شهرآرا
روزنامه شهر امید و زندگی
شنبه
۰۲ اسفند ۱۳۹۹
۰۸ رجب ۱۴۴۲
شماره ۳۳۲۸
SHAHRARANEWS.IR
۰۴
جامعه

دعوت از مردم برای ایده‌پردازی

مشهد را شهر کارآفرینی کنید

محدثه شوشتری
m.shushtari@shahraranews.ir

«نمی‌گوییم فقط امپراتورهای کارآفرینی بیایند؛ هر کسی که نانی را به‌جز سفره خودش بر سر سفره دیگران هم می‌تواند برساند، به سمت ما بیاید. تسهیلگر راهش می‌شویم، نه متصدی کارش. فاصله این شعار تا عمل در حوزه حمایت از کارآفرینی زیاد بوده است، برای همین کار را با شعار آغاز نکردیم و با عمل میدان را باز کردیم. گوی و میدان حاضر است تا ایده‌پردازان توسعه کارآفرینی شهری وارد گود رقابت شوند. هر کسی ایده‌ای دارد، از هر گروه، رده سنی و هر صنفی، آن را پذیرا هستیم تا بتوانیم مشهد را روزی «شهر کارآفرینی» بنامیم. برای رسیدن به این هدف، از مردم، اقشار جامعه، گروه نخبگان، اقتصاددانان، سرمایه‌گذاران به‌منظور پشتیبانی و مهم‌تر از همه جوانان دعوت می‌کنیم که تا پایان هفته جاری برای ایده‌پردازی و حمایت در توسعه کارآفرینی شهری مشارکت کنند.» این سخنان را مدیر کل اداره‌ای در مدیریت شهری بیان می‌کند که بخشی تازه‌تأسیس و تازه‌نفس در بدنه شهرداری است. حالا یک سالی از روزی که اداره‌ای به نام اداره کل هماهنگی دستگاه‌های اجرایی در شهرداری مشهد تشکیل شده است، می‌گذرد و آن‌ها خواسته‌اند همان اول کار دست پُر، روی گزینه‌هایی دست بگذارند که هم آه مردم است و هم نیاز آن‌ها. آهشان از اینکه چرا مسئولان و مدیران برای اشتغال‌زایی و رونق کسب‌وکارها و در یک کلام، نجات از بیکاری کاری نمی‌کنند و نیازشان از این باب که سفره‌هایشان این روزها خالی‌تر از هر زمانی است و زمامداری کرونا فشار بر زندگی‌شان را بیشتر از هر زمان کرده است. شاید اگر چرخ زندگی با اندک درآمدی هم بچرخد، روزگار به تلخی این ایام، هم برای مبارزه با نداری و هم مبارزه برای جان‌ستانی از ویروس مرگ‌بار نباشد. در این میانه، اداره کل نوظهور هماهنگی دستگاه‌های اجرایی شهرداری معین اقتصادی شهرستان مشهد در مدیریت شهری شده است. برای بررسی ریز و درشت آنچه این اداره کل انجام داده‌است، با علی قناویزچی، مدیر کل هماهنگی دستگاه‌های اجرایی شهرداری مشهد، گفت‌وگو می‌کنیم.

قبل از نقد و نظر درباره عملکرد و کارنامه یک‌ساله اداره‌کل هماهنگی دستگاه‌های اجرایی شهرداری مشهد، این سؤال اساسی وجود دارد که چرا درحالی‌که تأکید نخبگانی بر کوچک‌سازی بدنه شهرداری‌ها و دستگاه‌های اجرایی است، یک اداره‌کل جدید در مدیریت شهری مشهد تشکیل شده است؟

بیش‌از ۶۰مدیریت داخل شهرداری و بیش از ۱۱۰مدیریت در بخش دولتی داریم که شامل نهادها و سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف است. لذا با گستردگی این مدیریت‌ها، ضرورت وجود مدیریت هماهنگ شهری وجود دارد. به‌همین‌دلیل اداره‌کل هماهنگی دستگاه‌های اجرایی شهرداری مشهد از سال گذشته تأسیس شده و آغاز به‌کار کرده است تا بتواند بین این مدیریت‌های مختلف هماهنگی ایجاد کند. ازطرفی وجود موازی‌کاری‌ها و ناهماهنگی‌ها بین مدیریت‌های مختلف همیشه آسیب‌زا بوده است. بنابراین جای خالی اداره‌ای که بتواند بین مدیریت‌های مختلف شهرداری و سایر دستگاه‌های اجرایی هماهنگی برقرار کند، احساس می‌شد. در همین راستا برای تحقق الگوی مطلوب و بهینه، تلاش می‌کنیم با ارتقای تعاملات با دستگاه‌ها، در جهت افزایش کمی و کیفی خدمات اثرگذار باشیم. برای این منظور فراهم‌کردن فرایندها، زیرساخت‌های کارآمد، بانک‌های اطلاعاتی موضوعی، شناسایی، احصا و پیگیری فرصت‌های موجود و موانع و مشکلات احتمالی و... صورت گرفته است.

ضمن اینکه علاوه‌بر ایجاد این هماهنگی‌ها، وظایف دیگری نیز برعهده اداره‌کل هماهنگی دستگاه‌های اجرایی شهرداری گذاشته شده است که از مهم‌ترین این وظایف «معین اقتصادی» شهرستان مشهد در مدیریت شهری مشهد است و در شرایط فعلی اقتصاد جامعه، مردم نیاز به رونق در کسب‌وکارها دارند که این مهم را در بخش معین اقتصادی مدیریت شهری و در این اداره‌کل پیگیری می‌کنیم. با حمایت از کارآفرین‌ها و کمک به ایجاد اشتغال، قطعا رونق در کسب‌وکارها هم اتفاق خواهد افتاد.

با این توضیح شما این بحث هم ممکن است مطرح شود که ایجاد اشتغال و رونق در کسب‌وکار چه ربط قانونی و ساختاری به شهرداری دارد؟ از طرفی شهرداری وظایف تعیین‌شده دیگری دارد.

شهرداری‌ها در گذشته انجمن شهر بودند و از طرف دولت منصوب می‌شدند که بعدها این روند تغییر کرد. با تشکیل قانون شوراهای اسلامی در دهه ۷۰، هدف مدیریت واحد شهری بود. اما این مدیریت واحد شکل نگرفت و اجرایی نشد. در برنامه‌های توسعه کشور نیز با وجود تأکید بر این موضوع، مدیریت واحد شهری محقق نشد. درعین‌حال در برنامه فعلی توسعه کشور، تأکید بر اجرای مدیریت هماهنگ شهری است. طبیعی است که در شرایط فعلی، مهم‌ترین نیاز و ضرورت تسهیل در مشاغل و رونق در کسب‌وکارهاست تا زندگی مردم بچرخد. از همین رو اداره‌کل هماهنگی دستگاه‌های اجرایی شهرداری مشهد، بخشی از فعالیت‌ها و اقداماتش را در این زمینه متمرکز کرده است. در بحث ماده قانونی هم اگر بخواهیم به ضرورت ورود مدیریت شهری به رونق کسب‌وکارها اشاره کنیم، به‌طور صریح در ماده ۱۶ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار، شهرداری‌ها موظف شدند به‌منظور افزایش امکان دسترسی تولیدکنندگان به بازار مصرف و ایجاد امنیت برای فروشندگان تسهیلات و حمایت‌هایی را در نظر بگیرند. لذا با وجود تأکید قانون و هم تأکید برنامه توسعه کشوری، به بحث رونق در کسب‌وکارها و حمایت از کارآفرین‌ها برای ایجاد اشتغال وارد شده‌ایم. طراحی و فراخوانی که برای جشنواره ایده‌پردازی توسعه کارآفرینی شهری اعلام کردیم نیز در راستای همین اهداف است. علاقه‌مندان به این موضوع می‌توانند از طریق سایت idea.mashhad.ir ایده‌های کارآفرینی توسعه شهری خود را ثبت کنند.

وقتی صحبت از این‌گونه جشنواره‌ها می‌شود، نقدی پیش می‌آید که با یک جشنواره و مسابقه و به‌طورکلی یک فراخوان درزمینه جذب ایده‌های کارآفرینی، جز کاری نمادین و تشریفاتی نمی‌توان نتیجه بزرگ و مهمی را دید. جشنواره ایده‌پردازی توسعه کارآفرینی شهری قرار است چگونه باشد که فقط جنبه نمادین و تبلیغاتی نداشته باشد؟

هدف ما در معین اقتصادی شهرداری مشهد تسهیلگری است و جشنواره توسعه کارآفرینی را هم به‌همین منظور طراحی کردیم. اصلا مبنا شعاری و تبلیغاتی نیست؛ زیرا می‌خواهیم ایده‌ها را از صفر به تولید و پشتیبانی از تولید و کارآفرینی برسانیم. درواقع ریل‌گذاری‌های مختلفی را برای تحقق این هدف انجام داده‌ایم. تدوین الگوی کارآفرینی شهری و ایجاد بانک جامع خدمات کسب و کار در مشهد را آغاز کرده‌ایم. هم‌افزایی و هماهنگی در حوزه کسب‌وکار و اشتغال بین سازمان‌های دولتی و بخش خصوصی و کارآفرینان را کلید زده‌ایم. حتی درزمینه کسب‌وکارهای آنلاین و اینترنتی ورود فعالیت و از آن‌ها حمایت می‌کنیم. به‌طور کلی هدف ما تسهیلگری در ایجاد اشتغال بوده است، نه تصدیگری. بنابراین از هر صنف و گروه و هر رده سنی دعوت می‌کنیم که ایده‌های کارآفرینی توسعه شهری خود را به بخش معین اقتصادی شهرداری مشهد بیاورند. همین ایده‌ها می‌توانند مشهد را به شهر کارآفرینی تبدیل کنند.

به‌موضوع کسب‌وکارهای آنلاین و اینترنتی اشاره کردید. حداقل در یک‌سالی که کرونا همه معادلات را بر هم زده است، این نوع کسب و کار اهمیت یافت. به طور مشخص شما چه طرح و برنامه‌ای در این زمینه اجرا کرده‌اید؟

با توجه به تأکید مدیریت شهری مشهد برای ایجاد و توسعه شهر هوشمند، ما از این موضوع بهره گرفتیم تا به استفاده صحیح از فضاهای نوین ارتباطی و بسترهای اینترنتی برای ایجاد اشتغال و رونق مشاغل اقدام کنیم. برای شروع کار بیش از ۱۰۰ شرکت فعال در حوزه کسب‌وکار آنلاین و اینترنتی در مشهد را شناسایی کردیم. در گام بعدی با چند شرکت بزرگ کسب‌وکار اینترنتی تفاهم‌نامه امضا کردیم. یکی از بزرگ‌ترین مشکلات، شناخت شهروندان از فعالیت‌های این شرکت‌های آنلاین بود. تلاش می‌کنیم با هماهنگی دیگر بخش‌های شهرداری بتوانیم از فضاها و معابر مهم مشهد، برای تبلیغات و شناخت این کسب‌وکارهای اینترنتی به مردم استفاده کنیم. همچنین برای رونق مشاغل خانگی و توانمندسازی کارآفرینان، با ۱۰۰نرم‌افزار خرید و فروش محصولات توافق صورت گرفته است.

درزمینه حمایت از کارآفرینی، یکی از حلقه‌های گمشده، شناسایی و جذب سرمایه‌گذار به‌عنوان پشتیبان مالی است که اگر نباشد، درآمدزایی و تولید هم شاید چندان رونقی نگیرد. به‌این منظور برای حمایت از کارآفرینی چه برنامه‌ای اجرا کرده‌اید؟

به‌طور قطع داشتن پشتیبان مالی، یکی از اضلاع مهم کارآفرینی مؤثر است. به این منظور دنبال شناسایی و واردکردن پشتیبان‌های مالی و سرمایه‌گذاران بوده‌ایم. درمجموع ۳۵۵ کارآفرین و ۲۰ پشتیبان شناسایی کرده‌ایم. به‌دنبال پشتیبان برای گروه مشاغل خاص نظیر مشاغل خانگی، سوغات و... نیز بوده‌ایم. در یک‌سال گذشته بیش از ۱۰۰مورد تسهیلات شامل بازار، مکان، تبلیغات و تأمین مواد اولیه برای کارآفرین‌ها فراهم شده است.

گزارش شهرآرا درباره بازار جهیزیه دست دوم که با افزایش مشکلات اقتصادی و گسترش کرونا رونق گرفته است

جهیزیه، در حد نو!

مصطفی توفیقی

گزارش روز

«کرونا» بازارها را تعطیل می‌کند، اما نه هر بازاری را. «گرانی» هم بازارها را کساد می‌کند، اما نه هر «بازاری» را. بازار «خرید عروسی» از آن بازارهایی است که ممکن است از رونق بیفتد اما تعطیل نمی‌شود. «کرونا» و «گرانی» اما حال و روز این بازار را حسابی تغییر داده است. از خرید و تهیه زیورآلات نقره به‌جای طلا، تا تبدیل بازار پرزرق‌وبرق تالارهای عروسی به مراسم کوچک چندنفره، و حالا رفتن بخش شایان توجهی از نوعروس‌ها و نوداماد‌ها و خانواده‌هایشان به‌سمت تهیه «جهیزیه در حد نو»! کرونا بازار «خرید عروسی» را تعطیل نکرده اما این بازار را کوچک‌تر کرده و شکل خرید را هم تغییر داده است. نکته قابل توجه در این میان این است که برخلاف گلایه بیشتر اصناف مرتبط با تشریفات «عروسی»، آن‌طور که محمدمهدی تندگویان، معاون وزیر ورزش و جوانان، می‌گوید: «آمار ازدواج در ۹ماه اول سال ۹۹ با ۰/۳ درصد افزایش روبه‌رو بوده است.» اما افزایش یا دست‌کم ثبات میزان ازدواج‌ها چرا به رونق بیشتر بازار عروسی منجر نشده است؟ یک جواب را شاید بتوان در سخنان چند روز پیش رئیس اتحادیه سمساران و امانت‌فروشان در گفت‌وگو با ایلنا جست‌وجو کرد: «افرادی که در خرید جهیزیه مشکل دارند بعضا به خرید لوازم دست دوم و گاه به خرید لوازم استوک که در کف نمایشگاه‌ها یا مغازه‌ها بوده‌اند، روی می‌آورند. بنیه مالی مردم ضعیف شده و قدرت خرید آن‌ها کاهش پیدا کرده است و بسیاری نمی‌توانند به سراغ اجناس نو بروند. بنده با این موضوع مواجه شده‌ام که گاه خانواده‌ها برای خرید به سمساری مراجعه می‌کنند و اذعان دارند که محصولات را برای جهیزیه خریداری می‌کنند. برآورد من این است که حدود ۱۰درصد از کسانی که جهیزیه تهیه می‌کنند به خرید اجناس دست دوم مبادرت می‌ورزند. بیشتر خرید این افراد مربوط به لوازم برقی مانند یخچال، تلویزیون، اجاق گاز و همچنین مبلمان است. بیشتر خرید آن‌ها مربوط به لوازم مقدماتی است که شروع هر زندگی حتی یک زندگی اولیه به آن‌ها نیاز دارد. گاهی خرید این لوازم دست دوم نیز از توان خانواده‌ها خارج است و از خرید منصرف می‌شوند و دنبال اقلام ارزان‌تری می‌گردند.»

درحدنو

«در حد نو»! این اصطلاحی است که بیشتر خریداران و فروشندگان جهیزیه دست دو برای قانع‌کردن عروس و داماد به تهیه این وسایل خانه به کار می‌برند. موقع خرید لباس عروس به‌جای صفت «دست چندم» از اصطلاحاتی مانند «تن‌پوش دوم» و «تن‌پوش سوم» استفاده می‌شود. به زیورآلاتی که نو نیستند می‌گویند «ویترینی» یا «طرح طلا» هرچه که هست، این‌وسط «کلمات» نقش اساسی را باز می‌کنند تا واژه جای خالی پول را پر کند و خریدار قانع شود به اینکه «حالا چه‌فرقی می‌کند! این‌هم مثل آن.»

این روزها کوچه «خاکی» مشهد، جایی در مرکز شهر که محل خرید و فروش اجناس دست دوم و دست چندم است، از نظر رونق خرید و فروش جهیزیه دست کمی از دیگر بازارهای شهر ندارد که شاید به گفته محمودی، یکی از فروشندگان این محل، «چند وقتی است بازار اینجا از بازار راسته خسروی هم بهتر شده. البته درمجموع بازار مثل قدیم‌ها نیست. مردم کمتری برای خرید می‌آیند، اما خریدهای بهتری می‌کنند. چون خیلی‌ها دنبال جور کردن جهیزیه‌اند و برای تهیه جهیزیه در حد نو حاضرند پول خوبی هم بدهند.» جهیزیه دست دوم یا دست چندمی که این «کهنه‌فروش» می‌گوید البته چندان هم ارزان نیست و به قول خودش «از قیمت کار نو همین اجناس در دو سال قبل هم بیشتر است.»

شکارزدن در کوچه خاکی!

«این هم دست دو است؟» «بله، این یخچال‌ها همه‌شان دست دو هستند، غیر از آن سایدبای‌ساید آن گوشه که نو هست. آن هم مال یک تازه‌عروس بوده، هنوز سر خانه زندگی‌شان نرفته از هم جدا شده بودند. وسایلش هنوز باز هم نشده بود.» دختر جوان به خانم میان‌سال (شاید مادرش) نگاهی می‌اندازد و چیزی می‌گوید. خانم میان‌سال قیمت آن یخچال نو و یخچال دست دومی که دختر جوان درش را باز کرده است و داخلش را برانداز می‌کند، سؤال می‌کند. فروشنده با حوصله قیمت‌ها را می‌گوید. قیمت یخچال نو ۴،۵ میلیون تومان از قیمت فروشگاهی آن کمتر است، یخچال دست دو حدود نصف قیمت آکبند آن است. دختر رو به خانم میان‌سال می‌گوید: «آن یکی را بخریم؟» (منظورش سایدبای‌ساید نو است). خانم دیگر دلیل می‌آورد: «نه، ما که نمی‌دانیم چه از آب درمی‌آید؛ برای چند تومن کمتر ارزش ندارد از اینجا بخریم.» کمی یخچال‌های دیگر را برانداز می‌کند و ادامه می‌دهد: «شگون هم ندارد این‌طوری جهیزیه عروس بخت‌برگشته را ببریم خانه عروس نو.» تا بیایند قیمت بقیه اجناس را بپرسند، فروشنده که حرف‌هایشان را شنیده است، با بی‌حوصلگی از مغازه خود که بیشتر شبیه یک انبار بزرگ کالاهای فراموش‌شده است، بیرون می‌رود.

جلو دکان دیگری از «کهنه‌فروشی‌های کوچه خاکی» دختر و پسر جوانی قیمت ظروف مغازه را از فروشنده سؤال می‌کنند. جواب را شاگرد فروشنده می‌گوید و ادامه می‌دهد: «این‌ها را تازه همین صبح برایمان آورده‌اند، نو نو است. شاداماد توی عقد تصادف می‌کند می‌میرد، همین هفته پیش. خانواده‌ها هم دیگر حال و حوصله فروش تک‌به‌تک این‌ها را نداشتند. آمدند با وانت همه‌شان را اینجا پیاده کردند. این چرخ‌خیاطی و آن آرکوپال‌ها و دو تا کمد داخل و یک گاز فردار هم هست. ماشین لباس‌شویی و ال‌سی‌دی هم داشتند، قیمتش بالا بود به کار ما نمی‌آمد. خواستید شماره می‌دهم با خودشان کنار بیایید. عروس و دامادید دیگر به سلامتی؟ شکار است، هرچه بخرید برد کرده‌اید.» دختر و پسر جوان زیرلب با هم چیزهایی می‌گویند. تشکر می‌کنند و می‌روند سراغ مغازه بعدی.

جهیزیه کهنه در کارتن‌های نو

«کوچه نور» چسبیده به میدان توحید، دیگر راسته کهنه‌فروشان مشهد است. البته «کهنه»های اینجا بیشتر «عتیقه‌جات» است اما کم هم نیستند مغازه‌های کوچک و بزرگی که اجناس دست دوم منزل خرید و فروش می‌کنند. از کابینت و میز و صندلی تا لوازم و برقی و هرچیز دیگر که برای گذران زندگی لازم است. برای رسیدن به مغازه‌های کهنه‌فروشی از کنار دکان‌های فروش مرغ‌وخروس رد می‌شویم تا بارها دعوت شویم به «بفرمایید مرغ، خروس، اردک، بلدرچین» و برسیم به مغازه‌هایی که رنگ و روی در و دیوارشان هم مانند اجناسشان کهنه است. فروشنده‌ای که همکارانش او را «سید» صدا می‌زنند، درباره حال و روز این روزهای بازار کوچه‌نور می‌گوید: «قیمت عتیقه که خیلی گران شده است و عتیقه‌بازها هم دیگر چندان قدرت خرید ندارند، ولی برای اجناس سمساری همیشه مشتری هست، حالا کمی بالاتر پایین‌تر با مشتری کنار می‌آییم و روزی‌مان می‌رسد. الان که نزدیک عید است بازار هم بهتر می‌شود. با این گرانی‌ها، الان خیلی‌ها حتی از شهرستان‌های اطراف می‌آیند اینجا برای جهیزیه جنس جور می‌کنند. یک دستی به سر و روی جنس‌ها می‌کشیم و خیلی وقت‌ها هم می‌گویند برای جنس‌ها جعبه نو جور می‌کنیم و سوار خاور می‌کنیم و می‌فرستیم شهرشان. می‌گویند از مشهد جهیزیه آوردیم و شاید کسی هم متوجه نشود که جهیزیه نو نیست. الان به‌خاطر کرونا جمعه‌بازار هم تعطیل است و مشتری‌های آنجا هم بیشتر می‌آیند همین‌جا.» منظور سید «جمعه‌بازار حاشیه شهر مشهد» است، جایی که به قول خود او «از شیر مرغ تا جان آدمیزاد در آن پیدا می‌شود. بعضی وقت‌ها می‌توانی جنس را به مفت بخری، ولی الان آن‌ها هم زرنگ شده‌اند و قیمت‌های بالا می‌اندازند.»

بازار همیشه زنده کهنه‌فروشی مشهد به کوچه نور، کوچه ثبت و جمعه‌بازار مختصر نمی‌شود. هرجای شهر که باشید، سمساری‌های محلی و روزبازارها اجناسی برای جورکردن جهیزیه «در حد نو» برایمان آماده دارند، اما برای کسانی که می‌خواهند پنهانی‌تر به‌سراغ خرید اجناس دست‌دو برای جهیزیه بروند، بازار بزرگ‌تر، و البته نه مطمئن‌تری هم هست: «اینترنت».

آخرین بازماندگان یک جشن

کافی است یک جست‌وجوی اینترنتی ساده انجام دهید تا به صدها سایت و صفحه و شبکه اجتماعی متصل شوید که با کلیدواژه‌هایی مانند فروش جهیزیه نو، جهیزیه در حد نو، جهیزیه بازنشده و... شما را به خرید و فروش جهیزیه، تک‌به‌تک و معمولا یک‌جا دعوت می‌کنند. اگر بتوانید ریسک خرید این‌طور جهیزیه را به جان بخرید و از خیر گارانتی اجناس و... بگذرید، می‌توانید دست کم ۳۰، ۲۰درصد مناسب‌تر از قیمت فروشگاهی و گاه ارزان‌تر از این قیمت هم جهیزیه خود را بخرید، صدالبته که در این صورت جهیزیه‌ای می‌خرید که نه درست مطابق سلیقه شما، که مطابق سلیقه عروس و داماد قبلی است، عروس و دامادهایی که حالا از عروسی‌شان فقط اجناس باقی مانده است که برایشان به‌دنبال صاحب نو می‌گردند. در یکی از سایت‌های مشهور فروش و تبادل کالا کلمه «جهیزیه» را جست‌وجو می‌کنیم، موردی از موارد جهیزیه نیست که موجود نباشد. با کاربری که همه جهیزیه خود را به فروش گذاشته از طریق چت سایت آشنا می‌شویم و بعد از گرفتن شماره تماس، با او گفت‌وگو می‌کنیم. آقای رضایی می‌گوید که جهیزیه مال دخترش است و پلاستیک روی اجناس هم باز نشده و گارانتی خیلی از آن‌ها هنوز هم معتبر است. می‌گوید زندگی دخترش پیش از رفتن به خانه بخت از هم پاشیده و دخترش هم مریض‌احوال شده و نه پولی برای دوا و درمان او مانده و نه جایی برای نگهداشتن این وسایل که ممکن است تا چند سال دیگر از مد هم بیفتند. می‌گوید: «اگر همه‌شان را با هم بردارید، تخفیف عالی هم می‌دهیم.»

حکایت همه فروشندگان وسایل جهیزیه البته چنین نیست. خانم کاظمی که تعداد شایان توجهی از وسایل آشپزخانه‌اش را در یک سایت فروش عرضه کرده است، به خبرنگار شهرآرا می‌گوید: «پنج سال است سر خانه و زندگی خودمان هستیم اما این وسایل یک بار هم استفاده نشده‌اند. اصلا خیلی از چیزهایی که برای جهیزیه خریده بودیم به کارمان نمی‌آید. با خودمان گفتیم بگذاریم برای فروش تا هم کسی که به کارش می‌آید با قیمت مناسب‌تر بخرد و هم دور و بر خودمان خلوت شود.»

نوبودن یا کارآیی؟

خرید و فروش لوازم دست‌دوم البته نه یک پدیده جهان سومی محسوب می‌شود، نه مختص شرایط اقتصادی جامعه ماست، و نه با فقر و تنگدستی معنا می‌شود. رضا حقیقی، بازرگان جوان و نوآور که تجربه زندگی در آمریکا و اروپا را داشته است، درباره وضعیت خرید و فروش اجناس دست دو در کشورهای اروپایی می‌گوید: «برخورد مردم اروپا و آمریکا در این زمینه-به تمامی-متفاوت است. آمریکایی‌ها با مسائل این‌چنینی راحت‌تر کنار می‌آیند و زیاد در قیدوبند این چیزها نیستند. معمولا به سلامت کالا و خدمتی که از آن می‌گیرند، نگاه می‌کنند. البته مسائل بهداشتی و انسانی را هم در انتخابشان دخالت می‌دهند. برای همین هم در آنجا نسبت به کشور ما خرید و فروش لباس دست دو (به‌اصطلاح تاناکورا) کمتر رایج است و وسایلی که گذر عمر مفید آن‌ها وقت و سلامت شهروندان را دچار آسیب می‌کند، مشتری چندانی ندارند. به‌همین دلیل هم قوانین و هم خود مردم خودرویی را که عمر مفیدشان را کرده‌اند برای استفاده چندباره ترویج نمی‌کنند اما استفاده از وسایل دست دو خانه در آنجا از کشور ما هم رایج‌تر است، و بسیار پیش می‌آید که افراد و خانواده‌ها و شهروندان، وسایلی مثل لباس‌شویی را به‌صورت اشتراکی استفاده می‌کنند. این قضیه البته یک وجه اقتصادی دارد اما وجه مهم‌تر آن، توجه اختیاری یا اجباری شهروندان به استفاده مناسب از انرژی است.» او درباره وضعیت خرید جهیزیه دست دو در کشورهای اروپایی هم می‌گوید: «در اروپا هم فرهنگ بهره‌وری مردم کشورهای مختلف بسیار متفاوت است. البته اروپایی‌ها در مجموع نسبت‌به آمریکایی‌ها زندگی سخت‌گیرانه‌تری دارند و برخی دیسیپلین‌های دست‌وپاگیر برای خودشان قائل‌اند اما درمجموع هم به‌دلیل کوچک‌شدن خانه‌ها و هزینه بسیار زیاد مصرف انرژی و هم اینکه برخی حساسیت‌ها و چشم‌وهم‌چشمی‌های ما در آن‌ها کمتر به‌نظر می‌رسد، اگر جایی احساس کنند می‌توانند از وسیله دست دوم استفاده کنند، از این قضیه شرمگین نمی‌شوند.»

اجناس قابل استفاده دست دو، ناجیان پنهان محیط زیست

فرامرز صولتی، دکترای رشته مهندسی محیط زیست، درباره استفاده از اجناس دست دو به‌عنوان جهیزیه نظر جالبی دارد: «به نظر می‌رسد شهروندان ما خواسته یا ناخواسته ملاک‌های اشتباهی در خریدشان دارند. آنچه برای داشتن یک زندگی سالم و باکیفیت مهم است، نو یا دست‌دوم بودن آن نیست، بلکه تأثیر آن بر کیفیت و سلامت زندگی است. شهروندی که همه سرمایه زندگی‌اش را می‌دهد تا یک خودرو دست‌چندم قدیمی با آلایندگی زیاد خریداری کند که حتی برای خودش هم به‌راحتی قابل استفاده نیست و برای خرید این ماشین شیرینی هم پخش می‌کند، همین فرد وقتی می‌خواهد یک میز چوبی بخرد که برای آن درختی بریده شده است، می‌گوید میز و صندلی کهنه به خانه‌ام نمی‌برم.» او ادامه می‌دهد: «چه ایرادی دارد وقتی اجناسی برای خانواده‌ای دیگر به‌هر دلیل قابل استفاده نیست، اما هنوز مستهلک نشده و قابل استفاده است، کسان دیگری از آن استفاده کنند؛ حالا به اسم جهیزیه یا هر چیز دیگر؟ نو بودن جهیزیه مهم‌تر است یا اینکه محیط‌زیست سالم‌تری داشته باشیم، به خانواده‌هایمان فشار اقتصادی نیاوریم و با آسان گرفتن زندگی، حال بهتری داشته باشیم؟»

خوشبختی با طرح طلا

تغییر تدریجی الگوی خرید «عروسی» اما به جهیزیه محدود نمی‌شود. در بازار طلای مشهد، یکی از فروشنده‌ها به ما می‌گوید که مدتی است بیشتر کسانی که برای خرید عروس به بازار طلا مراجعه می‌کنند، سراغ سرویس‌های نقره را می‌گیرند، سرویس‌های نقره‌ای که طلایی‌رنگ هستند و ظاهرشان با طلا مو نمی‌زند. حین گفت‌وگو با این فروشنده قدیمی بازار طلای مشهد، شاهد از غیب می‌رسد. عروس و داماد جوانی برای خرید سرویس عروس به اینجا آمده‌اند. از صحبت‌هایشان با فروشنده برمی‌آید که با هم توافق کرده‌اند دور از اطلاع خانواده‌ها، داماد موقع عقد سرویس نقره به عروس‌خانم هدیه بدهد، در ظاهر البته سرویس باید طلا به‌نظر برسد. فروشنده آن‌ها را به فروشگاه دیگری در بازار مرمر راهنمایی می‌کند: «برادرم هستند و سرویس نقره طرح طلا هم دارند. با ایشان هماهنگ می‌کنم که تا جایی که راه دارد برایتان مناسب‌تر حساب کنند. خوشبخت بشوید با هم.» اما احتمالا نه فروشنده، نه عروس و داماد جوان، و نه حتی خانواده‌هایی که با تجمل‌گرایی خود به این شرایط اجتماعی دامن می‌زنند، فکر نمی‌کنند که آیا با چنین داستان‌پردازی‌هایی واقعا «خوشبختی» پیش روی آن‌هاست؟ به چه قیمتی؟

به نام طلا، به کام نقره

رئیس اتحادیه طلا و جواهر مشهد در گفت‌وگو با شهرآرانیوز می‌گوید: «بسیاری از واحدهای تولید مصنوعات و تولید طلا به‌دلیل زیادبودن قیمت تعطیل و نیمه‌تعطیل شده و کارگرها بیکار شده‌اند.» باقر معبودی‌نژاد می‌گوید: «امروز به‌ندرت زوج‌هایی هستند که سرویس طلا برای عقد خود می‌خرند، اما با حجم کم و بسیار سبک و قیمت مشخص.» وی با اشاره به گران‌شدن قیمت طلا، بیان می‌کند: «گران‌شدن طلا باعث شده است مردم به خرید نقره رو آورند و درنتیجه طلافروشان و طلاسازان به سمت تولید و فروش نقره تغییر رسته می‌دهند.»

همه این گفته‌ها و شنیده‌ها که حالا نه‌فقط در گزارش‌های این صفحه، که در زندگی تک‌تک ما و اطرافیانمان دنبال می‌شود، یک خبر برای ما دارد: کرونا و شرایط اقتصادی، الگوی خرید عروسی را نیز تغییر داده‌اند. با رفتن کرونا، محیط اجتماعی و شهروندی جدیدی پیش روی ما گشوده می‌شود؛ اینکه ما از این پس چطور عاشق خواهیم شد؛ چطور ازدواج می‌کنیم؛ چطور به خانه بخت می‌رویم و چطور جهیزیه می‌خریم؟ هرچه باشد، یک چیز نباید تغییر کند: ما به اخلاق انسانی خودمان انسانیم، به انتخاب‌های درست و عاقلانه، و به اینکه به خودمان، اطرافیانمان، شهر و محیط زیستمان آسیب نزنیم. روزهای بیماری زیاد و اقتصاد اندک می‌گذرد، کرونا می‌رود و چراغ بازارها روشن‌تر و روشن‌تر می‌شود، اما مهم‌تر این است: در سال‌هایی که سخت می‌گذرند، ما چقدر زیباتر و اخلاقی‌تر می‌مانیم؟ و چقدر برای بهتر زندگی کردن یکدیگر را درک می‌کنیم؟

در اروپا هم فرهنگ بهره‌وری مردم کشورهای مختلف بسیار متفاوت است. البته اروپایی‌ها درمجموع نسبت‌به آمریکایی‌ها زندگی سخت‌گیرانه‌تری دارند و برخی دیسیپلین‌های دست‌وپاگیر برای خودشان قائل‌اند اما درمجموع هم به‌دلیل کوچک‌شدن خانه‌ها و هزینه بسیار زیاد مصرف انرژی و هم اینکه برخی حساسیت‌ها و چشم‌وهم‌چشمی‌های ما در آن‌ها کمتر به‌نظر می‌رسد، اگر جایی احساس کنند می‌توانند از وسیله دست دوم استفاده کنند، از این قضیه شرمگین نمی‌شوند.