خبر

آسیب زلزله کرمان، به قنوات و آثار تاریخی راور

به گفته مدیرکل میراث‌فرهنگی کرمان، بر اثر زلزله‌ای که صبحگاه روز جمعه در عمق ۱۰ کیلومتری زمین هجدک در استان کرمان را لرزاند، اکثر قنوات بخش کوهساران شهرستان راور آسیب دیده‌اند. محمود وفایی تصریح کرد: «۱۰۰ قنات در این مناطق نیز آسیب دیده‌اند و حتی برخی از آنها به‌صورت کامل کور و دچار گرفتگی شده است.»

به گفته وفایی، احتمال می‌رود به ۱۰ تا ۳۵ درصد اکثر بافت‌های تاریخی روستاهای منطقه کوهساران شهرستان راور در استان کرمان آسیب‌های جدی وارد شده باشد.

خبر

درباره روش‌های تخفیف چه می‌دانیم؟

تخفیف تورهای گردشگری از نگاه آژانس‌ها و گردشگری

بهنام اسلمی*

پیش از این از انواع مختلف جشنواره‌های فروش سفر و تورهای گردشگری گفتیم و اینکه هر کدام چگونه می‌توانند در کسب و کار شما موثر باشند. حالا این سوال ایجاد می‌شود که انواع مختلف تخفیف‌ها کدامند و چگونه می‌توان آنها را در جشنواره‌ها جای داد.

اما انواع تخفیف‌ها کدامند؟

۱. تخفیف درصدی یا ریالی: این نوع، از رایج‌ترین تخفیف‌ها است. هرچقدر که از سود خود کم کنید، ممکن است این شانس به‌وجود آید که به تعداد مشتریان‌تان افزوده شود.

۲. تخفیف مدت‌دار: یکی دیگر از رایج‌ترین انواع تخفیف‌ها، امکان ارائه تخفیف در بازه زمانی خاص است. این بازه زمانی باید به شکلی باشد که در خریدار هیجان و شتاب ایجاد کند، در محدوده‌ای تعریف شود که امکان تامین مالی برای خریدار وجود داشته و نباید آنقدر کوتاه باشد که خریدار نتواند تصمیم بگیرد. مثلا «تا دهم هر ماه»، «تا شب عید» یا «برای یک هفته»، زمان‌هایی هستند که برای ارائه تخفیف می‌تواند مناسب باشد.

۳. تخفیف با ارائه هدیه: با خرید تور، هدیه‌ای را به مشتری خود تقدیم کنید. این هدیه می‌تواند از جنس محصولات‌تان باشد یا به شکل دیگری تعریف شود. ارائه هدیه به مشتریان هم باعث می‌شود که یک ارزش افزوده در ذهنشان خلق شود و هم خوشحال شوند. در نهایت این تخفیف، برند شما را در ذهن‌ها ماندگارتر می‌کند.

۴. تخفیف اعتباری: در این خصوص مثلا می‌توانید بگویید کسانی که در زمستان با شما سفر کرده‌اند، برای نوروز ۵ یا ۱۰ درصد اعتبار سفر خواهند داشت. این تخفیف باعث می‌شود تا مسافر برای درازمدت روی شما حساب باز کرده و هیجان‌زده شود.

۵. تخفیف گروهی: ارائه تخفیف‌های گروهی در فروش تور می‌تواند بسیار جذاب باشد؛ چرا که مسافران می‌توانند با دوستان و اعضای خانواده‌شان به سفر بروند. اگر شما تخفیفی را برای گروه‌ها در نظر بگیرید، مانند این است که تعداد زیادی بازوی کمکی برای افزایش فروش ایجاد کرده‌اید. آنهایی که با تمام توان گروه‌هایی را ایجاد می‌کنند تا از شما تخفیف یا امکانات دیگری را بخواهند.

۶. تخفیف ترکیبی: از ترکیب موارد بالا با هم، می‌توان یک تخفیف متفاوت ساخت. مثلا می‌توانید بگویید اگر در پایان هفته با شما سفر کنند ضمن برخورداری از ۱۰ درصد تخفیف می‌توانند از ۵ درصد اعتبار برای سفرهای بعدی نیز بهره‌مند شوند.

تخفیف‌های جذاب از نگاه مشتریان

علاوه‌بر اینها باید توجه داشته باشید که تخفیف‌های شما مورد علاقه مشتریان نیز باشد. اما چه تخفیف‌هایی برای آنها جذاب است؟

۱. تخفیف‌های شگفت انگیز: شاید برای شما هم پیش آمده باشد که اصلا قصد جدی در خرید نداشته‌اید اما نتوانسته‌اید در برابر تخفیفی مقاومت کنید و در کمال ناباوری با کیسه‌هایی پر، از مغازه بیرون آمده‌اید. قیمت برای بسیاری از مشتریان مزیت رقابتی محسوب می‌شود، در نتیجه در برابر تخفیف‌های شگفت‌انگیز مقاومت کمتری وجود دارد.

۲. روزها یا ساعاتی با بالاترین تخفیف: در تمام جهان باب است که در ساعت‌ها یا روزهایی برای مشتریان تخفیف‌هایی ویژه در نظر می‌گیرند. مثلا کافه‌هایی در عصر روزهای شنبه کیک را مجانی می‌دهند یا اینکه سینماها یک روز در هفته، بلیت‌هایشان را نصف قیمت می‌فروشند. یک آژانس گردشگری هم می‌تواند گشت‌های نیم‌روزه رایگانی را به مسافرانش ارائه کند. این تخفیف‌ها باعث می‌شود تا کالاهای دیگری که دارید دیده و مردم بیشتری از حضور و محصولات‌تان مطلع شوند.

۳. قابل بازگو کردن به دیگران: کاری کنید درباره شما و تخفیف‌های جادویی‌تان برای دوستان‌شان بگویند و خودشان چند بار تبلیغات‌تان را برای دیگران بفرستند. از یاد نبرید که ابزارهای مناسبی برای سهولت در به‌اشتراک‌گذاری‌ها در اختیار مشتریان‌تان قرار بدهید؛ مثلا لینک‌ها یا آدرس‌های ایمیل درست و قابل کلیک کردن تعبیه کنید.

۴. قوانین ساده: برای سردرآوردن درباره بعضی از جشنواره‌ها انگار باید مسلط به حل فرمول انتگرال سه گانه باشیم! مشتری باید بتواند به‌سادگی مبلغ تخفیف را حساب و آن‌را درک کند. قوانین پیچیده نمی‌گذارند مشتری به ما و جشنواره طراحی شده اعتماد کند و حتی شاید فکر کند که داریم چیزی را پنهان می‌کنیم.

۵. بدون دروغ: اگر می‌خواهید تخفیف بدهید، واقعا تخفیف بدهید. بعضی وقت‌ها مردم جذب آگهی می‌شوند و در جشنواره شرکت می‌کنند اما در زمان پرداخت پول می‌فهمند که باید به بهانه‌های دیگر پول بیشتری بدهند. کلمات را با دقت انتخاب کنید، در مقابل مشتریان شفاف عمل کنید و همواره برای فهم آنها احترام قائل شوید.

۶. جشنواره‌هایی با محدودیت‌های زمانی و کالایی: تا فردا وقت دارید سفری را که «فقط یکی» از آن باقی مانده است را با ۵۰ درصد تخفیف بخرید! آیا امکان خرید شما بیشتر نمی‌شود؟ برخی روانشناسان معتقدند، مردم در برابر محدودیت زمانی مقاومت کمتری دارند، احتمال خرید آنها بالا می‌رود و سریع اقدام خواهند کرد.

۷. تخفیف روی محصولات پرفروش: نیاز بازار باعث می‌شود محصولاتی طرفداران بیشتری داشته باشند. وقتی روی محصولات پرفروش تخفیف بگذارید مورد توجه بیشتری قرار می‌گیرید. با یک تخفیف ناگهانی ممکن است موفق شوید به بخشی از بازار بفروشید اما شاید برخی دیگر با خودشان بگویند، این محصولات دیگر ارزشی ندارند که ارزان شده‌اند! برای گذر از این آسیب همراه با تبلیغات، آمارهایی صادقانه ارائه کنید که نشان دهد محصولات مشکلی ندارند و شما به‌خاطر تغییر فصل، جلب رضایت مشتری یا حمایت از جامعه هدفی خاص این تخفیف را گذاشته‌اید.

*** مشاور توسعه کسب‌وکار**

معرفی جاذبه‌های گردشگری کرمان در «ترکیش ایر»

قرار است جاذبه‌های گردشگری استان کرمان در همه پروازهای ترکیش ایر تبلیغ شود.

علی اصغر مونسان رئیس سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کشور از پیوستن تبریز، یزد، اهواز، همدان و کرمان به شبکه تبلیغاتی شرکت هواپیمایی ترکیه خبر داده است.

او گفته از این پس در تمام پروازهای هواپیمایی ترکیه، در مانیتور داخل هواپیما این پنج شهر کشورمان تبلیغ می‌شود. همچنین مجلاتی که در داخل هواپیما توزیع می‌شوند این پنج شهر را تبلیغ می‌کنند. به گفته او، تمام آژانس‌های هواپیمایی در سراسر جهان که با ترکیش‌ایر در ارتباط هستند هم جاذبه‌های این پنج شهر را تبلیغ می کنند.

ایسنا نوشته که طبق مطالعاتی که دفتر تبلیغات بازاریابی معاونت گردشگری انجام داده، در بازارهای اروپا برای جذب هر گردشگر خارجی حدود دو دلار هزینه تبلیغات می‌شود و کشورهایی مثل ترکیه و مالزی شش تا ۹ دلار و برخی کشورها نیز که ناشناخته‌تر هستند ۱۴ تا ۴۰ دلار خرج می‌کنند، درحالی که سهم ایران حدود ۲۰ سنت (تقریبا ۷۰۰ تومان) برای جذب هر گردشگر است. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری سال ها است که اعتبار کلان تبلیغات گردشگری را رسما اعلام نکرده است.

لحظه‌های خاطره انگیز در یکی از بهترین مقاصد پاییزی

سفر به بیابانی جهانی

در شرایطی که هر روز هوا بیشتر رو به سردی می‌گذارد، کویرها و بیابان‌های کشور بیشتر میزبان گردشگران و طبیعت‌گردانی هستند که علاقه‌مندند این بخش از طبیعت جذاب ایران را نیز کشف کنند. بسیاری از مردم، به‌ویژه پایتخت‌نشینان ترجیح می‌دهند بیشتر سفر به کویرهایی را تجربه کنند که به محل سکونت آنها نزدیک‌تر است؛ اما واضح است کویرها و بیابان‌هایی که از مرکز و پایتخت دورتر هستند به مراتب دست‌نخورده‌تر و بکرتر هستند.

حالا اگر این بیابان تنها اثر طبیعی ثبت‌شده جهانی ایران هم باشد، جاذبه‌اش چند برابر می‌شود. راهی بیابان لوت شوید؛ منطقه‌ای که وسعت آن بخش‌هایی از سه استان شرقی ایران را دربرگرفته. خراسان جنوبی، کرمان وسیستان و بلوچستان از سال گذشته این افتخار را دارند که اولین اثر طبیعی ثبت جهانی ایران را در خود جای دهند و از عواید گردشگری و اقتصادی آن بهره ببرند. پدیده‌های ژئومورفولوژیکی منحصر به فردی که در کویر لوت طی هزاران سال شکل گرفته و باعث شده این منطقه به‌عنوان یک ناحیه منحصر به فرد در جهان از لحاظ ویژگی‌های ژئومورفولوژیکی از بیش از نیم قرن پیش، دانشمندان و گردشگران زیادی را به این منطقه بکشاند. لوت به سه بخش شمالی، جنوبی و مرکزی تقسیم می‌شود. وسیع‌ترین و پست‌ترین قسمت بیابان لوت را «لوت مرکزی» تشکیل می‌دهد و ارتفاع پست‌ترین نقطه آن از سطح دریا ۱۹۰ متر است.

شهر افسانه‌ای کلوت‌ها، مرتفع‌ترین هرم‌های ماسه‌ای دنیا، ۴۰ مخروط آتشفشان کواترنر، پهنه‌های وسیع ماسه و ریگ با طیف رنگی قهوه‌ای روشن تا خاکستری و سیاه نظیر «گدار باروت»، گدازه‌های بازالتی نظیر «گندم بریان»، پهنه‌های شنی مواج، بزرگ‌ترین نبکاهای جهان، مرتفع‌ترین ربدوها، کویر پاشتری و هامادا یا همان دشت‌هایی از ریگ و رود شور تنها بخشی از شگفتی‌های بی‌نظیر دشت لوت هستند. کلوت‌ها یا یاردانگ‌های لوت که از مهم‌ترین جاذبه‌های طبیعی این منطقه هستند، مشخص‌ترین نمونه فرسایش آبی و بادی در بیابان‌ها شناخته می‌شوند و به شکل تپه‌های منفرد یا رشته‌های موازی خود را نشان می‌دهند. این کلوت‌ها را می‌توان در بخش غربی لوت مرکزی یعنی در ۴۳ کیلومتری شهر شهداد در استان کرمان مشاهده کرد. وقتی از شهداد به طرف کلوت‌ها می‌رویم، جایی که حدودا ۲۰کیلومتر از این شهر فاصله گرفته‌ایم و در نزدیکی‌های روستای شفیع‌آباد هستیم، درختان و درختچه‌های گز را می‌بینیم که در تپه‌های شنی تثبیت‌شده توسط گیاه، گلدان‌های بیابانی طبیعی را ایجاد کرده‌اند که «نبکا» نامیده می‌شوند؛ یکی از عارضه‌های طبیعی که به‌واسطه بی‌نظیر بودنشان در جهان، از جمله دلایل ثبت جهانی لوت بوده‌اند.

برای رسیدن به بخشی از بیابان لوت، کافی است از کرمان و در جاده‌ای که به سمت جنوب شرقی شهر به سمت شهداد می‌رود، حدود یک ساعت و نیم حرکت کنید. سرراه خود سیرچ را ببینید؛ روستایی که در یک منطقه کویر واقع شده اما ییلاقی است. بعد از سیرچ نیز شهداد، زیارتگاه و شفیع‌آباد را خواهید دید. بعد از شفیع آباد باید کم‌کم منتظر نبکاها و کلوت‌ها باشید. برای اقامت هم نگران نباشید. در شفیع‌آباد هم اقامتگاه بوم‌گردی وجود دارد و هم کمپ‌های کویری مناسبی که شبی زیبا را در کویر برای شما رقم خواهد زد. اما بهترین سوغات را هم می‌توانید از خانه صنایع‌دستی در حوالی شفیع‌آباد و از سبدهایی که زنان منطقه با عشق بافته‌اند، تهیه کنید.

رئیس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان:

خروج کرمان از تحریم های گردشگری

رئیس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان کرمان گفت: این استان با روی کار آمدن دولت تدبیر و امید از تحریم گردشگری بیرون آمد.

مهدی سیاوشی در نشست هیئت رئیسه اتاق بازرگانی استان کرمان با مجمع نمایندگان استان با بیان اینکه کرمان بیش از ۱۰ سال در تحریم کشورهای اروپایی بود گفت: هم اکنون ایران تنها در لیست نارنجی ۲ کشور ژاپن و فرانسه است و از آن نیز باید خارج شود. وی با بیان اینکه زلزله بم، گردشگری استان کرمان را تحت تاثیر قرار داده است اظهار کرد: بسیاری از اخبار امنیتی و کشف قاچاق تصویر بدی در اذهان عمومی در راستای جذب گردشگر در استان کرمان ایجاد کرده است.

رئیس کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان کرمان گفت: این کمیسیون شرکت توسعه گردشگری و کرمان ۱۴۰۰ را تعریف کرده و نشریاتی برای توسعه گردشگری این استان به چاپ رسانده است.

وی با بیان اینکه برای جذب گردشگران باید جوایز و مشوق صادراتی اختصاص یابد افزود: کرمان نخستین استانی است که قراردادی با یک شرکت از کشور اسپانیا برای طرح جامع گردشگری در حال تصویب کردن است.

سیاوشی عنوان کرد: کمیسیون گردشگری در مجلس شورای اسلامی با پیگیری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی کرمان ارائه شده است و نمایندگان استان در مجلس شورای اسلامی برای تصویب آن کمک کنند.

وی گفت: نمایندگان مردم کرمان با پیگیری برای برقراری پرواز خارجی به استان کرمان کمک کنند زیرا این استان پس از سیستان و بلوچستان کمترین گردشگر خارجی را دارد.

نایب رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان کرمان افزود: هم اکنون هیچ پرواز خارجی از فرودگاه این استان وجود ندارد ولی با پیگیری استاندار کرمان ویزا از فرودگاه بین المللی هاشمی رفسنجانی کرمان صادر می شود.

سازمان جهانی گردشگری منتشر کرد

غذاهای محلی، مکمل تجربه گردشگری

در پرداختن به حوزه گردشگری، نباید اسیر اعداد شد. نمی‌توان تاثیر افراد را فراموش کرد، زیرا یکایک آنها، قلب تپنده گردشگری هستند. سازمان بین‌المللی گردشگری در کتابی با عنوان «داستان‌های گردشگری: داستان من، جامعه من، آینده ما» سرگذشت کسانی را روایت می‌کند که برای توسعه گردشگری و ایجاد تغییری مثبت در اجتماع پیرامون خود کوشیده‌اند و لحظات به یاد ماندنی برای گردشگران ساخته‌اند. این کتاب، بازتاب تکاپوی افرادی است که ظرفیت‌های جوامع خود را خلاقانه بارور ساخته‌اند و تاریخ و سنت‌های سرزمین‌شان را احیا کرده‌اند تا از آنها سنگ بنایی برای آینده بسازند. ۲۸ روایت از سراسر جهان در این کتاب گنجانده شده است. هر هفته، یکی از آنها را با شما به اشتراک می‌گذاریم.

نام من بندیکتا آلخو وارگاس است. من اهل سن‌لورنزو در بخش اورواپان مکزیک هستم و این داستان من است. پدرم، دومینیگو آلخو آمادو، سال‌ها پیش فوت کرد. مادرم، استر وارگاس ریس، هنوز زنده است. پدرم کشاورز بود و مادرم روزها به انتظار او می‌نشست تا با خرگوش، قارچ، یا گیاه کلیته از مزرعه به خانه بازگردد. مادرم مشتاقانه به انتظار می‌نشست تاخوراک خرگوش یا کلیته بپزد یا آتاپاکوا یا بشقاب قارچ را آماده کند. من آشپزی را از مادربزرگم، ماکسیمینا آمادو کروز، یاد گرفتم.

وقتی پدرم مُرد تنها سه سال داشتم. پس از آن مادرم مجبور شد بیشتر کار کند. او غذاهای گوشتی تهیه می‌کرد و می‌فروخت. من از کار او دل خوشی نداشتم؛ زیرا وقتی آتاپاکوا یا چیروتی گوشت درست می‌کرد، از من می‌خواست که برای آوردن آب به چشمه بروم. سن لورنزو تنها یک چشمه داشت و با یک سطل به دنبال آب می‌رفتم. آنجا با همسرم آشنا شدم.

همسر من کشاورز است و به من در پرورش سبزیجات و صیفی‌جات کمک می‌کند. من هر روز ساعت ۵ صبح بیدار می‌شوم و به تپه می‌روم. در آنجا به گیاهانم رسیدگی می‌کنم. تاکنون بارها به آمریکا سفر کرده‌ام. بار اول سوار شدن به هواپیما برایم ترسناک بود. با خودم می‌گفتم:«به کجا می‌روم؟ آنجا خیلی دور است!»

امروزه برای کار آشپزی به‌طور مرتب به آمریکا می‌روم. زمانی که به تپه می‌روم با گل‌ها و درختان و سبزی‌هایم حرف می‌زنم. به کلیته‌هایم می‌گویم وقتی آنها را می‌بُرَم از من دلگیر نشوند چرا که به پختن آنها محتاجم. به آنها می‌گویم برای این می‌برمشان که طعم خوبشان را به مردم بچشانم و به همه نشان بدهم که آنها چقدر خوش‌طعم و زیبا هستند. از آنها می‌خواهم از من کینه‌ای نداشته باشند، چرا که من با کمک آنها می‌توانم فرزندانم را بزرگ کنم. به گیاهانم عشق می‌ورزم و به لطف خدا تکیه می‌کنم که ذوق آشپزی را در وجود من نهاده و مرا در کارم یاری می‌کند. مادربزرگم طبخ ۱۵ غذای محلی را به من آموخت. بعدها خودم غذاهای دیگری هم ابداع کردم. بسیاری از مواد لازم برای طبخ غذاهایم را خودم کشت می‌کنم. ذرت، گشنیز، نعناع و گوجه فرنگی‌هایم را خودم پرورش می‌دهم. دلیل علاقه مردم و طعم خوب غذاها همین است.

گردشگران بسیاری از دستپخت من لذت برده‌اند و با غذاهای مکزیکی آشنا شده‌اند. آنها درباره زندگی خودشان و غذاهای خودشان با من حرف می‌زنند، بعضی هم مرا به شهر و دیار خودشان دعوت می‌کنند. به همین دلیل بود که با «روبرتو» عازم واتیکان شدم. او یک روز در اینجا میهمان من بود و گفت باید تو را با خودم به واتیکان ببرم. او مقدمات سفر را فراهم کرد و مرا برای شرکت در یک فستیوال آشپزی به آنجا برد. در واتیکان کلیساهای زیبایی دیدم و با شخص پاپ هم دیدار بسیار کوتاهی داشتم که تجربه معنوی فوق‌العاده‌ای بود. این فرصتی بود که تنها از طریق فعالیتم در حوزه گردشگری برای من ایجاد شد. من و خانواده‌ام با هم کار می‌کنیم و شبیه حلقه‌های یک زنجیر به هم وابسته‌ایم. من قطب خانواده‌ام هستم. در جامعه ما عموما مردان سرپرستی خانواده را برعهده دارند، اما درخانواده ما این‌طور نیست. ما در کنار هم و برابر هستیم و زنان در تمام امور خانواده نقش محوری دارند. من یک زن شجاع و موفق از فرهنگ پورپچا هستم؛ زنی قوی که با تکیه بر لطف خدا و توانایی خودم پیش می‌روم و به کاری مشغولم که به آن عشق می‌ورزم.

درباره گردشگری غذا در مکزیک

بندیکتا در دومین شهر بزرگ ایالت اورواپان مکزیک زندگی می‌کند؛ جایی که آووکادو به وفور یافت می‌شود. بندیکتا آلخو وارگاس عمرش را صرف طبخ غذاهای محلی لذیذ مکزیک کرده است؛ غذاهایی که دستور پختشان را از مادر و مادربزرگش فراگرفته است. عشق او به آشپزی موجب آفرینش مجموعه‌ای غنی از غذاهای جدید و خوش‌طعم شده است.

همان‌طور که گردشگران با فرهنگ مکزیک آشنا می‌شوند، پرزهای چشایی‌شان نیز هنر ویژه بندیکا را پذیرا می‌شود. قریحه بندیکتا در آشپزی مکمل غنای فرهنگی و تاریخی شهر است. سن لورنزو رفته رفته به مقصد شناخته‌شده برای گردشگرانی بدل می‌شود که لذت ناب غذاهای محلی و بافت فرهنگ بومی را قدر می‌دانند.

یادداشت

چراغ کلوت

محسن جلالپور*

یکی دو النگو و یک جفت گوشواره و شاید هم حلقه نامزدی،تنها دارایی آنها بود.

مرد از مدت‌ها پیش بیکار بود و زن، کاری ازدستش برنمی‌آمد.

نداری و بیکاری بدجوری به آنها فشار آورده بود. باید کاری می‌کردند. یک روز تصمیم گرفتند با فروش همین مقدار طلا،کاری دست و پا کنند. مرد طلاهای زنش را برداشت و به بازار رفت. فروخت و با پول اندکی که به دست آورد،خاک و آجر و چوب تهیه کرد.آن طرف حیاط،کنار در ورودی، دو اتاق ساخت.

شبیه اتاق‌های قدیمی. دیوارهای خانه را سفید کرد و روی طاقچه فانوس گذاشت.

قالیچه رنگ و رو رفته یادگار عمه‌اش را پهن کرد و کرسی قدیمی را وسط اتاق برپا کرد.

عروسک‌های دست ساز همسرش را روی صندوق چوبی گذاشت و قابلمه های مسی مادرش را از انبار بیرون آورد.

موتورش را سوار شد و به کلوت رفت .غروب کلوت دیدنی است و هرکس که می‌خواهد غروبش را ببیند،به شب می‌خورد. به گردشگران خبر داد که سرپناهی ساخته و می‌تواند با غذای محلی میزبانشان باشد.

اوایل کسی رغبت نمی‌کرد. اما یکی دو نفر که آمدند و لذت خواب در خانه کویری را چشیدند ،به دیگران هم گفتند. اتاق‌های گِلی کم کم شهره شدند و مرد با درآمد اندکی که به دست آورد،دو اتاق دیگر ساخت.

نان و گوشت محلی با خاطره شب بیداری و نجوا زیر آسمان کویر ، خیلی‌ها را وسوسه کرد.آن قدر آمدند و رفتند که مرد دوباره توانست کمر راست کند.برای زنش طلا خرید و به دخترش لباس و کفش هدیه داد و برای مهمانخانه اش،ظرف و گلیم تهیه کرد.

شهرتش آن قدر فراگیر شد که به گوش مقامات دولتی هم رسید.

خواستند تکریمش کنند. صدایش کردند تا در جمع نامش را بلندآوازه کنند. خودش نرفت و دختر ۱۲ ساله اش را به مراسم فرستاد. مقام دولتی از موفقیت‌هایشان گفت و از دختر خواست،خواسته‌اش را بگوید.

گفت: هیچ نمی‌خواهیم،فقط مرحمت کنید و تیر برق را به خانه مان برسانید.مهمان‌ها طاقت گرما و سرما ندارند و از تاریکی گلایه می‌کنند.

مقام دولتی قول داد سه ماهه،روشنایی را به مهمانسرایشان هدیه کند.همه دست زدند و دختر با خوشحالی به خانه بازگشت.

سه ماه و ۳۶۵ روز از وعده دولت گذشت اما تیر برق به مهمانسرا نرسید.

روزها نگاهشان به در بود و شب‌ها در تاریکی انتظار می‌کشیدند.طاقتشان طاق شد و صبرشان به پایان رسید.

مرد مثل آن‌روز که به بازار رفت تا طلای زنش را بفروشد، راه شهر و اداره برق در پیش گرفت.

از بدعهدی مقام دولتی گفت و از این که چشم به راه است تا دولت چراغی هدیه‌اش کند.خدا خیرشان دهد. خیالش را راحت کردند. گفتند معطل این وعده‌ها نباش.

پرسید چه کنم؟

گفتند: خودت. این کار فقط از خودت بر می‌آید.

راه و چاه را نشانش دادند.

دست در جیب کرد و به حساب دولت پولی ریخت و مدتی بعد،تیر به خانه‌اش رسید.

با آمدن برق و روشن شدن مهمانسرایش،رفت و آمدها چند برابر شد.

دوباره آوازه‌اش در شهر پیچید و مقامات دولتی این بار خواستند شخصا به مهمانسرایش بروند.

به راه افتادند.

مرد که شنیده بود دولتی‌ها قرار است به دیدنش بیایند،پیام داد «بیایید،قدمتان روی چشم،اما قلبم با شما نیست.مرد کویری مهمانش را پس نمی‌زند اما شما قول دادید و عمل نکردید.»

پیامش،مقامات دولتی را شرمنده کرد و از رفتن پشیمان شدند.

***

با شربت خرما از مهمانانش پذیرایی می‌کند.شیرین سخن می‌گوید.خوشمزه و دلچسب. پیش خودم فکر می‌کنم بخش خصوصی که می‌گویند،یعنی این مرد.نه زیادنه کم. نه وابسته است و نه دل‌بسته.آزاد است و بی منت زندگی می‌کند. چراغش را خودش روشن کرده و چرخ کسب و کارش را خودش می گرداند.

روشنایی خانه‌اش بیش باد.

پ ن: در نواحی بیابانی، به برجستگی‌های بین شیارهای U شکل کَلوت می‌گویند.

طرح خانه مسافرها همچنان پابرجاست

معاون سابق گردشگری گفت: «جریان به‌وجود آمده در خانه مسافرها هیچ وقت با اعتراض افرادی که می‌خواهند مدیریت آنها را به‌عهده بگیرند، متوقف نمی‌شود.»

به گزارش خبرگزاری مهر، مرتضی رحمانی موحد درباره اینکه هتلداران به ایجاد خانه مسافرها و فعالیت آنها در شهرهای پرگردشگر اعتراض داشته و خانه مسافرها را رقیب خود می‌دانند، گفت: «این طرحی نبود که ما اول آن را اجرا کرده باشیم در گذشته هم این خانه مسافرها به شکل و با اسامی دیگر فعالیت می‌کردند.» رحمانی موحد بیان کرد: «خانه مسافرها واقعیتی بود که دولت یازدهم با آن روبه‌رو شد. در آیین‌نامه تاسیسات گردشگری، چیزی به نام خانه مسافر وجود نداشت. حتی بومگردی هم تا قبل از سال ۹۴ در آیین‌نامه دولت نبود. اما زمانی که ما تنوع اقامتگاه‌ها، فعالیت‌ها و همبستگی بین زنجیره خدمات را ارزیابی کردیم، متوجه شدیم که باید با چنین پدیده‌ای نیز روبه‌رو شویم.» معاون سابق گردشگری ادامه داد: «آیین‌نامه ایجاد و تاسیسات گردشگری با نظر افراد مختلفی اصلاح شد. در مرحله اول حدود ۱۶ استان جزو استان‌های هدف ما بودند.