



گفت‌وگو با «سیدمهدی طیب‌زاده» رییس اتاق بازرگانی کرمان

عبور از توسعه اتفاقی به توسعه آگاهانه



**شهداد و لوت می‌توانند در افق ۱۴۱۰
به الگویی ملی از توسعه پایدار بیابان
تبدیل شوند؛ جایی که گردشگری
تجربه‌محور، کشاورزی بهره‌ور و صنایع
خلاق در کنار هم رشد می‌کنند و
حکمرانی هماهنگ، محیط‌زیست
حساس لوت را حفاظت می‌کند.**



شفیع‌آباد بیش از آنکه یک روستای استثنایی باشد، یک الگوی مدیریتی برای خروج از توسعه تصادفی و حرکت به سمت توسعه آگاهانه است. در این نگاه، زیرساخت‌های فیزیکی اولویت اول نیستند؛ بلکه حکمرانی محلی و مشارکت جامعه، هسته اصلی برندسازی جهانی را تشکیل می‌دهند.

راهبرد نهایی برای این مناطق، نه تکیه مطلق به گردشگری، بلکه ایجاد یک اقتصاد ترکیبی و مقاوم (کشاورزی پایدار در کنار گردشگری مکمل) است. برای تحقق این هدف، عبور از مدیریت پراکنده و ایجاد یک نهاد متولی واحد و چابک (مانند سازمان عمران لوت) برای مدیریت فرصت‌ها و حفاظت از محیط‌زیست، ضرورتی حیاتی است تا از «فرصت‌سوزی» فعلی جلوگیری و پایداری بلندمدت منطقه تضمین شود.

♦♦ جناب آقای مهندس طیب‌زاده، شما به تازگی سفری به روستای شفیع‌آباد شهداد داشتید که همراه امسال از سوی سازمان جهانی گردشگری به‌عنوان یکی از روستاهای برتر گردشگری انتخاب شده است. به‌عنوان سؤال اول می‌خواهم بدانم از نظر شما تفاوت توسعه یک «روستای جهانی» با یک روستای عادی باید دقیقاً در چه شاخص‌هایی دیده شود؟ اگر با نگاه واقع‌بینانه به موضوع روستاهای جهانی نگاه کنیم، مثلاً روستای شفیع‌آباد، به نظر من، به ذات خود تفاوت ماهوی چشمگیری با بسیاری از روستاهای عادی کشور ندارد. آنچه آن را در معرض توجه قرار می‌دهد، نه یک برتری ذاتی استثنایی، بلکه موقعیت نمادین آن به‌عنوان نماینده‌ای از روستاهای دارای ظرفیت گردشگری، مثلاً در حاشیه لوت و مسیرهای



گردشگری جنوب شرق ایران است. در این معنا، شفیع‌آباد بیش از آنکه یک روستای خاص باشد، یک فرصت سیاستی است.

تفاوت توسعه یک روستای عادی با روستایی که در چارچوب روستاهای جهانی گردشگری دیده می‌شود، در تغییر نگرش به توسعه نهفته است. به نظر می‌آید روستای جهانی محصول تمرکز بر حکمرانی محلی و ایجاد حداقلی از نظم فیزیکی اما تعریف نقش مشخص گردشگری در اقتصاد روستا است. این شاخص‌ها الزاماً به معنای سرمایه‌گذاری سنگین یا مداخله گسترده نیستند، بلکه نشانه عبور از توسعه انفاقی به توسعه آگاهانه‌اند.

در چنین نگاهی، شفیع‌آباد می‌تواند نمادی باشد برای این پیام که بسیاری از روستاهای

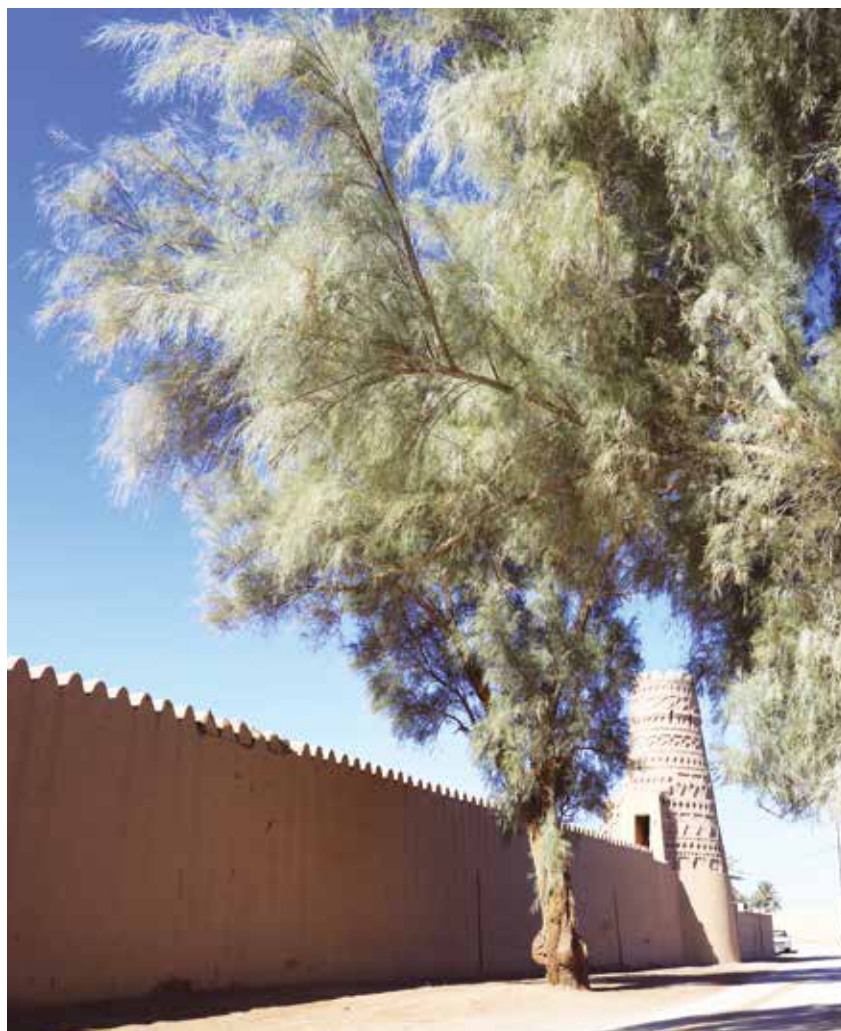
ایران، اگر از نگاه پروژه‌ای و بی‌برنامگی خارج شوند و به‌صورت هدفمند در مسیر گردشگری پایدار هدایت شوند، قابلیت دیده‌شدن و اثرگذاری اقتصادی و اجتماعی را دارند؛ بنابراین اهمیت شفیع‌آباد نه در استثنایی بودن آن، بلکه در این است که می‌تواند توجه سیاست‌گذاران را به ظرفیت پنهان روستاهایی جلب کند که تا امروز صرفاً «عادی» تلقی شده‌اند، درحالی‌که با یک چارچوب درست، می‌توانند به موتورهای کوچک اما مؤثر توسعه محلی تبدیل شوند.

♦♦ در بررسی‌هایی که داشتید، چقدر وضعیت فعلی روستا را برای توسعه گردشگری مناسب می‌دانید؟ با وجود ظرفیت‌های طبیعی بکر و فوق‌العاده‌ای که در این روستا وجود دارد، به

نظر نمی‌رسد در زمینه زیرساخت‌های گردشگری، مسیر دسترسی و امکانات ویژه گردشگران، چندان شرایط مطلوبی داشته باشد. نظر شما در این باره چیست؟ وضع فعلی روستا را تا چه حد متناسب با این برند جدید یعنی روستای جهانی گردشگری می‌بینید؟

به‌واقع وضعیت فعلی روستای شفیع‌آباد از نظر زیرساخت‌های گردشگری، دسترسی، خدمات اقامتی و امکانات پایه، متناسب با عنوان روستای جهانی گردشگری نیست و این نکته را نمی‌توان نادیده گرفت. برند جهانی به‌طور طبیعی انتظاراتی در سطح کیفیت محیط، خوانایی فضا، مسیرهای گردشگری، خدمات حداقلی و مدیریت مقصد ایجاد می‌کند که در شرایط کنونی، روستا فاصله محسوسی با آن دارد.

با این حال، مسئله شفیع‌آباد اساساً در شکل روستا خلاصه نمی‌شود. نقطه تمایز واقعی آن، جامعه محلی فعال و تجربه‌ای است که در قالب نهادی مانند «گوجینو» شکل گرفته؛ تجربه‌ای که بر پایه اقتصاد صنایع‌دستی زنان، بازتولید سرمایه اجتماعی و استفاده هدفمند از درآمد برای احیای قنات بنا شده است. این اتفاق، نشانه‌ای از وجود نوعی حکمرانی محلی خودجوش و مسئولانه است؛ چیزی که در بسیاری از روستاهای دارای زیرساخت‌های بهتر هم دیده نمی‌شود. از این منظر، شفیع‌آباد بیش از آنکه یک مقصد آماده گردشگری باشد، یک الگوی نهادی و اجتماعی برای توسعه گردشگری روستایی است. وضعیت ظاهری و خدماتی روستا اگرچه در حال حاضر ضعیف است، اما ظرفیت آن را دارد که با یک مداخله تدریجی، کم‌هزینه و مبتنی بر خواست جامعه محلی، به سمت شکل‌گیری اقتصاد گردشگری در کنار سایر فعالیت‌های معیشتی حرکت کند؛ بدون آنکه به هویت روستا یا تعادل اجتماعی آن لطمه وارد شود. با این حال، برند «روستای جهانی گردشگری» برای شفیع‌آباد نباید به‌عنوان یک نقطه نهایی تلقی شود، بلکه باید آن را یک فرصت سیاستی و نمادین دانست؛ فرصتی برای جلب‌توجه نهادهای حمایتی، جهت‌دهی سرمایه‌های کوچک و هدفمند، بهبود تدریجی وضعیت روستا، تعریف مسیرهای گردشگری ساده، ایجاد محصولات





اتاق بازرگانی کرمان توسعه اقتصادی روستاها را یکی از ارکان اصلی توازن اقتصادی استان می‌داند. ما معتقدیم توانمندسازی روستاها نه تنها از مهاجرت جلوگیری می‌کند، بلکه به تقویت معیشت محلی، افزایش تاب‌آوری اقتصادی و ارتقاء شاخص‌های توسعه پایدار منجر می‌شود. در شرایطی که ظرفیت‌های معدن و کشاورزی به دلیل محدودیت منابع و مدیریت نامناسب رو به کاهش است، طبیعی است که گردشگری به مسیر آینده‌دار اقتصاد شهرستان کرمان تبدیل شود.

گردشگری متنوع و در نهایت، تسری این تجربه به روستاهای پیرامونی. اگر این مسیر به‌درستی مدیریت شود، شفیع‌آباد می‌تواند نقش هسته اولیه یک خوشه گردشگری روستایی را ایفا کند، نه صرفاً یک ویترین تزیینی با عنوان جهانی.

◆◆ **برند جهانی شفیع‌آباد باید بتواند به توسعه روستا، منطقه و اهالی آن منتج شود. از نگاه شما، بزرگ‌ترین مانع توسعه شفیع‌آباد چیست؟**
ضعف و یا واضح‌تر، نبود حکمرانی گردشگری مشخص، مرجع تصمیم‌گیری و در امتداد آن نبود ضوابط و برنامه، بزرگ‌ترین مانع توسعه روستاهای هدف گردشگری از جمله شفیع‌آباد است.

◆◆ **در جلسه‌ای گفته بودید توسعه گردشگری بخش شهداد و روستاهای اطراف آن با ایجاد یک نهاد متولی منضبط، توانمند، بلندنظر و استاندارد امکان‌پذیر است. پس از ثبت جهانی لوت، این مطالبه نیز همواره مطرح شده که بیابان لوت نیاز به متولی و مدیریت واحد و یکپارچه دارد. لطفاً ابتدا ایده پیشنهادی خودتان را تشریح کنید و سپس بفرمایید که آیا بهتر نیست مدیریت واحد بیابان لوت دنبال شود؟**

دو نهاد هم سو اما در دو سطح خرد و کلان باید ایجاد شود. پیشنهاد اتاق کرمان، تشکیل یک نهاد کلان، چندجانبه، منسجم و برنامه‌دار توسط بخش خصوصی است. قبل از این، مدلی از این نهادهای خصوصی در ایران شکل گرفته و بسیار موفق بوده است. لوت پهنه وسیعی از ایران است و در عین حال از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری ایران نیز به حساب می‌آید، نقش آن از نظر استراتژیک برای حفظ ثبات و امنیت کشور نیز حیاتی است و همچنین ظرفیت‌ها و ملاحظات چندبعدی و پیچیده‌ای دارد. لازم است که مسائل اقتصادی آن تحت ملاحظات شدید

زیست‌محیطی و سیاسی به شکل دقیق توسط نهادی خصوصی پیگیری شود. در سطح خرد هم تشکیل شورایی در روستاها برای هماهنگی بین بخشی ضرورت دارد.

◆◆ **از نظر شما، برای اینکه روستای شفیع‌آباد در نقشه توسعه اقتصادی استان، جایگاه مشخصی پیدا کند، کدام مزیت آن باید محور توسعه قرار بگیرد؟ برخی معتقدند با توجه به اینکه اقتصاد بیش‌تر مردم روستا به کشاورزی وابسته است، کشاورزی باید اولویت نخست و گردشگری در جایگاه بعدی قرار گیرد.**

شفیع‌آباد را نباید با معیار «جایگاه در نقشه توسعه اقتصادی استان» سنجید. این روستا نه ظرفیت ایفای نقش در مقیاس استان را دارد و نه اساساً چنین نقشی برای آن تعریف‌پذیر است. شفیع‌آباد، مانند بسیاری از روستاهای حاشیه بیابان لوت، یک واحد کوچک با اقتصادی خرد، محلی و سازگار با اقلیم است و هرگونه انتظار فراتر از این مقیاس، به خطای سیاست‌گذاری منجر می‌شود.

شفیع‌آباد در گذشته در حاشیه یکی از مسیرهای تجاری فرعی قرار داشته؛ مسیری که بیش‌تر کارکرد محلی و منطقه‌ای داشته و نه یک شاهراه تجاری. با تغییر الگوهای تجارت، تحولات حمل‌ونقل و جابه‌جایی شبکه‌های اقتصادی، این نقش به‌تدریج از بین رفته و امروز روستا عملاً هیچ جایگاهی در نظام تجارت معاصر ندارد؛ بنابراین تکیه بر هویت تجاری گذشته، در شرایط فعلی، راهبرد توسعه‌ای قابل اتکا محسوب نمی‌شود.

آنچه در طول زمان پایدار مانده، الگوی اقتصاد ترکیبی و سازگار با محیط است. دسترسی محدود اما نسبتاً پایدار به آب در پایین‌دست کوه‌ها و وجود رودخانه‌های فصلی که قرن‌ها

زیست‌انسانی را ممکن کرده‌اند، باعث شده کشاورزی همواره بخش جدایی‌ناپذیر اقتصاد روستا باشد. این کشاورزی از جنس تولید انبوه نیست، بلکه متکی بر باغداری نخل، کشت محصولات معیشتی مورد نیاز خانوارها و در سال‌های اخیر کشت‌های کم‌آبر و قابل فروش مانند سیر است. از این منظر، کشاورزی نه یک انتخاب سیاستی، بلکه یک ضرورت زیستی برای شفیع‌آباد است.

در کنار آن، شرایط جدید بیرونی، بویژه ثبت جهانی بیابان لوت و تغییر ذائقه گردشگران معاصر، فرصت تازه‌ای برای این روستا ایجاد کرده است. شفیع‌آباد امروز می‌تواند از یک روستای حاشیه‌سیر، به یک مقصد یا ورود به تجربه بیابان تبدیل شود؛ تجربه‌ای مبتنی بر سکوت، طبیعت بکر، آسمان شب و شیوه زیست محلی. با این حال، وابسته کردن اقتصاد روستا به گردشگری به‌تنهایی، ریسک بالایی دارد و نمی‌تواند مبنای پایداری بلندمدت باشد.

راه معقول، تقویت یک اقتصاد متنوع است که در آن کشاورزی پایدار پایه اصلی باقی بماند، گردشگری به‌تدریج سهم بیشتری پیدا کند؛ اما نقش مکمل داشته باشد و فعالیت‌هایی مانند صنایع‌دستی خانگی و فرآوری محصولات محلی تقویت شوند. در این چارچوب، ایجاد زنجیره ارزش محصولاتی مانند سیر، از تولید تا فرآوری و فروش می‌تواند یک مزیت واقعی و قابل اتکا برای روستا ایجاد کند.

در مجموع، مزیت محوری شفیع‌آباد نه در بازگشت به نقش تجاری گذشته و نه در اتکای کامل به گردشگری است، بلکه در توان حفظ یک اقتصاد کوچک‌مقیاس، ترکیبی و انعطاف‌پذیر نهفته است؛ اقتصادی که با اقلیم سازگار است و می‌تواند پایداری روستا را در بلندمدت تضمین کند.



اگر اختیار کامل مدیریت شهداد و لوت در دست اتاق بازرگانی کرمان بود، اولین تصمیم می‌توانست ایجاد «سازمان عمران لوت» باشد؛ نهادی کوچک، چابک و قدرتمند که همه امور مرتبط با گردشگری، حفاظت محیطی، زیرساخت و سامان‌دهی فعالیت‌ها را زیر یک سقف جمع کند. امروز بیشترین مشکل شهداد و لوت ناشی از پراکندگی وظایف بین دستگاه‌ها و بی‌برنامگی است و نتیجه آن فرصت‌سوزی، آسیب به محیط و بهره‌برداری ناکافی مردم محلی است.

♦♦ با توجه به نقش‌آفرینی اتاق کرمان در حوزه توسعه استان، چه برنامه‌ای برای شفیق‌آباد و کل منطقه شهداد دارید؟

اتاق بازرگانی کرمان توسعه اقتصادی روستاها را یکی از ارکان اصلی توازن اقتصادی استان می‌داند. ما معتقدیم توانمندسازی روستاها نه تنها از مهاجرت جلوگیری می‌کند، بلکه به تقویت معیشت محلی، افزایش تاب‌آوری اقتصادی و ارتقاء شاخص‌های توسعه پایدار منجر می‌شود. در شرایطی که ظرفیت‌های معدن و کشاورزی به دلیل محدودیت منابع و مدیریت نامناسب رو به کاهش است، طبیعی است که گردشگری به مسیر آینده‌دار اقتصاد شهرستان کرمان تبدیل شود.

در این میان، شهداد و محدوده بیابان لوت با جاذبه‌های کم‌نظیر طبیعی و ثبت جهانی، فرصتی استثنایی برای استان ایجاد کرده‌اند. ما در اتاق بازرگانی معتقدیم شهداد به‌زودی یکی از محورهای اصلی توسعه استان خواهد بود و باید از امروز برای آن برنامه‌ریزی شود. برنامه اتاق نه فقط برای شهداد، بلکه برای روستاهایی با قابلیت تبدیل شدن به مقصد گردشگری است که روستاهای شهداد می‌تواند نمونه‌ای از آن‌ها باشد، این برنامه شامل چند محور کلیدی است: نخست، راهبری سازوکار هماهنگی میان نهادهای مسئول دولتی؛ میراث فرهنگی، بخش‌داری و بخش خصوصی تا تصمیم‌گیری‌ها منسجم و قابل پیگیری شود، دوم، تقویت اقتصاد روستایی از طریق توسعه اقتصادی مبتنی بر توان‌زیستی روستا؛ مثلاً در تکاب توسعه بر مبنای کشاورزی کم‌آب‌بر، ایجاد زنجیره ارزش محصولات محلی و حمایت از بازاربایی و فروش تولیدات روستایی، سوم، تعریف نوعی از گردشگری پایدار جامعه‌محور بر پایه زیرساخت‌های خرد محلی، تربیت توان

محلی و توانمندسازی جامعه. مأموریت ما ایجاد یک مدل یکپارچه و مدیریت‌شده برای توسعه پایدار در شهداد و لوت است؛ مدلی که با تکیه بر حکمرانی منسجم، حفاظت از محیط‌زیست، احیای میراث طبیعی و تاریخی، توانمندسازی جامعه محلی و تکمیل زنجیره ارزش در گردشگری، کشاورزی و صنایع خلاق، مسیر رشد اقتصادی پایدار و عادلانه را برای مردم منطقه فراهم کند.

♦♦ پنج سال آینده این روستا و این منطقه را چطور می‌بینید؟

پنج سال آینده شهداد و روستاهای پیرامون لوت را در صورتی مثبت می‌بینیم که از امروز هماهنگی مدیریتی، توسعه زیرساخت و تقویت اقتصاد محلی جدی گرفته شود. اگر این سه محور اجرا شود، می‌توان چشم‌انداز روشنی برای آینده شهداد متصور شد. شهداد و لوت می‌توانند در افق ۱۴۱۰ به الگویی ملی از توسعه پایدار بیابان تبدیل شوند؛ جایی که گردشگری تجربه‌محور، کشاورزی بهره‌ور و صنایع خلاق در کنار هم رشد می‌کنند و حکمرانی هماهنگ، محیط‌زیست حساس لوت را حفاظت می‌کند. برند «لوت کرمان» و شرح شگفت‌انگیز آن، جایگاه ملی و بین‌المللی پیدا می‌کند، اما اگر مدیریت ناهماهنگ، زیرساخت ناکافی و گردشگری بی‌ضابطه ادامه پیدا کند، این فرصت بی‌نظیر از دست خواهد رفت.

♦♦ اگر اختیار کامل داشتید، اولین تصمیم جسورانه‌ای که برای این روستا می‌گرفتید چه بود؟

اگر اختیار کامل مدیریت شهداد و لوت در دست اتاق بازرگانی کرمان بود، اولین تصمیم می‌توانست ایجاد «سازمان عمران لوت» باشد؛ نهادی کوچک، چابک و قدرتمند که همه امور مرتبط با گردشگری، حفاظت محیطی، زیرساخت

و سامان‌دهی فعالیت‌ها را زیر یک سقف جمع کند. امروز بیشترین مشکل شهداد و لوت ناشی از پراکندگی وظایف بین دستگاه‌ها و بی‌برنامگی است و نتیجه آن فرصت‌سوزی، آسیب به محیط و بهره‌برداری ناکافی مردم محلی است. سازمان یکپارچه این مشکل را حل می‌کند و مسیر توسعه را روشن و قابل پیگیری می‌سازد. این سازمان ظرفیت پذیرش گردشگر را تعیین و ورود را کنترل می‌کند، استانداردهای اقامتگاه‌ها و خدمات را مشخص می‌سازد، مسیرهای بازدید لوت را تعریف و مدیریت می‌کند و جامعه محلی را در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت می‌دهد. همچنین جذب سرمایه‌گذاری‌های کوچک و متوسط را با مدل اقتصادی روشن و پایدار تسهیل می‌کند و از محیط‌زیست با نظارت مستمر و محدودیت‌های منطقی حفاظت می‌کند. با اجرای این تصمیم، ظرف مدت کوتاه گردشگری نظم می‌گیرد، سرمایه‌گذاری قابل پیش‌بینی می‌شود، محیط‌زیست حفظ می‌گردد و مردم محلی از توسعه بهره می‌برند. باور داریم تنها از این مسیر است که شهداد و لوت می‌توانند از مرحله فرصت‌سوزی به یک نمونه موفق توسعه پایدار و اقتصادی استان تبدیل شوند.

♦♦ اگر صحبت دیگری هست، لطفاً بفرمایید.

فرصتی فراهم شد تا از شفیق‌آباد بگوییم؛ که شرح‌حال همه شفیق‌آبادهای کشور و استان است. همان جاهایی که با وجود پتانسیل‌های فراوان، هنوز از زیرساخت‌های لازم برای پیشرفت و بهره‌گیری از فرصت‌ها محرومند. امیدواریم با گشودن باب این‌گفت‌وگوها و اشتراک‌گذاری تجربیات - از آکاوی علل عدم موفقیت‌ها تا اصلاح پیشنهادی کاربردی - مسیری فراهم شود که این فرصت‌های بی‌نظیر، به پیش‌شان تحول اقتصادی روستاها در استان و کشور تبدیل شوند. //