به بهانه بازدید رهبر انقلاب از نمایشگاه «دستاوردهای بخش خصوصی»؛

صنایع دستی ایران از چالش تا فرصت‌ها با نقش‌آفرینی بخش خصوصی

سپهرغرب، گروه گردشگری: در حالی که صنایع دستی ایران با چالش‌هایی روبه‌روست، بازدید اخیر رهبر معظم انقلاب از نمایشگاه «پیشگامان پیشرفت، رویداد ملی توانمندی‌ها و دستاوردهای بخش خصوصی» نشان داد که این صنعت می‌تواند با نقش‌آفرینی بخش خصوصی، چالش‌ها را به فرصت‌های طلایی تبدیل کند.

دو روز گذشته بود که حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، رهبر معظم انقلاب اسلامی به مدت دو ساعت از نمایشگاه «پیشگامان پیشرفت، رویداد ملی توانمندی‌ها و دستاوردهای بخش خصوصی» بازدید کردند؛ در این نمایشگاه توانمندی‌ها و دستاوردهای بخش خصوصی در بخش‌های ارتباطات و فناوری اطلاعات، تجهیزات ساخت ماهواره، هوش مصنوعی، ساخت تجهیزات و ابزار تعمیر هواپیما، صنایع معدنی و زمین‌شناسی، صنایع نفت و گاز و پتروشیمی، صنعت فولاد و آلومینیوم، لوازم خانگی، صنایع دریایی، صنعت فرش، صنعت آب و برق، صنایع نساجی، تجهیزات پزشکی و بیمارستانی و تولید دارو، پژوهشگاه رویان، تولیدات کشاورزی و دامپروری و صنایع دستی و گردشگری ارائه شده بود.

صنایع دستی، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های فرهنگی، هنری و اقتصادی کشورها، همواره نقش بسزایی در حفظ هویت ملی، ایجاد اشتغال و توسعه پایدار ایفا کرده است؛ در ایران، صنایع دستی با تنوع بی‌نظیر خود، از فرش‌بافی و سفالگری گرفته تا خاتم‌کاری، میناکاری، قلم‌زنی و گلیم‌بافی، نمادی از هنر و خلاقیت ایرانیان و به‌عنوان منبع درآمدی مهم برای هزاران خانواده در شهرها و روستاهای کشور محسوب می‌شود، با این حال، در سال‌های اخیر، این صنایع با چالش‌های متعددی روبه‌رو شده‌اند که لزوم توجه جدی‌تر بخش خصوصی به این حوزه را بیش از پیش آشکار می‌سازد.

صنایع دستی ایران با پیشینه‌ای چندهزار ساله، همواره جایگاه ویژه‌ای در فرهنگ و اقتصاد کشور داشته است. این صنایع علاوه بر اینکه به‌عنوان یک هنر ملی شناخته می‌شود، به‌عنوان یک صنعت اشتغال‌زا، به‌ویژه در مناطق روستایی و کمتر توسعه‌یافته، نقش مهمی در کاهش فقر و ایجاد درآمد ایفا کرده است با این حال، در سال‌های اخیر، این صنعت با مشکلاتی همچون کاهش تقاضا، رقابت با محصولات خارجی، کمبود سرمایه‌گذاری و نبود بازاریابی مؤثر روبه‌رو شده است. این چالش‌ها موجب شده است که بسیاری از هنرمندان و تولیدکنندگان صنایع دستی با مشکلات مالی دست و پنجه نرم کنند و حتی برخی از این هنرها در معرض فراموشی قرار گیرند.

■ چالش‌های پیش‌روی صنایع دستی

–کمبود سرمایه:

بسیاری از کارگاه‌های کوچک و متوسط صنایع دستی به دلیل کمبود سرمایه، قادر به توسعه و نوآوری در تولیدات خود نیستند. این موضوع موجب شده است که کیفیت محصولات در برخی موارد کاهش پیدا کند و توان رقابت با محصولات مشابه از کشورهای دیگر کم شود.

–ضعف در بازاریابی و ویژندسازی:

نبود راهبردهای بازاریابی مدرن و استفاده ناکافی از فضای دیجیتال، موجب کاهش دسترسی به بازارهای جهانی شده است؛ بسیاری از تولیدکنندگان صنایع دستی به‌ویژه در مناطق روستایی، از ابزارهای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی برای معرفی محصولات خود استفاده نمی‌کنند.

–رقابت با محصولات خارجی:

محصولات صنایع دستی کشورهایی همچون چین، هند و ترکیه، با قیمت‌های پایین‌تر و تنوع بیشتر، بازار صنایع دستی ایران را تحت تأثیر قرار داده‌اند. این رقابت موجب شده است که سهم ایران در بازارهای جهانی کاهش پیدا کند.

*وظیفه بخش خصوصی چیست؟

در این مسیر بخش خصوصی می‌تواند با سرمایه‌گذاری در این حوزه، نقش مهمی در رفع چالش‌های پیش‌رو ایفا کند. برخی از اقداماتی که بخش خصوصی می‌تواند انجام دهد عبارتند از:

–سرمایه‌گذاری در نوآوری و طراحی:

بخش خصوصی می‌تواند با سرمایه‌گذاری در طراحی‌های جدید و استفاده از فناوری‌های مدرن، به تولید محصولات با کیفیت بالاتر و متنوع‌تر کمک کند. ایجاد تنوع در طرح‌ها و رنگ‌ها می‌تواند جذابیت محصولات ایرانی را برای بازارهای جهانی افزایش دهد.

–بازاریابی و برندسازی:

ایجاد برندهای معتبر و استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای بازاریابی، می‌تواند دسترسی به بازارهای جهانی را افزایش دهد. بخش خصوصی می‌تواند با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بازارهای برخط و مشارکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی، محصولات ایرانی را به جهانیان معرفی کند.

–حمایت از کارگاه‌های کوچک و متوسط:

بخش خصوصی می‌تواند با ارائه تسهیلات مالی و فنی، به کارگاه‌های کوچک و متوسط کمک کند تا تولیدات خود را بهبود بخشند. ایجاد زنجیره‌های تأمین کارآمد و ارائه آموزش‌های لازم به تولیدکنندگان محلی، می‌تواند کیفیت محصولات را افزایش دهد.

–آموزش و توانمندسازی نیروی کار:

سرمایه‌گذاری در آموزش نیروی کار جوان و ایجاد انگیزه برای ورود به این صنعت، می‌تواند آینده صنایع دستی را تضمین کند. بخش خصوصی می‌تواند با همکاری مؤسسات آموزشی و سازمان‌های مرتبط، دوره‌های آموزشی برای جوانان علاقه‌مند به صنایع دستی برگزار کند.

–توسعه صادرات:

بخش خصوصی می‌تواند با ایجاد شبکه‌های توزیع بین‌المللی و مشارکت با شرکت‌های خارجی، صادرات صنایع دستی ایران را افزایش دهد. این اقدام می‌تواند به ورود ارز بیشتر به کشور و رونق اقتصادی کمک کند.

نقش دولت در تسهیل مشارکت بخش خصوصی

اگرچه بخش خصوصی می‌تواند نقش کلیدی در توسعه صنایع دستی ایفا کند، اما دولت نیز باید با ایجاد بسترهای قانونی و حمایتی، زمینه را برای مشارکت بیشتر بخش خصوصی فراهم کند. برخی اقدامات دولت می‌تواند شامل کاهش تعرفه‌های صادراتی، ارائه تسهیلات مالی به شرکت‌های فعال در این حوزه، حمایت از برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی و ایجاد مراکز تحقیقاتی برای توسعه طراحی و نوآوری در صنایع دستی باشد.

در این مسیر باید توجه داشت که صنایع دستی ایران، به‌عنوان بخشی از میراث فرهنگی و هنری این مرزوبوم، نه‌تنها دارای ارزش‌های فرهنگی و تاریخی است، بلکه می‌تواند به‌عنوان منبع درآمدی پایدار و اشتغال‌زا عمل کند. با توجه به چالش‌های پیش‌رو، لزوم مشارکت جدی‌تر بخش خصوصی در این حوزه بیش از پیش احساس می‌شود.

سرمایه‌گذاری، نوآوری، بازاریابی مدرن و آموزش نیروی کار جوان می‌تواند صنایع دستی ایران را دوباره به جایگاه واقعی خود در بازارهای جهانی بازگرداند. در این مسیر، همکاری بین بخش خصوصی، دولت و نهادهای آموزشی می‌تواند به ایجاد تحولی بزرگ در این صنعت منجر شود و آینده‌ای روشن را برای صنایع دستی ایران رقم بزند.

گردشگری پایدار، واژه دلنشینی که در سطح شعار باقی مانده

سپهرغرب، گروه گردشگری – شهره کرمی: یک کارشناس گردشگری با بیان اینکه گردشگری پایدار، واژه دلنشینی است که در سطح یک شعار باقی مانده، گفت: برای موفقیت در این حوزه زیرساخت‌های لازم باید فراهم باشد.

گردشگری پایدار که گاهی اوقات به‌عنوان گردشگری مسئولانه یا اکولوژیک نیز شناخته می‌شود، رویکردی است که هدف آن به حداقل رساندن اثرات منفی بر محیط زیست، فرهنگ و جوامع محلی و در عین حال حداکثر کردن منافع اقتصادی و اجتماعی است. به عبارت دیگر، به‌دنبال ایجاد تعادل بین نیازهای گردشگران، حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی و بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی است و می‌تواند به حفاظت از اکوسیستم‌ها و گونه‌های جانوری و گیاهی در معرض خطر کمک کند. این امر از طریق ایجاد مناطق حفاظت‌شده و ترویج فعالیت‌های گردشگری سازگار با محیط زیست امکان‌پذیر است.

از طرفی توجه به این مهم به مدیریت صحیح پسماندها و فاضلاب‌ها، کاهش مصرف انرژی و استفاده از منابع تجدیدپذیر در تأسیسات گردشگری و کاهش آلودگی محیط زیست کمک می‌کند. همچنین به استفاده مسئولانه از منابع طبیعی مانند آب و جنگل‌ها تأکید دارد و از تخریب و بهره‌برداری بی‌رویه از آن‌ها جلوگیری می‌کند.

از طرفی به حفظ و مرمت آثار تاریخی و فرهنگی کمک و از آسیب دیدن آن‌ها جلوگیری می‌کند. گردشگری پایدار بر احترام به آداب و رسوم، سنت‌ها و ارزش‌های جوامع محلی تأکید دارد و از تجاری‌سازی فرهنگ‌ها جلوگیری کرده و می‌تواند با ایجاد فرصت‌های شغلی و کارآفرینی برای مردم محلی، به توانمندسازی آن‌ها کمک کند و آن‌ها را در فرآیند تصمیم‌گیری مشارکت دهد.

با توجه به آنچه در خصوص ظرفیت‌های گردشگری پایدار بیان شد، با سید فرخ میرشاهزاده کارشناس حوزه گردشگری گفت‌وگویی داشته‌ایم که در ادامه می‌خوانید:

■ گردشگری پایدار چه نقشی در حفظ محیط‌زیست و فرهنگ بومی دارد؟

گردشگری پایدار واژه دلنشینی است که تقریباً یک دهه است وارد فرهنگ لغت گردشگری کشور ما شده اما هنوز نتوانسته آن نقشی که باید داشته باشد را ایفا کند و در سطح یک شعار باقی مانده است.

ما با شنیدن این واژه ذهنیت‌مان به سمت محیط زیست می‌رود؛ محیط زیست بخشی از گردشگری پایدار محسوب می‌شود که هدف آن این است که بتوانیم ثروت موجود در هر منطقه را برای آیندگان حفظ کنیم. بدان معنا که آن منابع طبیعی، محیط زیست و محیط اجتماعی خود را به‌گونه‌ای نگهداری کنیم که به‌عنوان یک میراث ماندگار به آیندگان انتقال یابد.

البته باید توجه داشت که گردشگری پایدار هدفش منفعت‌رسانی به جامعه‌ای است که در یک محدوده جغرافیایی زندگی می‌کنند و این موضوع که این جامعه از چه راهکار و راهبردی منفعت می‌یابند خود یک داستان بزرگ است.

منفعتی که گردشگری پایدار به‌دنبال تداعی آن بوده این است که به‌واسطه گردشگری بتوانیم نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی مردم ساکن در یک منطقه را برطرف کنیم.

مسئله این است که ما بر موضوع حفاظت از محیط زیست تمرکز کرده‌ایم در حالی که در قبال این امر رویکرد درستی نداریم و وقتی سخن از گردشگری پایدار به میان می‌آید؛ منابع کلیدی، با بهانه‌هایی مثل کاهش مصرف سوخت فسیلی برای سالم نگه داشتن محیط، محدود می‌شوند؛ این در حالی است که باید یک ارزیابی اساسی انجام دهیم و ببینیم این محدودیت، تنها معطوف به گردشگری است یا سایر صنایع و نهادهای اقتصادی نیز برای تحقق این پایداری همکاری می‌کنند.

گردشگری پایدار واژه زیبایی است ولی باید توجه داشت که هدف اصلی آن انتفاع جامعه محلی و شاخص‌ترین آن انتفاع اقتصادی است، اگر در راستای این امر فعالیت می‌کنیم، در درجه نخست باید منفعت آن به جامعه محلی برسد.

به‌عنوان مثال قرار است منطقه گردشگری در یک جای بکر ایجاد شود و گردشگر به آن مراجعه کند، اگر رویکرد ما گردشگری پایدار باشد مفهوم آن این است که حضور گردشگر به اقتصاد منطقه رونق دهد، کسبه منطقه را حمایت و نقدینگی ایجاد کرده و اشتغال‌آفرینی کند.

موضوع مهم این است که منافع حاصل از گردشگرپذیری منطقه معطوف به همان محل شود؛ در صورتی که این امر با رویکردهایی که وجود دارد تحقق نمی‌یابد، ما گردشگری پایدار را به یک معضل در حوزه گردشگری تبدیل کرده و دست و پای سرمایه‌گذار را می‌بندیم.

نکته دیگر زیرساخت‌هاست که برای حضور گردشگران باید مهیا شود و جامعه محلی نیز از آن بهره ببرد، این بدان معناست که در مقصد مورد نظر ما شبکه مخابراتی، جاده دسترسی، سرویس بهداشتی مناسب و مراکز درمانی مناسب وجود داشته باشد.

■ چگونه می‌توان بین جذب گردشگر و حفاظت از منابع طبیعی تعادل برقرار کرد؟

متأسفانه برخی هدف‌گذاری‌ها در مقاصد گردشگری و برنامه‌ریزی‌ها برای جامعه گردشگری چالش بزرگی در این خصوص در سطح کشور ما به‌وجود آورده. هم‌اکنون که فصل گردشگری جنوب کشور است و گردشگری صرفاً به‌لحاظ وجود امکانات، در یک منطقه، محدود و متمرکز شده و منجر خواهد شد که همه گردشگران، آن منطقه را به‌عنوان مقصد هدف خود انتخاب کنند، این ازدحام قطعاً چالش‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و فرهنگی به‌وجود خواهد آورد که همه این موارد گردشگری را متزلزل خواهد کرد.

برای تعیین مقصد باید ابتدا ظرفیت‌سنجی کرد و ظرفیت برد و قابلیت بارگذاری‌ها مشخص شود؛ چراکه ازدحام افراد در یک منطقه قطعاً منابع آن محدوده را مستهلک کرده و چالش به‌وجود خواهد آورد. بعد از این امر باید منابع انرژی که اهمیت کمتری دارند مورد توجه قرار گیرند.

■ نقش جوامع محلی در توسعه گردشگری پایدار چیست؟

در مسیر توسعه گردشگری، ما چهار مرحله اصلی در مقاصد گردشگری متصور هستیم؛ مرحله نخست پذیرش و استقبال از گردشگر است، جامعه‌ای که تبدیل به مقصد می‌شود در ابتدا ذوق‌زده و پذیرای گردشگر است.

مرحله دوم بی‌تفاوتی است؛ وقتی جامعه مقصد منفعتی از حضور گردشگر دریافت نکند، توجهش به گردشگر کاهش می‌یابد. مرحله سوم ممانعت است که جامعه محلی چون منفعتی از حضور گردشگر دریافت نمی‌کند، از ورود گردشگر به مقصد جلوگیری می‌کند.

مرحله چهارم پرخاشگری و تعطیل شدن مقصد خواهد بود که افراد به‌دلیل عدم دریافت انتفاع از این موضوع، اجازه ورود گردشگر به این مقصد را نخواهند داد.

دخیل کردن جامعه محلی در این خصوص نیازمند این است که ابتدا مشارکت جامعه محلی مشخص شود؛ به‌طوری که بستری فراهم کنیم تا جامعه محلی از وجود گردشگر در مقصد بهره کافی را ببرد، این امر باید همه مراکز کوچک و بزرگ شهر را شامل شود و اشتغال و گردش مالی در جامعه هدف را به‌دنبال داشته باشد تا جامعه محلی در این خصوص مشارکت کرده و مقصد همواره پذیرای گردشگر باشد.

■ چه مناطقی در ایران ظرفیت بالایی برای گردشگری پایدار دارند؟

جای‌جای ایران طلاست و همه مناطق قابلیت جذب گردشگر را دارند به شرطی که زیرساخت مناسب برای آن فراهم باشد. به طور مثال در حال حاضر در سطح کشور یک سرویس بهداشتی مناسب در مسیرها و مقاصد گردشگری وجود ندارد.

در صورتی که کشور ایران رویکرد خود را از تک‌بعدی بودن در اقتصاد و وابستگی به نفت، به سمت حوزه خدمات و گردشگرپذیری تغییر دهد؛ قابلیت این را دارد که مناطق گردشگری شناخته‌شده و ناشناخته خود را به یک مقصد بالقوه و مطلوب تبدیل کند.

■ چگونه می‌توان با استفاده از فناوری‌های نوین، تجربه بهتری برای گردشگران فراهم کرد؟

فناوری‌های نوین قطعاً دستاوردهای بسیار زیادی را به جوامع هدیه کرده‌اند و خواهند کرد. نمونه بارز آن قابلیت کشور ما در تولید انرژی‌های پایدار مانند انرژی باد و خورشیدی است، دیگر ظرفیت‌ها و موارد می‌توانند برای ما ارزش افزوده و در عین حال جاذبه ایجاد کنند.

مثلاً در کشور امارات سایه‌بان‌های خیابان، پنل خورشیدی هستند که زیبایی ایجاد کرده‌اند. این امر نیاز دارد که در مرحله نخست بستر فراهم و فرهنگ‌سازی لازم انجام شود تا در مرحله بعدی ایجاد تجربه جذاب را برای گردشگر رقم بزنیم.

■ نقش دولت و بخش خصوصی در توسعه زیرساخت‌های گردشگری پایدار چیست؟

متأسفانه رویکرد اینگونه است که دولت به‌عنوان یک ابزار کاهنده پیشرفت بیشتر نقش‌آفرینی کرده تا تهسیل‌کننده، بنابراین بهتر است که بخش خصوصی کار خود را انجام دهد و دولت کار خود را پیگیری کند.

دولت باید نقش حمایت‌گری داشته باشد و زیرساخت‌های کلیدی و اساسی یک مقصد گردشگری را فراهم کند. نباید در حوزه اقتصاد و کسب و کارها دخل و تصرف داشته باشد، اگر امور را به بخش خصوصی واگذار کند که خود باید از این موضوع منتفع شوند، کار خود را به‌خوبی انجام خواهند داد.

البته به شرطی که دولت مانع آن‌ها نبوده و صدور مجوزها و روند کسب و کار توسط دولت مختل نشود، قابلیت‌های زیادی در این حوزه وجود خواهد داشت.

■ چگونه می‌توان فرهنگ حفاظت از طبیعت را به گردشگران آموزش داد؟

در شرایطی که ما بستر جذابیت محیطی را بیشتر نمایان کنیم و شرایطی ایجاد شود که محیط نیز برای مراجعه‌کننده جاذب باشد؛ قطعاً مشارکت گردشگر ارتقا پیدا خواهد کرد.

وقتی مردم محلی زباله‌های خود را در منطقه رها یا اینکه در طبیعت آتش می‌افروزند، دیگر نمی‌توان انتظار داشت که مسافران این امور را رعایت کنند؛ بنابراین ابتدا فرهنگ مقصد باید ارتقا پیدا کند و سپس این امر به گردشگران دیکته شود.

در برخی کشورها مانند ترکیه مردم محلی در خیابان زباله نمی‌ریزند، چراکه در صورت رها کردن زباله در خیابان جریمه خواهند شد، بنابراین وقتی گردشگر نیز خیابان‌ها را مشاهده می‌کند جرأت نخواهد کرد که محیط را آلوده کند.

با این تفاسیر، گردشگری پایدار هدفش حفظ منابع طبیعی و اجتماعی برای نسل‌های آینده بوده و به‌دنبال تأمین نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی جامعه محلی است. با این حال، در عمل، گردشگری پایدار بیشتر به حفظ محیط زیست محدود شده و رویکردهای مناسب برای تحقق این هدف اتخاذ نشده است.

یکی از موضوعاتی که باعث موفقیت در این حوزه و حفظ منابع خواهد شد، وجود زیرساخت‌های لازم و ایجاد فضایی است که در آن، امکان آسیب به محیط زیست وجود نداشته باشد و جامعه محلی نیز رونق یافته و حضور گردشگر برای آن‌ها انتفاع اقتصادی داشته باشد تا خود به‌عنوان محافظ از منطقه عمل کنند.

بهار کوردی، روایتی از زمان و طبیعت در تقویم ایلامی

سپهرغرب، گروه گردشگری: با فرا رسیدن «وهار کوردی» یا بهار کردی، سنت‌ها و باورهای کهن مردمان ایلام دوباره جان می‌گیرد. این تقویم محلی که ریشه در تاریخ و طبیعت منطقه دارد، با تقویم رسمی تفاوت‌هایی داشته و همواره یادآور ارتباط عمیق مردمان این دیار با طبیعت بوده است.

■ بهار کوردی، فصلی که با روایت‌های تاریخی زنده است

در تقویم کردی، وهار یا بهار، آغاز سال محسوب می‌شود. این تقویم محلی که از دوران سکونت اقوام کرد در منطقه‌ایلام شکل گرفته، بر اساس تغییرات اقلیمی و طبیعت طراحی شده و با گذر زمان، به یکی از شاخصه‌های فرهنگی این دیار تبدیل شده است.

به گفته پژوهشگر تاریخ و فرهنگ کُردی، این تقویم انعکاسی از سبک زندگی مردمانی است که کوهستان، تغییرات فصلی، و چرخه طبیعت نقش مهمی در حیات روزمره‌شان داشته است.

فرهاد نادری، می‌گوید: تقویم کردی، برخلاف تقویم رسمی ایران که مبنای محاسباتی دارد، به شدت با زندگی کشاورزی و دامداری مردم گره خورده است. نام‌گذاری ماه‌ها و فصل‌ها نشان می‌دهد که تقویم کردی نه‌تنها ابزاری برای تعیین زمان بلکه دریچه‌ای به تاریخ و فرهنگ مردم منطقه بوده است.

■ ساختار منحصر بهفرد تقویم کردی

تقویم کردی ایلام از چهار فصل تشکیل شده که هر کدام با نام‌های بومی شناخته می‌شوند: وهار (بهار)، پایز (پاییز)، سردوا (تابستان)، و زمسان (زمستان). نکته جالب این است که ماه‌های وهار کردی شامل مانگ اول وهار (بهمن)، مانگ وسط وهار (اسفند) و مانگ آخر وهار (فروردین) هستند.

در واقع، سال نو کردی از ششمین روز عید نوروز آغاز می‌شود، چراکه پنج روز نخست عید در این تقویم به‌عنوان «پنجۀ روز» شناخته شده و از شمارش سالانه جدا هستند.

به گفته آذر هاشمی، کارشناس مردم‌شناسی منطقه، این شیوه محاسبه نمایانگر باورهای معنوی مردمان ایلام است: «پنجۀ روز در باور مردم به حضرت فاطمه زهرا (س) منتسب است و به‌عنوان روزهایی مقدس شناخته می‌شود. این ارتباط معنوی، تقویم کردی را از یک نظام زمانی به یک عنصر فرهنگی–مذهبی تبدیل کرده است.»

■ سه ششلگ و افسانه‌های کوردی

یکی از جذاب‌ترین بخش‌های تقویم کردی، مفهوم «سه ششلگ» است. این دوره که شامل ۶ روز پایانی زمستان و دوازده روز نخست بهار می‌شود، با افسانه‌ای کهن درباره شخصیتی به نام «حمیل» گره خورده است. حمیل نماد پیوند انسان و طبیعت است. مردم معتقدند که اگر تیر او به آب برخورد کند، سالی پرباران در پیش خواهد بود و اگر به خشکی اصابت کند، سالی خشک و بی‌برکت خواهد بود.

■ تداوم تقویم کردی در دنیای مدرن

امروزه با وجود استفاده گسترده از تقویم رسمی ایران، همچنان در مناطق روستایی ایلام، اسامی کردی ماه‌ها و فصل‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. مراسم محلی مانند شب‌نشینی در شب اول زمسان کردی نیز هنوز در برخی نقاط اجرا می‌شود.

نادری معتقد است: حفظ تقویم کردی نه‌تنها به‌عنوان یک ابزار زمانی بلکه به‌عنوان بخشی از هویت فرهنگی مردمان ایلام ضروری است. این تقویم نمایانگر میراثی است که با زندگی مردم و طبیعت در هم تنیده است.

تقویم کردی، به‌رغم تغییرات زمانه، همچنان نماد اصالت و هویت مردمانی است که طبیعت و سنت‌های خود را ارج می‌نهند.

■ فریبا میرزایی

آگهی فراخوان عمومی (شناسایی پیمانکار)

شماره م الف ۶۰۰۹

شهرداری همدان (منطقه ۱) در نظر دارد مشاوره، بازنگری در طرح موجود و یا طراحی مجدد و اجرای پروژه تجهیز سالن آمفی تئاتر اصلی مرکز همایش‌های بین المللی و قرآنی شهر همدان را از طریق مناقصه عمومی برابر با شرح خدمات ضوابط اجرایی روش طرح و ساخت (EPC) به پیمانکاران و مشاوران واجد شرایط زیر واگذار نماید:

۱–پیمانکاران بایستی دارای رتبه بندی حداقل پایه ۴ در دو رشته «ابنیه» و «تاسیسات و تجهیزات» صادره از سازمان برنامه و بودجه کشور باشند.

۲–مشاوران بایستی دارای رتبه بندی حداقل پایه ۳ ر رشته‌های «معماری یا معماری داخلی» و «تاسیسات برق و مکانیک» صادره از سازمان برنامه و بودجه کشور باشند. در صورت عدم وجود همزمان صلاحیت‌های مورد اشاره در یک شرکت مهندسی مشاور، پیشنهاد دهندگان می‌توانند از طریق دو شرکت مهندسی مشاور مجزا دارای هر یک از صلاحیت‌های مورد نیاز اقدام نمایند.

۳–پیمانکاران و مشاوران بایستی مطابق بندهای ماده ۳ و ۴ آیین نامه تشخیص صلاحیت پیمانکاران طرح و ساخت، قبل از شرکت در مناقصه، نسبت به انجام مشارکت‌نامه ثبتی یا مدنی اقدام و در اولین مرحله ارسال مدارک، رونوشت آن را همراه با سایر اسناد و مدارک مورد نیاز در سامانه ستاد بارگزاری نمایند.

۴–شرکت کنندگان در مناقصه بایستی دارای حداقل سابقه انجام یک پروژه با مبلغ پیمان بالای ۲۰۰ میلیارد ریال در سه سال اخیر باشند.

۵–پیمانکاران یا مشاوران بایستی دارای سوابق و رزومه کاری حداقل یک کار مشابه در زمینه اجرای پروژه‌های تجهیز سالن آمفی تئاتر، همایش یا سینما و ... باشند.

۶–با توجه به اینکه پروژه مذکور از قبل دارای طرح اولیه می‌باشد، لذا شرکت کنندگان در مناقصه ملزم به بررسی کامل طرح موجود پیش از اجرا بوده و در صورت لزوم می‌توانند جهت بهبود و تغییر بخش‌هایی از طرح اولیه اقدام نموده و مستندات مربوطه به همراه توجیه کامل فنی، اجرایی و اقتصادی و ... را به کارفرما ارائه نمایند.

۷–با توجه به اینکه ارزیابی فنی و بازرگانی در این مرحله انجام خواهد شد، لذا شرکت‌کنندگان بایستی همراه با اعلام آمادگی جهت شرکت در مناقصه، مدارک و مستندات خود را مطابق با معیارهای ارزیابی اعلام شده توسط کارفرما در سامانه ستاد بارگزاری نمایند.

۸–اعتبار پروژه از محل درآمدهای عمومی شهرداری همدان و در صورت تخصیص اعتبارات از محل منابع استانی تامین خواهد شد. پرداخت آن نیز تا سقف ۷۰ درصد بصورت غیرنقدی (تهاتر با زمین، املاک تجاری، اداری، مصالح، عوارض و ... با قیمت کارشناسی) و الباقی بصورت نقدی خواهد بود.

۹–شرکت‌های واجد شرایط می توانند از تاریخ انتشار آگهی به مدت ۱۵ روز (تا ساعت ۱۳ تاریخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۸) جهت دریافت اسناد و بارگذاری مدارک و مستندات به آدرس سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(سامانه ستاد) مراجعه نمایند.

۱۰–برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۳۲۵۱۹۲۴۵(۰۸۱) و ۳۲۵۲۰۲۳۱(۰۸۱) تماس حاصل نمائید. ضمنا مشاهده اطلاعیه فوق در سایت شهرداری همدان به نشانی Hamedan.ir امکان پذیر می باشد.

شهرداری منطقه یک همدان