## نمایش ۲ قرآن نفیس در موزه رضا عباسی



به‌تازگی و مقارن با شب‌های قدر دو قرآن نفیس دیده‌نشده از گنجینه موزه رضا عباسی در معرض نمایش قرار گرفتند. این قرآن‌ها در تالار خوشنویسی و در کنار یک‌سری آثار و نسخ قدیمی به نمایش گذاشته شده‌اند.
ناهید نجفی، مدیر موزه رضا عباسی می‌گوید: آثار و نسخ قدیمی مذکور دستنوشته‌هایی به خطوط کوفی، نسخ و ثلث بر صفحات مذهب از قرآن کریم است که نمونه‌هایی از شیوه‌های نخستین نگارش در دوره اسلامی به‌شمار می‌روند و در تمام زمان‌ها در معرض دید عموم قرار دارند. از این پس، دو قرآن یادشده نیز در کنار این آثار به نمایش گذاشته می‌شوند.
مدیر موزه رضا عباسی یادآور می‌شود که آثار نمایش داده شده از قرآن‌های خطی سده ۱۰ و ۱۱ هجری قمری است و نکته قابل‌توجه در خصوص این قرآن‌ها آن است که تاکنون نمایش داده نشده بودند و برای نخستین‌بار است که در معرض دید عموم گذاشته شده است./ جام جم دیلی



# سفره ۳۳۲ ساله رضوی

### در ایام ماه مبارک رمضان، زائران و مجاوران زیادی هر شب افطار را مهمان خوان پربرکت امام هشتم می‌شوند

گروه ایران

**در این ایام مبارک رمضان، اگر زائر امام مهربانی‌ها باشید و دم‌دمای غروب آفتاب خود را به حرم برسانید، دست‌خالی برنمی‌گردید و حتی شده به بسته‌ای کوچک، افطار را مهمان حضرتش خواهید بود؛ این در حالی است که برخی صحن‌های منور مفروش و باگل‌وگیاه تزیین شده و سفره‌های زیبای افطار در سراسر آنها پهن و آماده پذیرایی از زائران روزه‌دار شده است. اگرچه طی سال‌های اخیر، سفره‌های کرم امام هشتم در ماه مبارک رمضان پررونق‌تر و گسترده شده و دامنه‌اش حتی به مناطق اطراف حرم و مساجد و حسینیه‌ها هم کشیده شده اما این یک سنت چندصدساله است که طی آیینی خاص هرساله در این ایام برگزار می‌شود. البته خادمان این آستان ملکوتی پذیرایی از زائران روزه‌دار را در طول حیات این بارگاه وظیفه خود می‌دانستند، کما این‌که خاندان اهل بیت(ع) همه کریم و سفره‌دار بوده‌اند اما قدیمی‌ترین سند مربوط به اجرای سنت حسنه افطاری حرم مطهر رضوی در ماه مبارک رمضان مربوط به سال ۱۱۱۱ هجری قمری، یعنی ۳۳۲ سال قبل است.**

مهمانسرای حضرت، تاریخچه طولانی دارد و در ادوار مختلف نام‌های متفاوتی داشته است. در دوره قاجار از آنجاکه مهمانسرای خادمان و زائران از هم جدا بوده، مهمانسرای زائران با عنوان «کارخانه مبارکه زواری» و مهمانسرای خادمان با عنوان «کارخانه مبارکه خادمی» مشهور بوده است که طی ایام ماه مبارک رمضان به طبخ و توزیع افطاری بین زائران و خادمان و کارکنان حرم مطهر اقدام می‌کرده است. مسؤول امور ارزشیابی اسناد آستان‌قدس رضوی، به تنوع غذاهای این ایام به‌خصوص در وعده افطار اشاره دارد که برحسب فصول سال انتخاب و تمام هزینه‌های تهیه این مواد غذایی از سوی آستان‌قدس تأمین می‌شده است: غذاهایی چون قورمه، بورانی بادمجان، آش، کوکو، پلو، آبگوشت و سایر غذاهای گوشتی در کنار انواع پنیر، ماست، دوغ و انواع میوه مانند خربزه، انگور، سیب، انواع نوشیدنی‌ها و شیرینی‌ها نظیر شربت‌های مختلف، سکنجبین، حلوا، پشمک و... در سندها بسیار به چشم می‌خورد.
زهرا فاطمی‌مقدم می‌گوید: قدیمی‌ترین سند این مجموعه که در آن به مراسم افطاری حرم مطهر رضوی اشاره شده است متعلق به سال ۱۱۱۱ هجری قمری است که دوره تاریخی صفویه را در بر دارد.

#### پذیرایی روزانه از ۷۰ هزار روزه‌دار

اگرچه این آیین افطاری دادن در حرم مطهر از گذشته‌های دور همچنان جاری است و اجرا می‌شود اما امسال همزمان با دهه دوم ماه مبارک رمضان و با دستور تولیت آستان‌قدس، سفره‌های افطار حرم مطهر رضوی برای پذیرایی از جمعیت بیشتری از زائران و مجاوران روزه‌دار امام‌رضا(ع)، گسترده‌تر شده است. امین بهنام، معاون خدمات زائران حرم مطهر رضوی دراین‌باره می‌گوید: از ابتدای ماه مبارک رمضان، سفرهای اطعام رضوی با همکاری مواکب امام‌رضا(ع) در باب‌الهادی و باب‌الکاظم برپا شده که در این سفره‌ها روزانه از ۲۵۰۰ زائر و مجاور حرم رضوی پذیرایی می‌کند و دعوت‌نامه‌های آن نیز همه‌روزه در حرم مطهر توزیع می‌شود. بهنام می‌افزاید: علاوه بر آن از دهه دوم ماه مبارک رمضان با دستور تولیت آستان‌قدس، پذیرایی از مجاوران در سفره‌های اطعام رضوی در صحن امام‌حسن‌مجتبی(ع) آغاز شده که در این سفره‌ها روزانه از ۳۰۰۰ مجاور پذیرایی می‌شود. معاون خدمات زائران حرم مطهر رضوی می‌گوید: علاوه بر سفره‌های افطاری داخل حرم مطهر، روزانه در حریم حرم مطهر نیز از ۷۰۰۰ زائر و مجاور حضرت‌رضا(ع) با غذای گرم و بسته‌های افطاری ساده با مشارکت مواکب حسینی(ع) پذیرایی می‌شوند. بهنام همچنین از توزیع افطاری متبرک حضرت‌رضا(ع) در مناطق حاشیه شهر مشهد خبر داده و می‌گوید: روزانه ۲۵۰۰ غذای متبرک مهمانسرای حضرت‌رضا(ع) در مناطق حاشیه شهر مشهد توسط خدام بارگاه منور رضوی توزیع می‌شود. او با اشاره به توزیع بسته‌های افطاری ساده بین صفوف نماز مغرب و عشاء در حرم مطهر می‌افزاید: از ابتدای ماه مبارک رمضان هر شب حدود ۵۰هزار بسته افطاری ساده نیز در میان صفوف نمازگزاران در حرم مطهر رضوی توزیع می‌شود که پذیرایی از دومیلیون نمازگزار تا پایان این ماه مبارک پیش‌بینی شده است. معاون خدمات زائران حرم مطهر رضوی در مورد بازه زمانی اجرای این سنت حسنه یادآور می‌شود با توجه به شرایط آب‌وهوایی و فراهم‌بودن امکان میزبانی از زائران در صحن‌ها، این طرح‌ها تا پایان ماه پربرکت رمضان ادامه خواهد داشت.

## دیرگچین را دریابیم

### یکی از بزرگ‌ترین کاروانسراهای ایران، حال مساعدی ندارد

سیاوش آریا
ایران

کاروانسرای «دِیرِ گچین» در مرکز پارک ملی کویر به عقیده کارشناسان یکی از بزرگ‌ترین و ارزنده‌ترین کاروانسراهای کشور است که قدمت آن به دوره صفویه و ساسانی برمی‌گردد و از دید پژوهش‌های تاریخی و باستان‌شناختی دارای اهمیت فراوانی است. این کاروانسرا که در بخش مرکزی شهرستان قم قرار گرفته و به‌دلیل داشتن گنبدی از جنس گچ، دیر گچین نامیده‌اند، متاسفانه مدتی است در خطر نابودی قرار گرفته و به جایگاهی برای نگهداری حیواناتی همچون اسب، بز، بزغاله، سگ، مرغ، خروس، کبوتر و انباشت زباله، نخاله‌های ساختمانی و استخوان جانوران تبدیل شده‌است. از سوی دیگر مرمت‌های غیراصولی به بنا آسیب‌های فراوانی وارد و چهره آن را خدشه‌دار کرده است، به‌طوری که ترک و درز و شکاف‌ها در قسمتی از بخش‌های کاروانسرا ازجمله حجره‌ها و باروی(برج) آن، به‌خوبی نمایان است و این یادگار ارزشمند تاریخی و فرهنگی را در خطر نابودی قرار داده است. سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی این کاروانسرا را در اول مهرماه ۱۳۸۲ خورشیدی به فهرست آثار ملی ایران افزود. این بنا اکنون در تملک بخش خصوصی است.



تصاویری از درون و بیرون کاروانسرای رو به ویرانی دیر گچین در استان قم
شقایق محمدی‌نژاد

---

شرکت خلاق «کالاکاوش کالار» با ایجاد یک بازارگاه آنلاین عرضه گزارش‌های بازار مشکل دسترسی به اطلاعات بازار را برطرف کرده است

# سوبازار؛ پیشتاز در عرضه گزارش‌های بازار

مطهره میرشکاری
نشان ایرانی برتر

**شکست در بازار و کسب‌وکار جزو سخت‌ترین شکست‌های بشر بوده و هست، زیرا علاوه بر سرمایه مالی و اقتصادی بخشی از سرمایه اجتماعی فرد نیز در روند این شکست نابود می‌شود؛ اما بسیاری از این شکست‌ها با احاطه کامل به اطلاعات بازار و کسب‌وکار مورد نظر قابل پیش‌بینی و پیشگیری است؛ کاری سخت، هزینه‌بر و زمانبر که کارشناسان شرکت خلاق «کالاکاوش کالار» با ایجاد پلتفرم «سوبازار» و عرضه گزارش‌های بازار برای همه صنایع، آن را آسان کرده‌اند.**



هادی ورقایی، موسس و مدیرعامل شرکت خلاق «کالاکاوش کالار» که دکترای داروسازی و مدیریت کسب‌وکار (MBA) دارد، می‌گوید: «حدود ۱۵ سال در بازار دارو و تجهیزات پزشکی ایران فعالیت داشتم و در این مدت متوجه شدم کمبود اطلاعات از مهم‌ترین مشکلات بازار کشور است و نیاز است مجموعه‌ای تخصصی روی اطلاعات بازار دارو و تجهیزات پزشکی کشور کار کند، همین شد که در سال ۹۸ شرکت «کالاکاوش کالار» را تاسیس کردم.» ورقایی با اشاره به این‌که هدف شرکت «کالاکاوش کالار» در شروع کار، تحقیقات بازار اختصاصا در حوزه دارو و تجهیزات پزشکی بود، می‌افزاید: «آن زمان شرکت‌های تحقیقات بازار زیادی با تجربه بسیار بالا در ایران فعال بودند، که کارهای تخصصی خوبی انجام می‌دادند، بنابراین تصمیم گرفتم کار تحقیقات بازار را به سمت گزارش‌های آماده بازار سوق دهم؛ یعنی خود ما گزارش‌های در مورد اطلاعات بازار دارو و تجهیزات پزشکی در بازار را تهیه کردیم تا در بازار ایران و خارج به فروش برسانیم.»

#### تولد «سوبازار» از دل تجربه

مدیرعامل شرکت «کالاکاوش کالار» می‌گوید: «اوایل کار بسیار سخت بود اما به هر نحوی انجام شد و در این مسیر بیشتر شرکت‌های خارجی از این گزارش‌های استقبال کردند. در همین مسیر با برخی شرکت‌های واسطه در کشورهای دیگر آشنا شدیم که کار آن‌ها فقط فروش گزارش‌های بود. در واقع به عنوان بازارگاهی بودند که گزارش‌های بازار در آنجا قرار داده می‌شد و به صنایع مختلفی می‌فروختند. از آنجاکه در ایران چنین امکان و بازارگاهی نبود که گزارش‌های بازار را عرضه کند، ایده اولیه «سوبازار» در شرکت شکل گرفت.»

#### مزیت‌های «سوبازار»

ورقایی با تاکید بر اینکه «سوبازار» اولین مرکز عرضه گزارش‌های بازار در کشور است، عنوان می‌کند: «کارهای مقدماتی آن را از اوایل سال ۹۹ شروع کردیم و در اسفند همان سال پلتفرم «سوبازار» با آدرس سایت soobazar.com و با هدف عرضه گزارش‌های بازار به فعالان تجاری کشور در هر صنعتی، شروع به کار کرد و امروز گزارش‌های بازار حدود ۲۸ صنعت، ازجمله صنایع غذایی، دارو، لوازم خانگی و حتی نفت و گاز و... در آن عرضه می‌شود.»
او می‌افزاید: «برای محقق کردن اهداف «سوبازار» نیاز به همکاری شرکت‌های تحقیقات بازار کشور داشتیم، لذا شروع به مذاکره و رایزنی با شرکت‌هایی کردیم که گزارش آماده در هر صنعتی دارند، که خوشبختانه اکثر آن‌ها با ما قرارداد بستند، همکاری شروع شد و گزارش‌های وارد وب سایت «سوبازار» شد.»

#### نقطه اتصال اطلاعات بازار

مدیرعامل شرکت «کالاکاوش کالار» می‌گوید: «در کشور ما جایی که گزارش‌های بازار را عرضه کند، جدید بود، لذا شروع کردیم به معرفی «سوبازار» به شرکت‌ها در هر صنعتی که این اطلاعات را نیاز داشتند. در واقع «سوبازار» را حلقه واسط و نقطه اتصال بین شرکت‌هایی که اطلاعات در مورد بازار تولید می‌کنند و شرکت‌هایی که این اطلاعات را نیاز دارند، تعریف و معرفی کردیم.»

#### ثبت یک شرکت خلاق

ورقایی اضافه می‌کند: «بعد از شروع کار شرکت‌ها با «سوبازار» آن را به عنوان شرکتی که مدل کسب‌وکار خلاقی دارد، به معاونت علمی ریاست جمهوری معرفی کردیم، که پس از بررسی، مورد تأیید قرار گرفت و شرکت «کالاکاوش کالار» جزو شرکت‌های خلاق در ایران طبقه‌بندی شد.»

#### عضویت اولیه رایگان

مدیرعامل شرکت «کالاکاوش کالار» با بیان اینکه عضویت اولیه در «سوبازار» هزینه‌ای ندارد و در قدم اول مخاطب می‌تواند دسته‌بندی‌ها و خلاصه گزارش‌های را دریافت کند؛ تاکید می‌کند: «گزارش‌های در «سوبازار» دو بخش است؛ گزارش‌های رایگان و گزارش‌هایی که شرکت‌های تحقیقات بازار عرضه کرده‌اند، که برای فروش است.
او توضیح می‌دهد: «گزارش‌های رایگان «سوبازار» را معمولا ارگان‌هایی مثل مرکز پژوهش‌های مجلس یا سازمان برنامه و بودجه و ... داخل ایران به‌صورت رایگان عرضه می‌کنند، که در سوبازار دسته‌بندی می‌شوند تا صنایع به راحتی گزارش‌های مورد نیاز خود را پیدا و دریافت کنند.»
ورقایی ادامه می‌دهد: «طبقه‌بندی و استفاده از خلاصه گزارش‌های در سوبازار رایگان است، اما مخاطب برای دانلود گزارش‌ها باید در سطوح مختلف حق عضویت (مبلغ ناچیزی در حدود ۱۵ هزار تومان) بپردازد و در سطح اول اصل گزارش و در سطوح بعدی تحلیل‌های کارشناسان بر گزارش‌های را دریافت کند.»
مدیرعامل شرکت «کالاکاوش کالار» می‌گوید: «یک بخش باشگاه ویژه هم در «سوبازار» تعریف شده است که اعضای آن علاوه بر دریافت این خدمات، برای رویدادهای تخصصی هم دعوت می‌شوند. همچنین اعضای باشگاه ویژه می‌توانند گزارش‌های غیررایگان را با مقداری تخفیف دریافت کنند.» وی با تاکید بر اینکه کار «سوبازار» تهیه گزارش نیست، اضافه می‌کند: «کار سوبازار تهیه یا تامین محل یا پلتفرمی برای فروش این گزارش‌های و درواقع تجمیع‌کننده گزارش‌های از همه شرکت‌ها است. سوبازار تا به الان فقط با شرکت‌های حقوقی کار کرده است که اطلاعات آن‌ها کاملا قابل استناد باشد.»

#### بازاری بدون رقیب

ورقایی با بیان اینکه خوشبختانه یا متاسفانه مدل «سوبازار» در ایران رقیبی ندارد، اضافه می‌کند: «در ایران بازارگاهی برای گزارش‌های بازار نداریم، اما در کشورهای دیگر این مدل هست، به‌ویژه هند و آمریکا در این مورد خیلی قوی کار کرده‌اند. نزدیک‌ترین کار به این مدل در ایران، جایی است که ممکن است خود شرکت‌های تحقیقات بازار، گزارش‌های خود را بفروشند که این کار هم معمولا با استقبال روبه‌رو نمی‌شود، زیرا یک شرکت هیچ‌گاه محصول شرکت دیگر را نمی‌فروشد؛ اما «سوبازار» فقط به عنوان واسطه بوده و همه شرکت‌ها می‌توانند از این امکان برای فروش گزارش‌های خود استفاده کنند.»

#### چالش‌های شروع یک بازار جدید

ورقایی توضیح می‌دهد: «از آنجاکه «سوبازار» بازوی فروش ناشرها و شرکت‌های تولیدکننده گزارش‌های بازار است، برحسب نیاز یک تیم فروش قوی تشکیل دادیم که با همه صنایع در ارتباط باشند و بتوانند این اطلاعات را برای صنایع به فروش برسانند.»
وی می‌افزاید: «عرضه «سوبازار» به‌عنوان یک کار نو و بدون تکرار، برای من یک ریسک بود و هنوز هم هست. یکی از مشکلات اولین بودن این بود که بسیاری از وقت و هزینه مجموعه ما صرف فرهنگ‌سازی شد، زیرا شرکت‌های تحقیقات بازار در شروع کار به ما اعتماد نمی‌کردند و ما را رقیب خود می‌دانستند، بنابراین جلسات و وقت زیادی صرف شد تا شرکت‌ها متوجه شدند ما در «سوبازار» اصلا کار تحقیقات بازار نمی‌کنیم، بلکه به دنبال ایجاد یک بازار برای فروش محصولات شرکت‌های تحقیقات بازار هستیم.»




### آینده «سوبازار»

مدیرعامل شرکت «کالاکاوش کالار» می‌گوید: «هدف اول ما در سوبازار افزایش گزارش‌های غیر رایگان است که بسیار باارزش است؛ این افزایش هم از دو جنبه قابل توجه است. یکی اینکه ما ناشرهای بیشتری در ایران داشته باشیم و شرکت‌های بیشتری به سمت تهیه گزارش آماده بیایند. بنابراین بیشتر کار ما در «سوبازار» ترغیب شرکت‌ها به استفاده از گزارش‌های آماده است. درواقع شعار و هدف اصلی ما در سوبازار این است که شرکت‌های تجاری در ایران با هزینه خیلی کمتری به اطلاعات مورد نیازشان برسند. جزو اهداف دوم به بعد ما هم بحث عضویت و درواقع شناساندن تحقیقات بازار به تمام اقشار جامعه است.» ورقایی اضافه می‌کند: «اگر در آینده بازار ایران به آن بلوغ رسید که در کنار پروژه‌ها به تهیه گزارش‌های بازار هم بپردازد و ناشرهای خوبی داشته باشیم، آمادگی داریم گزارش‌های بازار را به نسخ انگلیسی تبدیل کنیم و در بازار بین‌الملل به شرکت‌هایی بفروشیم که به بازار ایران علاقه دارند؛ کاری که برای تجارت و اقتصاد ایران و هم در جذب سرمایه‌گذار خارجی و اشتغال‌زایی موثر و مفید است.»

راه‌های ارتباط با این شرکت فناور
www.soobazar.com
www.kalargroup.ir
soobazar
info@soobazar.com
soobazar.iran
۰۲۱-۲۸۴۲۹۲۴۰