیب تولیدکنندگان خارجی و واردکنندگان کالاهای بی کیفیت از آن سوی مرزها می‌شود تا کام تولیدکنندگان داخلی تلخ و عرصه بر آن‌ها تنگ شود. در این اندک روزهای باقی مانده تا «نوروز» که یکی از مهم‌ترین پیک‌های حضور زائران در مشهد به شمار می آید، دغدغه سوغاتی که قرار است این جمعیت حدود هفت میلیونی در پایان سفر همراه خود کنند، یک بار دیگر در صدر موضوعات قرار می گیرد، در این گزارش از تحولی خواهیم گفت که بازار سوغات طی امسال تجربه کرده است:

■ سایه سنگین خارجی‌ها بر بازار سوغاتی

به گواه آمار و به اذعان برخی مسئولان، چشم‌بادامی‌ها حدود ۷۰ درصد بازار سوغات مشهد را از آنِ خود کرده‌اند و کالاهای چینی گوی سبقت را از تولیدات داخلی ربوده و حاصل این چرخه، سرمایه‌های هنگفتی است که از کشور خارج می‌شود. این در حالی است که اشتغال‌زایی یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های امروز جامعه به شمار می آید. نتایج یک تحقیق در سال ۹۰ نشان می دهد که بیشترین هزینه‌های زائران و گردشگران در مشهدالرضا، مربوط به بحث «خرید» است و این بخش حدود ۳۲/۲۵ درصد متوسط هزینه‌های یک زائر را در بر می گیرد. طبعا «سوغات» سهم عمده‌ای در این خریدها دارد. اما تحقیق دیگری که در بازه زمانی مشابه، با عنوان «تحلیل رفتار خرید سوغات در میان زائران شهر مشهد» انجام شده نیز حکایت از آن دارد که «زائران از میان چهار دسته سوغات شامل خوراکی محلی، نشانه‌های فرهنگی، لباس و زیورآلات و لوازم مصرفی، بیش از همه لباس (۵۱/۵ درصد)، تسبیح و مهر (۴۲/۴ درصد)، اسباب بازی (۳۴/۸ درصد) و نقل، نبات و آب نبات (۳۴/۱ درصد) خریده‌اند.» بررسی‌ها نشان می‌دهد که تولیدکنندگان خارجی و واردکنندگان از مدت‌ها قبل این ذائقه زائران را رصد کرده بودند و نتیجه‌اش این شده است که امروز بخش زیادی از کالاهایی را که در این حوزه در بازار موجود است تامین و به نوعی جای خالی کالای ایرانی و سوغات هویتی مشهد را پُر می کنند. اما دغدغه مهم دیگری که در این حوزه وجود دارد و از سوی متولیان امر و صاحب نظران به دفعات مطرح شده، خلاء سوغاتی است که نمادی از جنس فرهنگ و تمدن دیرینه این خطه و همچنین منطبق با ارزش‌های والای دین مبین اسلام باشد.

■ ورود دغدغه‌مندانه و کارشناسانه

رهبر معظم انقلاب اسلامی با توجه به ضرورت‌های اقتصادی، چند سالی است که بر درون‌زا بودن اقتصاد تأکید دارند و تحقق اقتصاد مقاومتی را تنها راهکار ساماندهی این حوزه می‌دانند. این تأکیدات معظم‌له از یک سو و همچنین نبود متولی مشخصی برای ساماندهی بازار سوغات زائر از سوی دیگر، آستان قدس رضوی را بر آن داشت تا ورودی دغدغه‌مندانه به این عرصه که آوردگاهی توامان فرهنگی و اقتصادی است داشته باشد و کار را از طریق دبیرخانه دایمی پروژه بزرگ سوغات فرهنگی زائر رضوی کلید بزند، دبیرخانه‌ای که در به‌نشر (انتشارات آستان قدس رضوی) ایجاد شده است. با ایجاد این دبیرخانه، مطالعات میدانی در حوزه بازار سوغات مشهد و کمبودها و نیازهای آن آغاز شد که خروجی این مطالعات می‌تواند نقشه این راه پرپیچ و خم را ترسیم کند و راهبردها را نشان دهد. مدیرعامل به‌نشر در همین زمینه به فرصت طلایی بازار سوغات زائر مشهد برای رشد و شکوفایی اقتصاد و حمایت از تولید داخل اشاره می کند، از بی‌توجهی‌ها به این عرصه می گوید و فرصت‌هایی که از دست می‌روند و در عین حال از عزم جزم آستان قدس رضوی برای محکم‌تر گام برداشتن در این مسیر خبر می‌دهد.

■ راه‌اندازی بزرگ‌ترین مرکز عرضه سوغات فرهنگی زائر

«حسین سعیدی» برگزاری نمایشگاه سوغات زائر در فروشگاه مرکزی کتاب و محصولات فرهنگی به‌نشر را نخستین گام بعد از انجام مطالعات در زمینه کاربردی شدن این مطالعات اعلام می کند و می گوید: حمایت‌های بی‌دریغ تولیت آستان قدس رضوی از حرکتی که در این مسیر آغاز شده بود، باعث شد در گام بعد، همزمان با ایام شهادت حضرت رضا(ع)، فروشگاه بزرگ رضوی متولد شود تا از این رهگذر به تدریج وزنه حضور کالاهای ایرانی در سبد سوغات زائران افزایش یابد و به این ترتیب بزرگ‌ترین مرکز عرضه سوغات فرهنگی زائر رضوی در فضایی که با حمایت‌های تولیت معزز به این امر اختصاص یافته بود، راه‌اندازی شود. وی با اشاره به این که فروشگاه بزرگ رضوی در طبقه همکف هتل «بهار» مشهد و در فاصله کمتر از ۱۰۰ متری حرم مطهر رضوی راه‌اندازی شد، خاطرنشان می کند: این فروشگاه در فضایی با مساحت بیش از ۳ هزار متر مربع در قالب ۳۰ غرفه به عرضه انواع سوغات فرهنگی زائر رضوی در بخش‌های مختلف شامل کتاب، محتوای دیجیتال، آرایه، وسایل عبادی، دیداری- شنیداری، لوازم کاربردی، سرگرمی و پوشاک اختصاص دارد. مدیرعامل به‌نشر به این نکته نیز اشاره می کند که فروشگاه بزرگ رضوی بستری را برای عرضه محصولات تولیدی بیش از هزار و ۲۰۰ تولید کننده داخلی فراهم کرده و از این رهگذر علاوه بر این که برای ۲۵ نفر اشتغال‌زایی مستقیم داشته، کسب و کار بیش از ۱۰۰ کارگاه تولیدی در سراسر کشور نیز رونق یافته است. سعیدی با بیان این که اکنون حدود پنج هزار عنوان کالای فرهنگی در این فروشگاه ارائه شده است، یادآور می‌شود: با این حال ده‌ها هزار عنوان دیگر از این کالاها در دستان هنرمند و توانای مردمان این سرزمین است که در آوردگاه کالاهای بیگانه، قربانی بی‌تدبیری‌ها و ندانم کاری‌ها شده، در حالی که می تواند حمایت شود و در چرخه اقتصاد سوغات زیارت قرار بگیرد.

■ تلاش برای رونق مشاغل خانگی

مدیرعامل به‌نشر همچنین حمایت از مشاغل خانگی بنا به دستور و تأکید تولیت آستان قدس رضوی را با هدف توانمندسازی محرومان و قشرهای کم‌درآمد، یکی از اهداف مد نظر در فروشگاه رضوی می داند و می افزاید: در این زمینه به صورت میدانی از کارگاه‌های تولیدی کوچک مستقر در حاشیه شهر بازدیدهایی انجام شد و قرار است با همراهی دو مجموعه آستان قدس و کمیته امداد امام خمینی (ره)، تسهیلات قرض‌الحسنه‌ای به آن‌ها پرداخت و محصولات تولیدی این کارگاه‌ها در فروشگاه رضوی عرضه شود. وی با اشاره به این که عرضه کالاهای وارداتی در بازار سوغات مشهد به مرور، تغییر ذائقه مخاطبان و زائران را به دنبال داشته است، می گوید: یکی از اهداف فروشگاه رضوی این است که با عرضه محصولات داخلی به تدریج به سمت تغییر ذائقه مخاطبان حرکت کند. این کار آثار مثبتی در بازار ایجاد می کند و در درازمدت این تحولات به نفع تولیدکنندگان داخلی خواهد بود. سعیدی ادامه می دهد: فروشندگان دیگر نیز وقتی ببینند زائران از محصولات داخلی استقبال می کنند، برای این که از بازار رقابتی سوغات فرهنگی زائر رضوی عقب نمانند، به عرضه این محصولات روی می‌آورند. این کار در درازمدت تعادلی را در عرضه و تقاضای بازار ایجاد می کند.

■ حرکت در مسیر ذائقه‌سازی و استقبال مثال‌زدنی زائران

مدیرعامل به‌نشر در بخش دیگری از سخنان خود استقبال زائران و مجاوران را از این فروشگاه و محصولات داخلی آن چشمگیر می داند و تأکید می کند: این محصولات داخلی مورد استقبال زائران غیرایرانی از جمله زائران عرب نیز قرار گرفته است و حتی در مواردی، این زائران به ویژه در حوزه اسباب‌بازی سراغ برخی برندهای ایرانی را می گیرند که کالاهای آن‌ها در این فروشگاه عرضه می‌شود. سعیدی با اشاره به این که هنوز تولیدکنندگان بسیاری در سراسر کشور وجود دارند که جای محصولات آن‌ها در فروشگاه بزرگ رضوی خالی است، می‌افزاید: بسیاری از این تولیدکنندگان داخلی به دلیل هجوم کالاهای خارجی و غفلت از ظرفیت‌های داخلی، بازاری برای عرضه محصولات خود پیدا نمی کنند و همین موضوع ضرورت تداوم این فعالیت و گسترش و توسعه چنین مکان‌هایی را به منظور ساماندهی شرایط موجود به نفع تولید داخلی دو چندان می کند. وی ابراز امیدواری می کند که خروجی این اقدامات به‌نشر و دبیرخانه پروژه سوغات فرهنگی زائر، افزایش سهم کالاهای ایرانی در سبد سوغات زائران و گردشگران باشد.

> بر اساس تحقیقات انجام شده، زائران از میان چهار دسته سوغات شامل خوراکی محلی، نشانه‌های فرهنگی، لباس و زیورآلات و لوازم مصرفی، بیش از همه لباس (۵۱/۵ درصد)، تسبیح و مهر (۴۲/۴ درصد)، اسباب بازی (۳۴/۸ درصد) و نقل، نبات و آب نبات (۳۴/۱ درصد) خریده‌اند

> ساماندهی و بهبود بازار سوغات زائر نیازمند ایده‌پردازی و برنامه‌ریزی است. باید سوغات فرهنگی بر اساس ایده‌های نو و طبق برنامه خاصی تولید و در همین زمینه سامانه‌ای برای ایده‌پردازی و تولید هدفمند سوغات فرهنگی زائر طراحی و راه اندازی شود

■ نماد تلاقی فرهنگ و اقتصاد

نظرات مسئولان ملی و استانی درباره ورود آستان قدس رضوی به حوزه سوغات زیارت نیز نشان دهنده توجه همگان به ضرورت فعالیت در این حوزه است. «محسن جوادی» معاون فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در بازدید از این بازار فرهنگی زائر تاکید می کند: این مجموعه با گرد هم آوردن اجناس ایرانی مرکز مناسبی برای خریدهای سازمانی و مردمی است. وی با بیان این که فروشگاه رضوی نماد تلاقی فرهنگ و اقتصاد است، خاطرنشان می کند: از ویژگی‌های این مرکز که به عنوان سوغات فرهنگی زائر نام گذاری شده، انجام کار فرهنگی به همراه پیوست اقتصادی، موقعیت مکانی منحصر به فرد و در دسترس بودن برای عموم به ویژه زائران است. جوادی همچنین درباره حمایت دولت از این گونه مراکز می گوید: بازار کالاهای فرهنگی باید رقابتی باشد و این مراکز با تکیه بر حمایت مراکز دولتی یا خیریه‌ای نمی توانند رقابت کنند البته باید حمایت‌های حقوقی و قانونی از سوی دولت و مراکز دولتی از مجموعه‌های عرضه کالای ایرانی همچون فروشگاه رضوی به عنوان بزرگ‌ترین مرکز عرضه سوغات فرهنگی زائر صورت پذیرد تا جایگاه قانونی مناسبی برای این مراکز مهیا شود و بتوانند تسهیلات داشته باشند و مشکلاتشان را حل کنند. جوادی با اشاره به این که آثار هنری و فرهنگی مناسبی همچون اسباب‌بازی، لوازم تحریر و هدایای نفیس در این مجموعه گردآوری شده است، خاطرنشان می کند: مراکز دولتی و سازمان‌ها باید با خرید اقلام اهدایی خود از این مرکز حمایت کنند.

■ سوغات زائر، نیازمند ایده‌پردازی و برنامه‌ریزی

«امیرحسین قاضی‌زاده هاشمی» عضو هیئت رئیسه مجلس شورای اسلامی هم در جریان بازدید از فروشگاه رضوی با اشاره به ظرفیت‌های بسیار مشهد و خطه خراسان در عرصه‌های متعدد به ویژه حوزه فرهنگی و نیز وجود بارگاه منور رضوی و زائرپذیری شهر مشهد، حوزه سوغات زائر را موضوع مغفولی می داند و تأکید می کند: ساماندهی و بهبود این بازار نیازمند ایده‌پردازی و برنامه‌ریزی است. نماینده مردم مشهد و کلات در مجلس شورای اسلامی، بر لزوم راه‌اندازی سامانه‌ای برای ایده‌پردازی و تولید هدفمند سوغات فرهنگی زائر تأکید و خاطرنشان می کند: باید سوغات فرهنگی بر اساس ایده‌های نو و طبق برنامه خاصی تولید و به بازار معرفی و عرضه شود. قاضی‌زاده ادامه می دهد: آستان قدس رضوی به دلیل ظرفیت‌ها و امکانات موجود می‌تواند به حوزه شناسایی ایده‌ها در عرصه سوغات فرهنگی زائر وارد شود و این ایده‌ها را به آثار فرهنگی و اقتصادی تبدیل و روانه بازار کند. به عبارت دیگر آستان قدس رضوی می‌تواند تولیت حوزه سوغات فرهنگی زائر را بر عهده بگیرد.

■ آمادگی شهرداری برای همکاری در عرصه سوغات

«قاسم تقی‌زاده» شهردار مشهد هم در بازدید از بزرگ‌ترین مرکز عرضه سوغات فرهنگی زائر با اشاره به جای خالی محصولات فرهنگی در بازار سوغات زائر مشهد، اظهار می کند: بخشی از مسافران و زائران مشهد، غیرایرانی هستند و می‌توانند به جای محصولی مانند زعفران، کالاهای فاخر فرهنگی را به عنوان سوغات خریداری کنند. وی با تأکید بر این که معرفی مناسب و به موقع این بازار به زائر از سرگردان شدن و معطلی وی در بازارهای مختلف جلوگیری می کند، می گوید: از طرفی فعالیت این مرکز ذیل عنوان متبرک آستان قدس رضوی باعث می‌شود مردم با خیال راحت‌تری از آن خرید کنند. شهردار مشهد با بیان این که محصولات عرضه‌شده در این مرکز علاوه بر زائران برای شهروندان نیز مناسب است، ابراز امیدواری می کند: آستان قدس رضوی مراکز عرضه سوغات فرهنگی را در دیگر نقاط شهر نیز توسعه دهد. تقی‌زاده خامسی ضمن مثبت ارزیابی کردن فعالیت این مرکز در زمینه سوغات فرهنگی زائر رضوی از آمادگی شهرداری مشهد برای همکاری با آستان قدس رضوی در عرصه سوغات زائر خبر می دهد و می گوید: فعالیت این فروشگاه برای تسهیل خریدهای زائران و مجاوران بسیار مناسب است.

■ زمینه‌ای برای حمایت از تولیدکنندگان صنایع دستی

«سیدحمید موسوی» مدیر کل امور فرهنگی زائران استانداری خراسان رضوی هم در بازدید از این مرکز با اشاره به ظرفیت‌ها و امکانات آستان قدس رضوی برای ورود به حوزه سوغات فرهنگی زائر رضوی، بیان می کند: حمایت از تولیدکنندگان صنایع دستی و سوغات نیز در همین قالب توسط آستان قدس رضوی امکان‌پذیر است و ظرفیت آن را در اختیار دارد. وی اقدامات آستان قدس رضوی را در زمینه سوغات فرهنگی زائر مثبت ارزیابی می کند و می افزاید: کیفیت کالاهای عرضه شده در فروشگاه رضوی مناسب و از طرفی تنوع کالاهای فرهنگی موجود نیز از دیگر نکات مثبت است.

شماره بایگانی شعبه : ۹۵۱۴۳۸ آگهی ابلاغ دادنامه

بدینوسیله پیرو آگهی های قبلی به آقایان برات و حسین و جعفر و حسن همگی خطایی همگی فرزند شیرمحمد فعلا مجهول المکان ابلاغ می شود در مورد دادخواست شیرین محمدلی علیه شما بخواسته مطالبه مهریه بموجب حکم شماره ۹۶۰۹۹۷۵۱۱۳۶۰۰۴۸۱ در پرونده کلاسه به پرداخت تعداد ۱۲ عدد سکه طلا تمام بهارآزادی به نسبت سهم الارث نامبردگان از ترکه متوفی و الزام آنان به پرداخت خسارات دادرسی و حق الوکاله وکیل محکوم شده اید. مراتب بدینوسیله در روزنامه درج می گردد. رای صادره غیابی و از تاریخ درج در روزنامه در مهلت قانونی قابل واخواهی در این دادگاه است.
م الف ۶۵۰۷۹- مدیر دفتر شعبه ۱۱ دادگاه خانواده مشهد ۹۶۲۵۲۷۱۱/