

چالش فن آوری در فرش دستباف

فیصل مرداسی
دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی

کلیم

فصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۲۱
بهار ۱۳۹۱

۹

چله‌کشی، رنگ‌رزی، طراحی و نقاشی، پرداخت، تبلیغات، بازاریابی، فروش و صادرات با حساسیت‌های متفاوتی از فن آوری استفاده می‌شود. در این مقاله سعی می‌شود با موشکافی ابعاد موضوع و با استفاده از نظرات خبرگان به‌ویژه دست‌اندرکاران تشکلهای تولیدی و صادراتی و دانشگاهی داخلی و خارجی (اتحادیه واردکنندگان فرش دستباف ایرانی در اروپا) و معاونت فن آوری ریاست جمهوری با انجام جلسات متعدد در وزارت بازرگانی سابق و مرکز ملی فرش، اثر استفاده از دستگاه‌های مکانیکی بافت به‌جای بافندگان مورد بررسی قرار گیرد. بدیهی است به‌دلیل تفاوت دیدگاه‌ها در این ارتباط، نگارنده با استفاده از مباحث مطرح شده در نهایت خود به‌جمع‌بندی می‌پردازد.

واژه‌های کلیدی: فن آوری، فرش دستباف، قالی‌باف، بافنده.

چکیده

فرش دستباف یک محصول مهم تولیدی ایران است که عمدتاً با هدف صادرات تولید می‌شود و به‌دلیل جنبه‌های فوق‌العاده قوی هنری، علاقمندان زیادی در سطح جهان به‌خصوص در کشورهای غربی دارد. مؤلفه‌های هنری با آمیخته‌ای از فرهنگ، آداب، رسوم، مذهب و معماری ایرانی-اسلامی همراه با تنوع بالا در طرح‌ها و نقوش و رنگ‌ها، فرش دستباف ایرانی را از یک کفپوش ساده و تجاری کاملاً متمایز کرده و نام و نشان تجاری باارزشی در اذهان حک کرده است. این محصول همانند سایر تولیدات در بستر زمان و برای پاسخگویی به‌نیاز تولیدکنندگان از فن آوری بهره می‌برد. اگرچه ضریب نفوذ فن آوری در فرش با کندی قابل محسوسی رشد می‌کند. موضوع این نوشتار پیرامون استفاده از فن آوری در مرحله بافت از زنجیره تأمین است که با اختلاف نظر زیاد همراه بوده است. در سایر حلقه‌های زنجیره تأمین از جمله ریسندگی،

مقدمه

میراث فرهنگی کشورمان یکی از غنی‌ترین میراث‌ها در مقیاس جهانی است که نمایانگر روح خلاق و نوآور ایرانیان است، آنگاه که برای زندگی خود از کوچک‌ترین جزء و ابزار گرفته تا معماری محل سکونت و کفپوش آن با طبیعت پیرامون خود ارتباط زنده‌ای برقرار کرده و به بهترین شکل ممکن به طراحی و تولید نیازمندی‌های خویش پرداخته‌اند. عمدتاً با رشد آبادانی و آسایش و رفاه این خلاقیت و نبوغ و هنرپروری و انس با طبیعت به اوج و کمال می‌رسد. لیکن هیچگاه حتی در سخت‌ترین محیط زندگی و شرایط دشوار آن نیز، این روح هنرپرور از ایرانی جدا نشده و همواره در زندگی او جاری و ساری بوده است.

طبیعی است وقتی از میراث سخن به میان می‌آید انتظار مشاهده گذشته باشکوهی را داریم که جزء آثاری معدود، در زندگی مردم حضور واقعی نداشته و صرفاً در موزه‌ها و اماکن تاریخی شاهدهی بر گذشته و نحوه زندگی و گذران معیشت مردم بوده است. در میان این میراث گرانبها اما فرش دست‌باف گزینه بی‌بدیلی است. فرش دست‌باف جزء باارزشی از میراث ایران است که اتفاقاً بهترین بازگوکننده ایران و ایرانی است. آنچه فرش دست‌باف را از سایر میراث کهن ایران جدا و متمایز می‌کند، زنده بودن آن در زندگی ایران امروزی است. فرش دست‌باف با پیشینه‌ای بسیار غنی، همچنان تولید می‌شود و به برگ‌های زرین این میراث می‌افزاید و در زندگی روزمره ایران و علاقمندان آن در سراسر جهان نقش آفرینی می‌کند و روزی با برکتی را برای قریب به یک میلیون نفر در اقصا نقاط این کشور پهناور باستانی گرم و رویی گشاده هدیه می‌کند.

نکته بارز دیگر در تمایز این محصول فرهنگی و هنری با میراث قدیمی، شهرت جهانی آن است که شهره آفاق بوده و اتفاقاً در کشورهای توسعه یافته و ثروتمند شهرت بی‌نظیری دارد. هر ساله بیش از ۶۰۰ میلیون دلار، فرش دست‌باف به ۸۰ کشور جهان صادر می‌شود و همچنان ایران بزرگ‌ترین تولیدکننده و صادرکننده فرش دست‌باف جهان شناخته می‌شود (پورتال رسمی مرکز ملی فرش ایران www.incc.ir) در تولید و صادرات فرش همچنان

عناصر فرهنگی و هنری، مهم‌ترین شاخصه قالی ایرانی است. فرش دست‌باف با گنجینه غنی طرح‌ها و نقوش خود که دائماً در حال بازآفرینی است هنوز هم بازگوکننده ویژگی‌های فرهنگی، هنردوستی، مذهبی، معماری اسلامی و علاقمندی ایرانی به طبیعت پیرامون خود است و کمتر محصولی را می‌توان شناخت که اینگونه با ایران و ایرانی عجین شده و با نام ایران آمیخته باشد. نکته سوم در تمایز فرش با سایر آثار دستی و هنری و میراثی کشور، تنوع در تولید آن است که یک مزیت رقابتی باارزش در مقابله با رقبای هندی، پاکستانی، افغانی، چینی، ترکی و نپالی محسوب می‌شود. هر گوشه کشور پهناور ایران، صاحب طرح و نقشه و رنگ‌ها و گاهی شیوه بافت مخصوص خود است که اتفاقاً امکان تفکیک فرش‌ها بر اساس محل بافت را فراهم کرده و مجموعه‌ای بی‌نظیر خلق می‌کند که هر یک پاسخگوی سلیقه و خواست طیف خاصی از مشتریان در اقصا نقاط جهان است. این ویژگی در هیچ محصول دستی دیگر ایرانی دیده نمی‌شود.

در این نوشتار تلاش می‌شود نسبت و ارتباط فرش دست‌باف با ویژگی‌های بافت دستی و فرهنگی و هنری آن با فن‌آوری مورد بررسی قرار گیرد و به این سؤال پاسخ داده شود که آیا فن‌آوری برای فرش دست‌باف یک فرصت است یا تهدید؟ نقطه ثقل این سؤال بر بافت یا همان عملیاتی متمرکز می‌شود که توسط عنصر انسانی (قالی‌باف) انجام می‌گردد. این مقاله تلاش می‌کند به این سؤال اصلی پاسخ دهد که استفاده از فن‌آوری و دستگاه‌های مکانیکی به جای بافنده یک فرصت است یا یک تهدید؟

مزیت رقابتی فرش دست‌باف زیر سایه چالش تهدیدات
آنچه در مقدمه مقاله آمد، تأکید بر ویژگی‌هایی است که در معرفی فرش و فروش و صادرات آن، نقش تعیین‌کننده و اساسی دارد و به دلیل همین ویژگی‌ها است که مشتریان داخلی و خصوصاً مشتریان خارجی حاضرند قیمت بالای فرش دست‌باف ایرانی را در مقایسه با سایر کفپوش‌ها پرداخت کنند. البته نمی‌توان از اهمیت کیفیت قالی ایرانی نسبت به سایر فرش‌های رقیب و حتی سایر کفپوش‌ها به‌عنوان مزیت رقابتی مهم غافل ماند، اما شرایط امروز

زنجیره تأمین، تولید و توزیع و فروش فرش دست‌باف، ویژه و پیچیده است. بخشی از واقعیات امروز فرش به این شرح است:

۱) کوچک شدن بازار داخلی: در گذشته ایران

بزرگ‌ترین بازار فرش دست‌باف بود، لیکن امروزه این بازار به شدت کوچک شده است و انواع کفپوش‌های ماشینی از جمله فرش ماشینی با قیمت‌های بسیار پایین به نسبت قیمت فرش دست‌باف، فضای رقابتی سنگینی برای این دست‌بافته ایجاد کرده است. هرچند شاهد افزایش جمعیت بوده و ناگزیر باید شاهد افزایش مصرف فرش دست‌باف نیز باشیم، اما واقعیاتی مانند تغییر در سبک زندگی مردم هم از نظر کوچک شدن خانه‌ها و اتاق‌ها و دگرگونی در معماری منازل و هم تغییر در دکوراسیون و ورود سرامیک و پارکت و موکت و ... به کفپوش منازل بر میزان استفاده از فرش دست‌باف اثر منفی گذاشته است. همچنین نسل جدید در حال تغییر سلیقه دائمی است و مدام به نوشدن وسایل زندگی می‌اندیشد و دیگر کالاهایی با دوام و ماندگار مانند فرش دست‌باف جایگاه ویژه‌ای در اندیشه این نسل ندارند.

۲) رقابت قیمتی: رقبای خارجی فرش دست‌باف

ایرانی از جمله هند، پاکستان، افغانستان، چین و نپال با تمرکز بر قیمت و با استفاده از طرح‌ها و نقوش ایرانی، رهبری ایران در بازار فرش دست‌باف جهان را به چالشی جدی کشانده‌اند. سرمایه‌گذاری ایرانیان در این کشورها برای استفاده از مزیت کارگر ارزان و نرخ تورم تثبیت شده در این رقابت نقش مؤثری داشته است.

۳) کاهش تعداد بافندگان: بافت فرش دست‌باف کار

سختی تلقی می‌شود و به شدت به کاربر و به نیروی انسانی وابسته است. درآمد پایین بافندگان و علاقه بافندگان به کارهای آسان‌تر با درآمد بالاتر باعث شده که علاقه به بافت فرش دست‌باف در میان بافندگان کاهش یابد و امید به فعالیت نسل جدید به عنوان بافنده به حداقل ممکن برسد. در کنار موضوعات اقتصادی، شرایط فرهنگی هم بر این مشکل افزوده است.

۴) کاهش سرمایه‌گذاری: شرایط سخت اقتصادی،

رقابت شدید، کمبود بافنده و طولانی مدت بودن زمان تولید فرش تا فروش، میزان سرمایه‌گذاری در تولید فرش را کاهش داده و منجر به کاهش شدید تولید شده است.

۵) وابستگی به بازارهای اروپایی و آمریکایی: وابستگی

به بازارهای اروپایی و آمریکا باعث افزایش ریسک تلاطم بازار فرش در صورت بروز بحران‌های مالی و اقتصادی در این کشورها و حتی بحران‌های سیاسی غرب با کشورمان شده است.

وجه اشتراک پنج چالش فوق را باید در مدیریت اقتصاد فرش دست‌باف و به عبارتی قیمت تمام شده تولید فرش و البته باورها و دیدگاه‌های پیرامون تولید و مصرف فرش دست‌باف جستجو کرد.

تأثیر فن‌آوری بر هنر-صنعت فرش دست‌باف

با گذشت زمان و توسعه تکنولوژی و فن‌آوری و نقش بارز آن در کسب و کارها و زندگی مردم، زنجیره تأمین، تولید و فروش فرش دست‌باف نیز از فن‌آوری تأثیر پذیرفته است. ورود فن‌آوری در ریسندگی نخ، چله‌کشی، رنگرزی، طراحی و نقاشی، پرداخت، بازاریابی، تبلیغات، فروش و صادرات قابل مشاهده است. امروزه تولیدکنندگان هم از نخ دست‌ریس و هم از نخ ماشینی استفاده می‌کنند. در چله‌کشی با استفاده از ابزارهای مکانیکی سرعت عمل و نظم چله‌کشی افزایش یافته است. با وجود گرایش به رنگرزی سنتی و استفاده از رنگزاهای طبیعی، امروزه رنگرزی مکانیزه و استفاده از رنگزاهای شیمیایی کاملاً جای خود را باز کرده است و نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. با وجود اختلاف نظر زیاد درباره استفاده از رایانه و نرم‌افزارها برای تولید طرح‌ها و نقشه‌های جدید، امروزه نمی‌توان تولید طرح‌های فرش دست‌باف را بدون رایانه تصور کرد. نسل جدید به‌ویژه دانش‌آموختگان رشته فرش در این مسیر پیش‌قراول هستند. استفاده از دارهای آرگونومیک که بدون تغییر در سبک بافت به حفظ سلامت بافنده کمک می‌کنند و همچنین قلاب‌ها و ابزارهای که به افزایش سرعت بافت کمک می‌رسانند از جمله نمونه‌های بهره‌گیری فرش از فن‌آوری در مرحله بافت است. (تصویر ۱)



فصلنامه

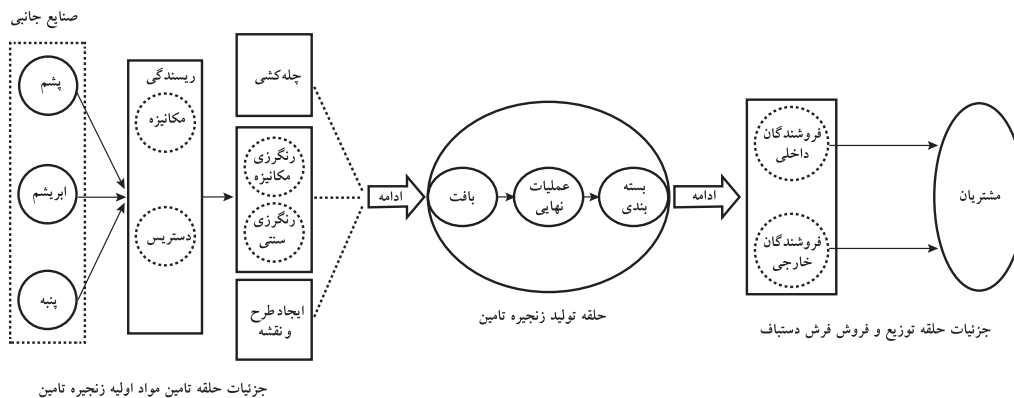
علمی-پژوهشی

انجمن علمی

فرش ایران

شماره ۲۱

بهار ۱۳۹۱



تصویر ۱: حلقه‌های زنجیره تأمین (مأخذ: فرزین، ۱۳۸۷)

از فن‌آوری‌ها در زنجیره فرش طی چند دهه گذشته در کشور متداول بوده، به‌گونه‌ای که بر اساس گزارش اداره کل مالکیت صنعتی طی چندساله اخیر قریب ۱۰۰ مورد اختراع در حوزه فرش دست‌باف ثبت شده است (گزارش رسمی اداره کل مالکیت صنعتی). اختراعات ثبت شده مذکور تقریباً همه زنجیره تأمین، تولید و توزیع و فروش را شامل می‌شود. حتی در میان اختراعات ثبت شده مواردی را می‌توان مشاهده کرده که برای استفاده جهت بافت به‌جای بافته ثبت شده است. با توجه به اختلاف نظر اساسی در بهره‌گیری از ابزارهای مکانیکی و ماشینی در مرحله بافت به‌جای بافته میان تولیدکنندگان، صادرکنندگان، هنرمندان و اندیشمندان علاقمند در حوزه فرش دست‌باف، تمرکز مقاله بر این موضوع خواهد بود. با وجودی که حداقل طی سه دهه گذشته دستگاه‌هایی تولید شده است که می‌تواند به‌جای بافته و در مقیاس چندین گره همزمان، فرش ببافد لیکن هیچگاه این دستگاه‌ها نتوانسته‌اند جایگزین واقعی بافندگان شوند و عنصر انسانی بافت را حذف نمایند. علت عمده این موضوع در ضعف این دستگاه‌ها و ابزارهای مکانیکی نیست بلکه به‌زعم نگارنده و گزارش کارشناسان مرکز ملی فرش ایران ناشی از نگرانی سازندگان این دستگاه‌هاست که با اقبال جامعه فرش مواجه نشده زیرا اطمینانی از موفقیت فرش تولیدی خود با ابزار جدید ندارند. علاوه بر این گروهی با ورود فن‌آوری در فرش مخالفت جدی دارند. لذا از

در مراحل پایانی تولید فرش (finishing) به‌مرور از ابزارهای جدید مورد استفاده قرار می‌گیرد و در این فرآیند در استفاده از فن‌آوری انگیزه لازم وجود دارد. در فرآیندهای نهایی مرتبط با فروش و صادرات و تبلیغ فرش، با توجه به سطح آگاهی فعالان این بخش از فن‌آوری‌های جدید به‌خصوص فروش الکترونیکی و راه‌اندازی پایگاه‌های اینترنتی مختلف که به معرفی فرش می‌پردازند، استفاده می‌شود. با این حال، همچنان کلیت فرش دست‌باف و فعالان آن در مقایسه با پیشرفت‌های شگرف و فن‌آوری‌های جدید و تغییرات پی‌درپی، فضای سنتی خود را حفظ کرده‌اند. وقتی شرایط تولید و فروش فرش با سالیان دور مقایسه می‌شود، صورت این تحول و نفوذ فن‌آوری چشمگیر به نظر می‌رسد، ولی مقایسه میزان نفوذ فن‌آوری در زنجیره فرش دست‌باف با شرایط روز دنیا و تحولات سریع آن، ضریب این نفوذ را بسیار کند و ضعیف نشان می‌دهد. آنچه از تولید فرش در ذهن همگان وجود دارد، همان بافت دستی قالی توسط یک بافنده زن یا مرد است که میلیون‌ها گره را با دست و بدون استفاده از فن‌آوری جدید و مدرن می‌بافد. تغییرات مذکور اثر چندانی در زمانبر بودن تولید دستی فرش، کاربرد بودن آن و سهم بالای هزینه‌های کارگری آن نگذاشته است. همانگونه که از بررسی زنجیره فرش دست‌باف در مراحل قبل و بعد از بافت مشخص می‌شود، استفاده از ابزارهای جدید، اصلاح ابزارهای موجود و استفاده

معرفی ابزارهای خود و اینکه فرس‌های تولیدی آنها با چنین ابزاری تولید شده‌اند، عموماً خودداری می‌کنند. چه اینکه تصور می‌شود این فرس‌ها اساساً دست‌باف تلقی نخواهند شد و در بازار مورد توجه قرار نمی‌گیرند. البته باید اذعان کرد، بهبود و پیشرفت دایمی این دستگاه‌ها در کنار عواملی مانند کمبود بافنده و هزینه بالای بافنده در قیمت تمام شده فرس، این شرایط را دگرگون کرده است و در آینده باید شاهد تحول در این عرصه باشیم. لازم است در این باره دیدگاه‌های متفاوتی که پیرامون استفاده از دستگاه‌هایی که عملیات بافت را به جای بافنده انجام می‌دهند مورد بررسی قرار گیرد.

- دیدگاه‌های موافقان

۱. هم‌اکنون عمده‌ترین مشکل فرس دست‌باف، کمبود تولید در نتیجه کمبود بافنده است. تولیدکنندگان به لحاظ کمبود تولید قادر به پاسخگویی به سفارش‌های خود نیستند.
۲. بافندگان علاقمند به حضور در کارگاه‌ها و مجتمع‌های قالی‌بافی برای بافت فرس نیستند و عمدتاً علاقه‌مندند در منزل قالی بیافند. این موضوع باعث کاهش سرعت عمل بافت، کاهش نظارت بر عملیات بافت و افزایش احتمال خطای بافت و کاهش کیفیت می‌شود.
۳. به دلیل تورم دو رقمی سالانه، بافندگان حاضر به بافت فرس با دستمزد پایین نیستند و همواره دستمزدهای بالاتری را مطالبه می‌کنند. افزایش دستمزد برای جذب بافندگان باعث افزایش قیمت تمام شده فرس می‌شود.
۴. کار بافندگان، طاقت‌فرسا و زیان‌آور است و باعث وارد آمدن آسیب‌های جسمی زیادی به بافندگان می‌شود، لذا شغل قالی‌بافی شایسته دختران و زنان ایرانی نیست.
۵. تولید فرس‌های تجاری که عمده تجارت فرس را شامل می‌شود اساساً کار هنری و فرهنگی تلقی نمی‌شود و صرفاً یک کسب و کار اقتصادی است، لذا ورود دستگاه‌های بافت فرس، آسیبی به هنر فرس‌بافی وارد نمی‌کند.

۶. استفاده از دستگاه‌های بافت فرس باعث افزایش تولید فرس و کاهش قیمت تمام شده و افزایش توان رقابتی فرس ایران با رقبا در عرصه جهانی می‌شود.
۷. استفاده از دستگاه‌های بافت فرس امکان تولید سری فرس با سرعت کافی را فراهم می‌آورد. این امکان، شرایط پاسخگویی به این بخش از نیاز بازارهای خارجی را تأمین می‌کند.
۸. با تولید چنین دستگاه‌هایی کارگاه‌های متمرکز قالی‌بافی که به دلیل عدم تمایل بافندگان به بافت فرس در خارج از منزل همواره با عدم استقبال مواجه بوده‌اند، فعال می‌شوند و به تولید فرس‌های استاندارد و پاسخگویی به موقع به سفارش‌ها خواهند پرداخت.
۹. در صورت استفاده از این دستگاه‌ها از حیث اقتصادی، تولید فرس مقرون به صرفه شده و با آموزش بافندگان قدیمی به استفاده از این گونه دستگاه‌ها، به دلیل افزایش تولید و صادرات، اشتغال نیز افزایش می‌یابد.
۱۰. در نتیجه افزایش صادرات به دلیل افزایش تولید و کاهش قیمت تمام شده، عایدات ارزی کشور هم افزایش می‌یابد.
۱۱. نسل جدید و جوان که به قالی‌بافی به چشم تحقیر نگاه می‌کند و به ادامه دادن کار پدران و مادران خود بی‌علاقه هستند، با تغییر شیوه بافت، به این شغل علاقمند می‌شوند.
۱۲. خطاهای انسانی حین بافت مانند بی‌گره‌بافی یا چند چین یک پود و دو دست شدن فرس و... که عمدتاً به علت سهل‌انگاری بافنده و یا به دلیل ضرب‌آهنگ متفاوت دست بافندگان روی یک قالی ایجاد می‌شود حذف شده و فرس‌هایی یکسان و صحیح تولید می‌شود.

- دیدگاه‌های مخالفان

۱. همانگونه که از نام فرس دست‌باف برمی‌آید این عنوان اختصاص به فرس‌هایی دارد که با دست و عنصر انسانی بافته می‌شود. لذا هر فرشی که با دست بافته نشود اساساً دست‌باف نیست و اطلاق عنوان دست‌باف بر این گونه فرس‌ها، فریب مشتری است.

۱. اساساً فقر قالی بافان ناشی از قالی بافی نیست، بلکه به دلیل شرایط اقتصادی کشور، عدم سرمایه‌گذاری اشتغال‌زا در روستاها، بروز خشکسالی‌ها و بحران‌های دیگر است که باعث کاهش عواید آنها از محل فعالیت کشاورزی و دامداری می‌شود، و اتفاقاً در این شرایط قالی بافی به‌عنوان شغل مکمل به‌کمک تأمین معیشت خانوار می‌آید. به‌عبارتی قالی بافی فقرزا نبوده بلکه فقرزدا است.

۲. کشور ما در حال حاضر با بحران نرخ بیکاری بالا مواجه است و باید از سرمایه‌گذاری‌های کاربر حمایت شود. تغییر شیوه بافت و کاهش نیاز به بافنده، یک سیاست ضد اشتغال است. به‌خصوص آنکه بافندگان عمده‌تاً از اقشار آسیب‌پذیر جامعه هستند و در نقاط روستایی با حداقل سرمایه‌گذاری برای ایجاد شغل ساکن هستند و ترویج چنین دستگاه‌هایی به اشتغال آنها آسیب خواهد زد.

۳. در صورتی که بافندگان بخواهند به تولید خود ادامه دهند، فرش دست‌باف تولیدی آنها به‌ویژه از منظر قیمت تمام شده توان رقابت با فرش‌های تولیدی به‌شیوه جدید را ندارد و لاجرم بعد از مدت کوتاهی شغل خود را از دست می‌دهند.

۴. طاقت فرسا بودن قالی بافی مورد تأیید است لیکن می‌توان با ادامه تمرکز خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها در تولید بهتر دارهای آرگونومیک، اصلاح ابزارها، بهداشتی کردن فضای قالی بافی، ارائه تسهیلات رفاهی و رعایت قوانین کار و تأمین اجتماعی؛ سختی بافت فرش را به‌حداقل ممکن رساند.

۵. ثروت جامعه بشری و تعداد مردم ثروتمند و کشورهای توسعه‌یافته در جهان در حال افزایش است و تمایل این مردم به کالاهای لوکس افزایش می‌یابد. لذا جایگاه فرش دست‌باف با قیمت‌های بالا به‌عنوان محصول لوکس و هنری و فرهنگی با همین شیوه بافت با پیشران‌های کلیدی در آینده هم‌راستا است. لذا هرگونه آسیب به این جایگاه، چنین فرصتی را از فرش دست‌باف برای بقا و رشد خواهد ستاند.

۶. در نتیجه تولید انبوه فرش به‌دلیل ظرفیت پایین تقاضا در بازار فرش دست‌باف، قیمت‌های فرش و در

نتیجه افزایش عرضه و ثبات نسبی تقاضا به شدت پایین آمده و مجدداً بحران قیمت تمام شده در شرایط بدتری گریبان‌گیر فرش می‌شود.

۷. در صورت تولید فرش به‌صورت سری و انبوه با استفاده از دستگاه با کمرنگ شدن عنصر انسانی، تفاوت مبنایی میان فرش دست‌باف و فرش ماشینی از بین رفته و قیمت فرش‌های تولیدی به سبک جدید تا حد قیمت فرش‌های ماشینی کاهش می‌یابد و مشتریان دلیلی به پرداخت قیمت‌های بالاتر نمی‌بینند.

۸. به‌دلیل عدم امکان تشخیص تفاوت میان فرش‌های دست‌باف و فرش‌های تولیدی با دستگاه و ابزار، امکان تقلب و عرضه فرش‌های تولیدی با دستگاه به‌عنوان دست‌باف افزایش می‌یابد، و مشتریان متضرر و نسبت به بازار فرش بی‌اعتماد می‌شوند.

۹. در صورتی که بازارهای جهانی از تغییر شیوه بافت فرش دست‌باف ایرانی آگاهی یابند، اعتبار فرش دست‌باف ایرانی در روبرویی با تولیدات کشورهای رقیب کاملاً آسیب می‌بیند.

بحث و نتیجه‌گیری

همانگونه که قبلاً یادآوری شد فرش دست‌باف همچنان دارای اقتصاد زنده‌ای است و بر اساس نظام عرضه و تقاضا همواره با مخاطبان و مشتریان خود ارتباط برقرار کرده و راه خود را برای تولید و فروش باز کرده است. مهمترین عنصری که همواره در فرش دست‌باف بسیار جلوه می‌کند عنصر خلاقیت و نوآوری است که باعث شده است همچنان گذشته بسیار کهن خود را تاکنون حفظ و راه را برای آینده‌ای بهتر جهت فعالان خود نمایان کند. فرش دست‌باف با وجود افت و خیز در دوره‌های مختلف، همچنان جامعه بزرگی را به‌خود مشغول کرده است. فعالان فرش در طول زنجیره تأمین، تولید و توزیع و فروش بر اساس مقتضیات زمان و البته با کندی قابل تأملی راه‌های بقا و رشد و توسعه خود را شناسایی و بهترین راه‌ها را انتخاب می‌کنند.

ثبت قریب به ۱۰۰ اختراع و تلاش برای اصلاح ابزارها و استفاده از فن‌آوری‌های جدید هرچند با کندی نشان از تلاش جامعه فرش برای رفع مشکلات و یافتن

راه‌هایی برای آینده‌ای بهتر است. در این بخش مناسب است با نگاه به استراتژی‌های عمومی پورتر، جایگاه فرش دست‌باف را در این استراتژی‌ها بررسی کرده و جایگاه و اثر استفاده از فن‌آوری در فرش را از این زاویه بیشتر بررسی نماییم.

استراتژی‌های رقابتی مایکل پورتر

در زمینه تجزیه و تحلیل وضع رقابتی و ارائه استراتژی‌های رقابتی، استراتژی‌های ژنریک یا عمومی [۱] مایکل پورتر همچنان شاخص و پایه‌ای تلقی می‌شوند. از دیدگاه پورتر، استراتژی‌ها به بنگاه اقتصادی این امکان را می‌دهند که از سه مبنای متفاوت از مزیت رقابتی بهره گیرد. این استراتژی‌ها عبارتند از:

۱. رهبری در هزینه‌ها [۲]

۲. تمایز ساختن محصول و خدمات [۳]

۳. تمرکز همه توجه بر محصولات و خدماتی خاص [۴] (دیوید، ۱۳۹۰، ۱۳۶)

از میان این استراتژی‌ها، تمایز بهترین استراتژی در تأمین مزیت رقابتی در فرش دست‌باف است. مقصود از استراتژی تمایز ساختن محصول این است که محصولات و خدماتی عرضه شود که در صنعت مورد نظر به‌عنوان محصول یا خدمتی منحصر به‌فرد تلقی شده و به مشتریان عرضه شود که نسبت به قیمت حساسیت چندان زیادی نشان نمی‌دهند.

همانگونه که پیش‌تر اشاره شد فرش دست‌باف ضمن مصرف به‌عنوان یک کفپوش، اساساً به‌عنوان یک محصول فرهنگی و هنری شناخته می‌شود که با ذوق و خلاقیت و هنرمندی تولید می‌شود، و همواره آن چیزی که مهم‌ترین مؤلفه در ذهن خریدار جهت خرید فرش دست‌باف نقش می‌بندد و در تصمیم‌گیری او نقش‌آفرینی می‌کند علاوه بر ویژگی کیفی آن، مؤلفه هنری و فرهنگی فرش دست‌باف و ارتباط آن با هنر دست و خلاقیت و کنش ذهنی طراح و بافنده و ... است؛ همین امر است که سبب تمایز آن از سایر کفپوش‌ها در درجه اول و علت تنوع بالای هنری فرش‌های دست‌باف ایران نسبت به سایر رقبا، در درجه دوم شده است. این هسته اصلی و کانون مرکزی تمایز فرش دست‌باف است. این قاعده مهمی

است که به‌عنوان یک اصل مسلم در معرفی و تبلیغ فرش به‌ویژه در فروشگاه‌های خارج از کشور مورد توجه قرار می‌گیرد. به‌همین دلیل است که برای طرح‌ها و نقوش فرش دست‌باف و ریشه‌های این طرح‌ها و تناسب این نقوش با معماری ایران، آداب، رسوم، فرهنگ و سنن ایران مقالات متعدد و کتاب‌های زیادی نوشته می‌شود و آن را محصولی فاخر و نه صرفاً تجاری و یا کفپوشی همانند سایر کفپوش‌ها معرفی می‌کند. این همان دلیل پایه‌ای و اساسی است که علاقمندی بسیاری از خانواده‌ها در جهان به‌ویژه اروپا و آمریکا به‌داشتن یک قطعه فرش دست‌باف ایرانی را بر می‌انگیزاند و سبب علاقمندی آنها به فرهنگ و میراث ایران می‌شود.

صادرکنندگان فرش دست‌باف بر پایه این استراتژی انگیزه خرید و پرداخت قیمت‌های بالا برای فرش دست‌باف ایران را فراهم می‌کنند و تاکنون بازار فرش دست‌باف را همچنان و البته با افت و خیز گرم نگهداشته‌اند. حال سؤال اساسی این است که ورود دستگاه‌های مکانیکی بافت و حذف بافنده از فرش دست‌باف این نقطه ثقل تمایز فرش دست‌باف را تقویت می‌کند یا بالعکس باعث متلاشی شدن این نقطه تمایز فرش دست‌باف از سایر کفپوش‌ها می‌شود.

هم‌اکنون در تولید فرش ماشینی در داخل کشور و حتی فرش‌های ماشینی بلژیکی از طرح‌ها و نقوش سنتی استفاده می‌شود. این در حالی است که تصویر ذهنی مصرف‌کنندگان فرش ماشینی، خرید یک کفپوش تجاری است و مهم‌ترین مؤلفه در تصمیم‌گیری برای خرید فرش ماشینی در کنار مؤلفه کیفیت و زیبایی ظاهری، «قیمت» است.

لذا به‌زعم نگارنده با وجود پذیرش برخی از استدلال‌های موافقان ورود فن‌آوری و دستگاه‌های مکانیکی بافت، از جمله مشکلات تولید و کمبود بافنده و از همه مهم‌تر سختی کار بافندگان، لیکن ورود چنین دستگاه‌هایی و آگاهی مصرف‌کنندگان خارجی با در نظر گرفتن این واقعیت که فرش‌های ایران اساساً توسط عنصر غیرانسانی تولید می‌شوند، باعث از بین رفتن وجه تمایز اساسی فرش دست‌باف از سایر کفپوش‌ها به‌خصوص فرش ماشینی شده و کم‌کم اعتبار فرش دست‌باف ایرانی رو به سراشیبی

خواهد گذاشت.

در این حالت فرش‌های تولیدی در ردیف فرش‌های ماشینی که به صورت انبوه تولید شده و از هر جهت با کمک ماشین و با سرعت و کیفیت و دقت بالا تولید می‌شوند و قیمت تمام شده بسیار پایین‌تری دارند قرار گرفته و چنین فرش‌هایی بدون مؤلفه تمایز واقعی مجبورند در رقابت نفس‌گیر با فرش ماشینی قرار گیرند و از هم‌اکنون برنده چنین رقابتی کاملاً مشخص خواهد بود. لذا به نظر می‌رسد به استثنای بافت در سایر زنجیره تولید، تأمین و فروش فرش می‌توان از فن‌آوری به‌خوبی استفاده کرد و در این راستا باید سرمایه‌گذاری مناسبی با حمایت تحقیقاتی و مالی دولت صورت گیرد و از خلاقیت‌ها و نبوغ هنرمندان و صنعتگران ایران جهت افزایش بهره‌وری در این زنجیره نهایت بهره‌برداری صورت گیرد و حلقه بافت با استفاده از بافندگان همچنان به مسیر خود ادامه دهد.

پیشنهادها

در این زمینه نکات و پیشنهادهای ذیل قابل ذکر است:

۱. مشکلات اقتصادی فرش دست‌باف ناشی از اقتصاد کلان کشور است. بهبود وضع اقتصادی کشور و کاهش نرخ تورم می‌تواند به رونق بیش از پیش تولید و صادرات فرش کمک نماید.
۲. استفاده از دار و ابزار آرگونومیک توسعه یابد.
۳. در زمینه جایگاه فرهنگی بافندگان به‌ویژه برای نسل جدید فرهنگ‌سازی شده و از نشان دادن فقر بافندگان به‌طور صرف که اثر سویی در استقبال نسل جدید از بافت فرش می‌گذارد، خودداری گردد و جایگاه بافندگان از منظر هنری و فرهنگی بازتعریف مجدد شده و قالی‌باف به‌عنوان هنرمند معرفی شود.
۴. تسهیلات حمایتی از جمله بیمه قالی‌بافان به صورت جدی و با تأمین اعتبارات کافی درصد بالاتری از قالی‌بافان را تحت پوشش قرار دهد.
۵. به دلیل عدم امکان جلوگیری از استفاده از دستگاه‌های مکانیکی بافت، دولت برای حمایت از بافندگان و جایگاه فرش دست‌باف از هرگونه حمایت رسمی از بهره‌برداران این دستگاه‌ها خودداری نماید و

چنین تولیداتی را برای مرزبندی میان دست‌بافته‌های اصیل تحت عناوین جدید ساماندهی و تعریف نماید.

تشکر و قدردانی

لازم است از دوستان و کارشناسان مرکز ملی فرش ایران آقایان علی عباس‌زاده، حمید کارگر، محمدرضا عابد، رضا اله‌داد و به‌ویژه سرکار خانم دکتر زهرا احمدی و دکتر سیدحبیب‌الله طباطبایی که در تأمین اطلاعات و نقد مقاله، اینجانب را مورد محبت خود قرار دادند تقدیر و تشکر کنم.

پی‌نوشت‌ها

1. Generic strategies
2. Cost leadership
3. Differentiation
4. Focus

فهرست منابع

۱. دریایی نازیلا (۱۳۸۵) «زیبایی در فرش دست‌باف ایران»، فصلنامه علمی پژوهشی انجمن علمی ایران، شماره‌های ۴ و ۵ پاییز و زمستان ۱۳۸۵
۲. شم‌آبادی محمدعلی و خداداد سید حمید (۱۳۸۳) طراحی الگوی بازاریابی صادراتی فرش دست‌باف ایران.
۳. فرجی مرتضی و آسایش نعمت‌الله (۱۳۸۷) «بررسی نظام تولید و توزیع فرش دست‌باف به‌منظور ارائه راهکار مناسب با تکیه بر تبدیل نظام فشاری به نظام کششی»، فصلنامه علمی پژوهشی انجمن علمی فرش ایران، شماره ۱۱ پاییز.
۴. فرد آر. دیوید (۱۳۹۰) مدیریت استراتژیک، مترجم: علی پارسائیان و سید محمد اعرابی.
۵. فرزین، محمدرضا (۱۳۸۷) «برنامه استراتژیک بازاریابی فرش دست‌باف ایران»، مرکز تحقیقات فرش دست‌باف ایران.
۶. گزارش رسمی اداره کل مالکیت معنوی وابسته به قوه قضائیه، ۱۳۹۱
۷. گزارش و صورتجلسات رسمی مرکز ملی فرش ایران وابسته به وزارت صنعت، معدن و تجارت، ۱۳۹۰