

پیمان حصاری باستان شناس و کارشناس گردشگری از ظرفیت و مشکلات منطقه در این حوزه می گوید

در جستجوی تله های گردشگری

پیمان حصاری که ۴۰ بهار را پشت سر گذاشته است، کارشناس گردشگری و یکی از ساکنان منطقه ۹ است. او کارشناسی رشته باستان شناسی و هنر معماری دارد و در مقطع کارشناسی ارشد، برنامه ریزی شهری خوانده است. حصاری علاوه بر این، به عنوان یک باستان شناس در کاوش های باستانی بسیاری حضور داشته و در این زمینه نیز دستی بر آتش دارد. او را به عنوان بنیان گذار تورهای گردشگری شهر داری مشهد می شناسند که از سال ۱۳۸۵ تورهای گردشگری درون شهری و بیرون شهری زیادی را اماندازی کرده است. حاصل تجربه های پیمان حصاری از سال ها فعالیت در حوزه تاریخی، میراث فرهنگی و گردشگری دو کتاب با عنوان «سیمای گردشگری مشهد» و «راهنمای گردشگری و زیارتی» است که چاپ و منتشر شده است. همچنین تهیه پرورشورهای راهنمایی که بعدها برای شناخت مشهد به دست زائران رسید و تملک و احیای ۶ خانه تاریخی در منطقه ۹ ثامن مشهد، از دیگر تلاش های او در زمینه حفظ هویت و معرفی هر چه بهتر مشهد به زائران و مجاوران است. ۲۵ سال کار باستان شناسی و در کنار آن نگارش پایان نامه ای با عنوان «تأثیر تورهای گردشگری در اقتصاد شهری» که در آن، هشتصد مدل تور قابل اجرا را معرفی کرده، او را به یک صاحب سخن در این زمینه تبدیل کرده است. در این بخش گفت و گوی ما با این فعال و کارشناس حوزه گردشگری را می خوانید که به بررسی ظرفیت های منطقه ۹ برای جلب و جذب گردشگر و جهانگرد پرداخته ایم.

این بافتنی مجانی است، اما در آن جا شما را ترغیب یا تشویق می کنند تا با این اثر یک عکس یادگاری ببندازید. این عکس برای شما هزینه دارد. تشنه می شوید، گرسنه می شوید، در کنار این بافتنی نمایشگاه محصولات برپا می شود؛ چشم باز می کنید و می بینید که شما در پایان سفر، ناخواسته هزینه هنگفتی را برای دیدن این اثر متقبل شده اید. نبود این تله های یکی از مشکلاتی است که گردشگری شهری و منطقه ای ما با آن مواجه است.

۱۰ وقتی شهر، روستاها در خودش حل کرد

شهر مشهد و پیرامون آن دارای جاذبه های گردشگری بسیاری است که می تواند فواید و مزایای زیادی را برای شهر به ارمغان بیاورد، اما متأسفانه به دلیل نبود طرح و برنامه درست همیشه با بی مهری روبه رو بوده است. مطالعه نقشه های قدیمی به وضوح نشان می دهد که مشهد در دهه های اخیر به سمت جنوب غرب در حال پیشرفت بوده است. شاید جالب باشد که بدانید در مشهد ۵۲ روستای مدفون وجود دارد؛ یعنی روستاهایی بوده اند که به دلیل پیشروی افقی شهر نابود شده اند. این ۵۲ روستا در زمان پهلوی اول دارای بهترین و حاصلخیزترین زمین ها برای کشت بوده اند، اما متأسفانه این مهم از قلم افتاد و شهر، این روستاها را در خودش حل کرد و در نتیجه روی زمین های حاصلخیز شهر،

ایجاد اشتغال، خودکفایی و توسعه منطقه ای و محلی، تنها چند مزیت کوچک است که می توان برای این صنعت برشمرد. یکی از مشکلات گردشگری ما نبود «تله های گردشگری» است؛ در واقع ما برای جذب گردشگر در قدم اول نیاز به ایجاد «تله های گردشگری» داریم. یک خاطره تعریف کنم: چندسال پیش به دعوت یکی از اساتید تاریخ فرانسه به بازدید موزه «لوور» پاریس دعوت شدم. روز بازدید، بدون پرداخت هیچ هزینه ای وارد موزه ای هشت طبقه شدم. خیلی تعجب کردم. اساتیدی که مرا دعوت کرده بود گفت: «یادت هست ما برای بازدید موزه طوس آمدم و از ما ورودی گرفتند؟ موزه های ما رایگان است.» در داخل موزه پس از چند دقیقه ای گشت زنی، تشنه شدم؛ آن جا یک بطری آب معدنی به قیمت ۵ دلار خریدم. یک ساعت بعد در طبقه دوم گرسنه شدم؛ یک ساندویچ خریدم و برایش ۴۰ دلار پول پرداخت کردم. در پایان روز هنوز در موزه بودم و وقتی حساب کردم، دیدم در همین چند ساعت به پول ایران پانصد هزار تومان هزینه کرده ام. این یک نمونه از «تله های گردشگری» است؛ یعنی شما ورود به مکان های گردشگری را برای عموم سهل و آسان کنید، اما او را در حین بازدید و گردش وادار به پرداخت هزینه کنید بدون اینکه خودشان متوجه ماجرا شوند. یک خانم در مکزیک، بزرگترین بافتنی جهان را یافته است. گردشگران زیادی سالانه برای بازدید از این بافتنی به مزرعه او می روند. دیدن

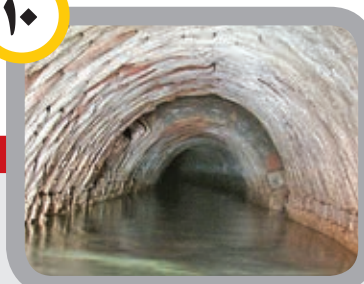
باید هر منطقه یک برند گردشگری داشته باشد گردشگری زیرشاخه های بسیاری دارد که شامل ابنیه، آثار تاریخی، موزه ها، بوستان ها، پارک ها، فضاهای سبز و فروشگاه ها می شود. در کنار همه این ها هر شهر برای خود برندی دارد؛ به طور مثال نیشابور را شهر «قلمدان های مرصع» می دانند و زنجان با «گنبد سلطانیه» و چناران با «میل رادکان» در اذهان عمومی ثبت شده است. گردشگران، مشهد را علاوه بر آستان حضرت رضا (ع) و مقبره حکیم ابوالقاسم فردوسی در طوس با برند موج های آبی می شناسند؛ در حالی که برند در کلان شهرهای دنیا و کشورهای پیشرفته، تنها مخصوص یک شهر نیست و در گردشگری مدرن، این مناطق و محله های شهری هستند که به طور مجزا برای خود یک برند گردشگری دارند؛ چیزی که هنوز در کشور ما به وجود نیامده است.

۸ نبود تله های گردشگری

ما در مشهد و حتی منطقه ۹ با جاذبه های گردشگری فراوانی روبه روستیم، اما متأسفانه هرگز نتوانسته ایم آن طور که باید و شاید از این منابع برای جذب گردشگر و جهانگرد استفاده کنیم. امروزه گردشگری در دنیا، یک صنعت پول ساز است که می تواند آورده های بسیاری برای یک شهر و منطقه داشته باشد؛ صنعتی که متأسفانه در ایران با داشتن جاذبه های توریستی بسیار رونقی ندارد.



معرفی چند جاذبه گردشگری منطقه



قنات های باغ «ملک»: تنها منبع آبیاری باغ بزرگ «وکیل آباد». قناتی کلی است که به دستور حاج حسین آقا ملک ساخته شده است. سر چشمه این قنات در بند «گلستان» قرار دارد که دارای سه مظهر است. این قنات ۴۴ متر عمق دارد.



کوشک های «ملک» با قدمت ۷۵ سال در داخل باغ «وکیل آباد» در ست در کنار مجسمه معروف آقای ملک قرار دارد. دو خانه دو قلو که تفرجگاه تابستانی ارباب باغ بوده و این روز ها یکی به موزه «تاکسی درمی» و دیگری به موزه «کوهر شاد» تبدیل شده است.



در پارک موزه «علوم زمین» مشهد ۷۰۰ نمونه کانی، ۱۰۰ نمونه سنگ ۱۴ نمونه عناصر طبیعی، بیش از ۵۰۰ نمونه فسیل، ۶۰ نمونه سنگ های قیمتی و نیمه قیمتی برای بازدید عموم به نمایش گذاشته شده است. قدمت قدیمی ترین فسیل های موجود در این موزه، مربوط به بیش از ۵۰۰ میلیون سال پیش است.