

تاریخ دریافت مقاله: ۹۴/۱۱/۲۵

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۵/۶/۲۰

دسترسی بافندگان فرش روستایی به نقشه فرش ابریشمی: مطالعه موردی در شهرستان زنجان

الهام احمدی فرد

دانش آموخته کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشگاه زنجان
اسماعیل کرمی دهکردی (نویسنده مسئول)

دانشیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان

E-mail: e.karamidehkordi@gmail.com

چکیده

نقشه و آرایه از ارکان اساسی تولید فرش هستند و فاکتورهای مهم و تعیین کننده‌ای برای محاسبه ارزش مادی و غیرمادی یک فرش به حساب می‌آیند. تأمین و استفاده از نقشه‌های نوآورانه و تقاضامحور از جمله مسائل مهمی است که بافندگان فرش با آن روبه‌رو هستند و در تولید، بهره‌وری و درآمد آن‌ها تأثیرگذار است. هدف این مطالعه شناخت منابع و شیوه‌های تأمین نقشه فرش ابریشمی برای بافندگان روستایی است. داده‌ها با استفاده از یک روش شناسی مطالعه موردی از طریق فنون گروه‌های متمرکز، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، نمودارکشی مشارکتی، اسناد و مشاهده گردآوری شدند. مطالعه با ۹۰ خانوار روستایی بافنده فرش ابریشم در ۲۳ روستای شهرستان زنجان و کنشگران بازار در شهرهای زنجان، قم و کاشان انجام شد. بافندگان روستایی به دو شیوه تولید خویش‌فرمایی و کارفرمایی به تولید فرش و دریافت نقشه می‌پرداختند. در شیوه خویش‌فرمایی بافندگان روستایی با دو حلقه واسط شامل واسطه محلی و واسطه شهری به

نقشه دسترسی پیدا می‌کردند. دسترسی به نقشه در این روش عمدتاً غیرمستقیم بود و با مراجعه بافندگان به دلال محلی صورت می‌گرفت و دلال محلی نیز به مراکز خرید و فروش فرش ابریشمی در شهر زنجان مراجعه می‌نمود. در دسترسی به نقشه به شیوه کارفرمایی، بافندگان روستایی با سه حلقه واسط شامل واسطه محلی، واسطه شهری و کارفرمایان مواجه بودند. بیشترین مراجعه بافندگان متعلق به مراجعه مستقیم بدون واسطه، به کارفرمایان غیرطراح است. در هر یک از روش‌های تأمین نقشه، اتحادیه فرش روستایی به جای ایفای نقش به عنوان یک تشکل حمایت‌کننده از بافندگان روستایی، بیشتر به صورت یک واسطه عمل می‌کند و منافع بافندگان کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

واژه‌های کلیدی: فرش دستباف ابریشمی، نقشه، شیوه تولید، بافنده روستایی، زنجان.



دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۲۹
بهار و تابستان ۱۳۹۵

۱۱۹

■ مقدمه

فرش دستباف ایرانی به منزله نماد فرهنگ و هنر ایرانی و با سابقه چندین هزارساله به واسطه ویژگی‌های خاص در تولید، کیفیت طراحی، عامل بالقوه شغل آفرینی و وارد کردن ارز خارجی اهمیت و جایگاهی استراتژیک در بین صادرات غیرنفتی ایران دارد (Amiri Aghdaie & Zare Zardeini, 2012, p. 243). طرح و نقش فرش دستباف ایرانی ریشه در فرهنگ و باورهای مردم این سرزمین دارد. با توجه به بارور شدن فرهنگ در طی زمان، انواع جدیدی از طرح و نقش فرش پدیدار می‌شود (میرزایی و عارف پور، ۱۳۹۱). فرش دستباف ایرانی یک کالای هنری-صنعتی است، از این جهت که هنری برآمده از فرهنگ و اعتقادات مردم ایران زمین و صنعتی است که منبع تأمین معیشت خانوارهای بافنده و واسطه‌های آن است (تاجیک‌اسماعیلی، صنیعی و اسدی رازی، ۱۳۹۱). در بیشتر بخش‌های جهان، مردم فقیر در مناطق روستایی برای فراهم کردن فرصت‌های معیشت پایدار تنها به ظرفیت‌ها و راهبردهای کشاورزی خود اکتفا نمی‌کنند. منظور از اقتصاد غیرکشاورزی روستایی دربرگیرنده همه فعالیت‌های غیرکشاورزی است که برای خانواده‌های روستایی درآمد (جنسی و پولی) از طریق کاردستمزدی یا مشاغل آزاد تولید می‌کند (Da-vis, 2003). از این لحاظ فعالیت‌های خارج از مزرعه برای آن‌ها اهمیت دارد و موجب تنوع‌سازی معیشت آن‌ها و کاهش آسیب‌پذیری‌شان می‌شود. از گذشته بافت فرش یکی از فعالیت‌های مهم خارج از مزرعه خانوارهای روستایی ایران محسوب می‌شد که یا برای خودمصرفی یا برای بازار تولید می‌شد. در گذشته فرشبافی در مناطق روستایی تنها برای برآورده کردن نیازهای درون خانواده انجام می‌گرفت، بنابراین انتقال طرح‌ها به صورت شفاهی و از مادران به فرزندان بود. ولی با گسترش زندگی شهرنشینی و رواج زندگی

اشرافی، فرش نه تنها برای استفاده در ایل و طایفه، بلکه با هدف تجاری و سیاسی تولید می‌شد. از جمله اهداف سیاسی تولید فرش می‌توان به بافتن تصویر حاکمان مرکزی یا پادشاهان سایر ممالک بر روی قالی اشاره کرد که به منظور توسعه روابط سیاسی بود. برای این منظور می‌بایستی بافندگان از سلیقه و نیاز مصرف‌کنندگان مطلع می‌شدند. نتیجه این جریان، ظهور انواع نقشه فرش شد. نقشه فرش وضعیت پیش‌بینی شده توسط طراح یا نقاش برای فرش است (میرزایی و عارف پور، ۱۳۹۱). قالیبافی که به صورت سنتی یکی از صنایع بزرگ ایران بوده است، بافندگان آن عمدتاً زنان و دختران جوان هستند که یا به صورت خودتولیدی یا در کارگاه‌های قالیبافی به این کار مشغول‌اند (Geissler et al., 2014, p 2784). امروزه تولید فرش ابریشمی در بین خانوارهای روستایی به عنوان یک منبع درآمد مهم در نظر گرفته می‌شود که تولید آن عمدتاً برای بازار است تا خودمصرفی. بنابراین علایق بازار عامل تعیین‌کننده‌ای در خرید فرش و درآمد بافندگان روستایی است.

هر فعالیت تولیدی نیازمند منابع مختلفی است. پیترومن، بهرمن و کوایزومینگ (۲۰۱۰) منابع مورد نیاز در تولید را به چهار دسته تقسیم‌بندی کردند: (۱) منابع تکنولوژیکی، (۲) منابع طبیعی، (۳) منابع انسانی و (۴) سرمایه اجتماعی و سیاسی. هنرمند ساری (۱۳۹۱) این منابع را به چهار دسته منابع انسانی، فیزیکی، اطلاعاتی و مالی تقسیم‌بندی کرد. در زمینه فرش دستباف مهم‌ترین منابع نهاده‌ای طبق تعریف وزارت تعاون (۱۳۸۵) عبارت‌اند از: (۱) دار قالی، (۲) قیچی، (۳) قلاب، (۴) شان، (۵) سیخ پودکش، (۶) نخ، (۷) نخ چله، (۸) پود کلفت، (۹) پود نازک، و (۱۰) نقشه.

در این زمینه، یکی از جنبه‌های مهم علایق بازار طرح و نقشه فرش است. به بیان دیگر، مصرف‌کنندگان داخل کشور و بین‌المللی در خرید فرش ابریشم نقشه

فرش را به عنوان کلیدی‌ترین فاکتور انتخاب در نظر می‌گیرند. طرح و نقشه از ارکان اساسی در تهیه فرش است (سازمان صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان غربی، ۱۳۹۱). در این میان تأمین نقشه مناسب و مطابق با سلیقه مشتری از مسائل مهمی است که بافندگان روستایی با آن مواجه هستند. بافندگان روستایی به روش‌های مختلفی نقشه مورد نیاز خود را تأمین می‌کنند. ولی برای افزایش کیفیت فرش تولیدی، بازاریپسندی بیشتر و کسب سود بیشتر به نقشه‌هایی نیازمند هستند که برخی از اصول مهم در طراحی در آن‌ها رعایت شده باشد. در حقیقت، طرح و نقشه که از اصلی‌ترین عوامل مؤثر در زیبایی‌های فرش ایران است، ویژگی‌هایی دارد که رعایت آن‌ها سبب ایجاد تصویری زیبا در ذهن مخاطب می‌شود (دریایی، ۱۳۸۵). برای مثال در طراحی نقشه انجام محاسبات دقیق با کیفیت نهایی فرش ارتباط دارد. طراح بایستی به ایجاد تناسب در قسمت‌های مختلف فرش (مانند حاشیه و متن) دقت کند. اگر دو فرش در اندازه رجشمار، کیفیت مصالح و نوع بافت یکسان باشند، ولی طرح و رنگ متفاوتی داشته باشند، قیمت یکسانی ندارند. همچنین از نکات دیگری که در تهیه طرح و نقشه اهمیت زیادی دارد و باعث افزایش کیفیت فرش تولیدی می‌شود، رجشمار فرش است (سازمان صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان غربی، ۱۳۹۱). از اصول دیگر در طراحی نقشه فرش، توجه به سلیقه و نیاز مشتری است. طرح و نقشه فرش باید از لحاظ رنگ، اندازه، طرح و شکل مطابق با سلیقه و نیاز مشتری باشد. با توجه به این‌که فرش دستباف ایرانی دارای مرغوبیت، کاربری و در نهایت قیمت تمام‌شده بالایی است، بیشتر مصرف خارجی دارد و بازار صادراتی آن نسبت به بازار داخلی بسیار گسترده‌تر است (حق‌شناس کاشانی، سعیدی و حسن‌پورپازواری، ۱۳۸۹). بنابراین توجه به سلیقه کشورهای دیگر نیز

در طرح و نقشه اهمیت بسیاری دارد. اندازه فرش نیز باید با توجه به شرایط فیزیکی منازل در کشورهای صادرشونده باشد (پورصادق، بهلولی و حاجی‌خانی، ۱۳۹۰). پرسشی که در این زمینه مطرح می‌شود این است که چگونه یک بافنده، به ویژه بافنده روستایی، از علایق مصرف‌کنندگان داخلی و بین‌المللی در خصوص نقشه مورد نظرشان آگاه می‌شود و این نقشه چگونه به دست بافنده فرش می‌رسد؟ از این لحاظ، بررسی شیوه‌های تأمین نقشه اهمیت زیادی دارد، زیرا، همان‌طور که اشاره شد، بازار آینده فرش تولیدی تابع طرح و نقشه است. همچنین به دلیل نقش حیاتی نقشه در تأمین سایر نهاده‌های تولید، تأمین سایر نهاده‌ها از جمله نخ به شیوه تأمین نقشه وابسته است.

مطالعات بسیار اندکی در مورد شیوه تأمین نهاده‌ها و به ویژه نقشه فرش ابریشم صورت گرفته و مطالعه‌ای مستقیماً به این موضوع نپرداخته است. بخشی از مطالعه کرمی دهکردی (۱۳۹۴) در استان زنجان نشان داد که زنجیره تأمین نهاده‌ها از جمله نقشه در چهار حالت صورت می‌گیرد: در حالت اول سرمایه‌گذاری اولیه از جمله تهیه نهاده‌ها بر عهده کارفرما یا دلال است، فرش بافته‌شده متعلق به دلال است و در ازای بافت فرش مبلغ مشخصی به عنوان دستمزد به فرشباف داده می‌شود. در حالت دوم، مثل حالت قبل، سرمایه‌گذاری اولیه و تأمین نهاده بر عهده دلال است. پس از اتمام بافت فرش، فروش آن بر عهده دلال است و مبلغ دریافتی از فروش را به طور مساوی بین خود و بافنده (به این در اصطلاح محلی یارلخ گفته می‌شود) تقسیم می‌کند. نکته قابل توجه در هر دو روش تولیدی این است که دلال به‌روزترین و بازاریپسندترین نقشه را به طور موقت در اختیار بافنده قرار می‌دهد. در حالت سوم، برعکس دو حالت قبل، تأمین نهاده‌های تولید و سرمایه‌گذاری اولیه بر عهده فرشباف است. بافنده برای تهیه این نهاده‌ها به دلال مراجعه می‌کند،



ولی در این حالت دلال نقشه‌هایی که بازارپسندی کمتری دارد، به بافنده می‌فروشد. هدف از این کار، حفظ وابستگی بافنده به دلال است، در این حالت پس از اتمام بافت بافنده فرش را به دلال می‌فروشد، دلال نیز فرش را در بازار فرش زنجان یا قم می‌فروشد. در حالت چهارم، مانند حالت قبل، تأمین نهاده‌های تولید و سرمایه‌گذاری بر عهده فرشباغ است. برای تهیه این نهاده‌ها بافنده یا مستقیماً به بازار زنجان مراجعه یا از طریق دلال تأمین می‌کند. در این حالت نیز مانند حالت قبل نقشه‌های فروخته‌شده به بافنده به‌روز نیست و بازارپسندی کمتری دارد. در این حالت پس از اتمام بافت فرش، برعکس حالت‌های قبلی، بافنده خود مستقیماً فرش را به بازار فرش زنجان عرضه می‌کند. در این روش، بافندگان در فروش و عرضه فرش دچار مشکل می‌شوند، چرا که اولاً نقشه مورد استفاده بازارپسندی کمتری دارد، ثانياً بافندگان معمولاً قدرت چانه‌زنی بالایی ندارند.

در مطالعه لطیفی، سعدی، شعبانعلی فمی و مشرف (۱۳۹۲) در مورد شیوه‌های تولید فرش (نظام‌های تولید خویش‌فرمایی و کارفرمایی و تعاونی) می‌توان به طور غیرمستقیم دریافت که تأمین نقشه در شیوه تولیدی مختلف متفاوت است. در نظام تولید خویش‌فرمایی، که واحدهای تولیدی به صورت انفرادی (خانگی) و مدیریت آن بر عهده شخص بافنده است (کلیه مراحل تولید، تهیه مواد اولیه و ابزار قالبی)، قالب بافت بر حسب سلیقه و در نظر گرفتن امکانات و محدودیت‌های خود اقدام به تهیه نقشه و دیگر نهاده‌های تولید می‌کند. در این نوع نظام ممکن است بافنده سفارش بپذیرد، در این صورت انتخاب نقشه، موعد تحویل فرش و قیمت از قبل توسط سفارش‌دهنده تعیین می‌شود. در نظام تولید کارفرمایی، کارفرما یک فرد یا یک نهاد دولتی یا خصوصی است که مواد اولیه، دار قالی و نقشه را تأمین می‌کند و به بافنده در قبال بافت

فرش دستمزد پرداخت می‌کند و در نهایت محصول تولیدی خود را به فروش می‌رساند.

در نظام تولید مشارکتی یا تعاونی، تعدادی از قالببافان با یکدیگر مواد اولیه و وسایل قالببافی را تهیه می‌کنند، به صورت مشترک تصمیم‌گیری می‌کنند و در تمام مراحل با یکدیگر همکاری دارند. تعاونی‌های فرش نقش مهمی در پیشرفت صنعت فرش دارند. تعاونی‌ها با برگزاری دوره‌های آموزشی باعث ارتقای معلومات و توانمندی‌های اعضا می‌شوند. همچنین، سازماندهی تعاونی‌های تولید فرش باعث بهبود صادرات فرش خواهد شد، زیرا تعاونی‌ها با شناسایی بازارهای هدف باعث بهبود صادرات می‌شوند (حق‌شناس کاشانی، سعیدی و حسن‌پور پازواری، ۱۳۸۹؛ پورصادق، بهلولی و حاجی‌خانی، ۱۳۸۹). علاوه بر این، ایجاد شرکت‌های تعاونی اقدامی مؤثر برای برقراری عدالت اجتماعی و اقتصادی در صنعت فرشباغی و حل مشکلات قالببافان خواهد شد (قزائنی‌قمصری، قدرتی و رضایی، ۱۳۸۹).

لطیفی و سعدی (۱۳۹۰) با آسیب‌شناسی تعاونی‌های فرش دستباف روستایی در شهرستان همدان به این نتیجه رسیدند که رضایت اعضا در زمینه تهیه طرح‌ها و نقشه‌های جدید فرش دستباف مهم‌ترین نقطه قوت و مناسب بودن جایگاه فرش ایران در دنیا مهم‌ترین فرصت به شمار می‌رود. پورمند، مهدوی‌نژاد و ایمانی (۱۳۸۹) با بررسی نقش طرح‌های جدید در توسعه و گسترش فرش دستباف نشان دادند که تحریک نیاز در مخاطبان با طرح‌های جدید و تبلیغات مؤثر، باعث ایجاد تقاضا می‌شود. در نتیجه، کنشگران بازار می‌توانند طرح‌های جدید را به هنرمندان سفارش دهند و بدین وسیله طرح جدیدتر وارد بازار می‌شود. بنابراین، طرح‌های جدید و استفاده از خلاقیت در طرح فرش باعث استقبال مصرف‌کنندگان و توسعه مصرف فرش دستباف خواهد شد.

با توجه به مطالب اشاره شده، می توان دریافت که دانش ما در خصوص چگونگی تأمین نقشه هنوز کامل نیست و پژوهشگران کمتر به این مقوله توجه عمیق داشته اند. در این راستا، هدف این پژوهش آن است که مشخص کند بافندگان روستایی در شهرستان زنجان چگونه نقشه های فرش ابریشم مورد نیاز خود را تأمین می کنند و در تأمین آن با چه مسائلی مهمی روبه رو هستند. همچنین، تأثیر نظام های تولید بر شیوه های تأمین نقشه نیز مورد بحث قرار خواهد گرفت.

روش تحقیق

این پژوهش از یک روش شناسی مطالعه موردی با استفاده از فنون کیفی گردآوری داده ها از قبیل تحلیل اسناد و فنون ارزیابی مشارکتی روستایی (Cham-bers, 2008, 111-115)، همچون گروه های متمرکز، ترسیم مشارکتی نمودارهای جریان، مصاحبه های نیمه ساختاریافته و مشاهده (با شرکت در دوره های آموزش فرش و مشاهده نقشه ها و فرش های موجود در منازل روستایی) انجام شد. مشارکت کنندگان این پژوهش عبارت بودند از: خانوارهای روستایی بافنده فرش ابریشمی و کنشگران بازار فرش ابریشم. بر اساس پرونده های خانوار بیمه شده در اتحادیه فرش دستباف روستایی که به وسیله نویسندگان این مقاله مورد تحلیل اسناد قرار گرفت، در سال ۱۳۹۴، در ۱۳۲ روستای شهرستان زنجان حداقل یک خانوار در هر روستا فرشباف (ابریشمی و غیرابریشمی) بود و از این میان در ۸۳ روستا حداقل یک خانوار فرش ابریشمی می یافت. بخش زنجانرود با ۱۲۲ خانوار فرشباف ابریشمی (۶۳ خانوار بیمه شده و ۵۹ خانوار غیربیمه شده)، بخش مرکزی با ۲۲۲ خانوار فرشباف ابریشمی (۱۲۵ خانوار بیمه شده و ۹۷ خانوار غیربیمه شده) و بخش قره پشتلو با ۲۲۰۱ خانوار فرشباف ابریشمی (۳۳۰ خانوار بیمه شده و ۱۸۷۱

خانوار غیربیمه شده) بودند.

تعیین مشارکت کنندگان روستایی، انتخاب روستاها و افراد به طور هدفمند صورت گرفت به گونه ای که روستاهای با حداقل ۶ خانوار فرشباف ابریشمی در این شهرستان انتخاب شدند (تعداد ۲۳ روستا) و با استفاده از روش نمونه گیری گلوله برفی ۹۰ خانوار به عنوان مطلع ترین افراد این روستاها انتخاب شدند. با ارتباطات میان فردی در قالب گروه های متمرکز و مصاحبه های نیمه ساختاریافته این بافندگان زن و مردان سرپرست خانوار در این پژوهش شرکت کردند.

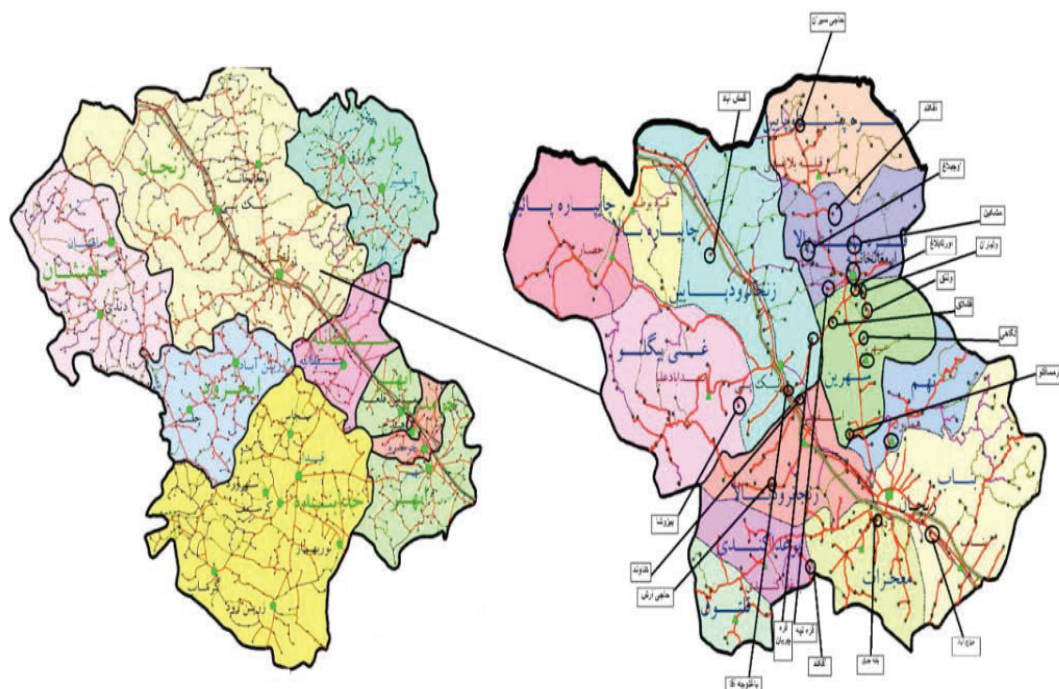
همچنین دیگر مشارکت کنندگان عبارت بودند از: ۱۰ نفر کارفرمای فرش، رئیس اداره فرش اداره بازرگانی استان زنجان، ۳ نفر از کارکنان اتحادیه فرش دستباف روستایی استان زنجان، ۲ نفر آموزشگر خصوصی و دولتی فرش در استان زنجان، ۱۵ نفر دلال خرید فرش در استان های زنجان و ۵ نفر در شهرهای قم و کاشان، ۵ نفر فروشنده فرش ابریشمی، ۱۵ نفر فروشنده مواد اولیه فرش ابریشمی در استان های زنجان، قم و کاشان، ۲ نفر واردکننده مواد اولیه و ۴ نفر صادرکننده فرش در استان های زنجان، قم و کاشان هستند. مصاحبه های نیمه ساختاریافته با افراد درون شهرستان زنجان به صورت چهره به چهره و میان فردی و با افراد خارج از شهرستان به صورت تلفنی انجام شد.

مهم ترین موضوعات مورد توجه در پرسش ها و گردآوری شواهد عبارت بودند از شناخت منبع تأمین نقشه و شبکه ارتباطی تأمین آن. به بیان دیگر نه تنها منبع طراحی نقشه مورد توجه قرار گرفته بود، بلکه حلقه های واسط و خطوط ارتباطی بین کنشگران مختلف نیز مورد تأکید قرار گرفتند. علاوه بر این، نوع طرح و نقشه، منبع تأمین و شبکه ارتباطی آن ها بر حسب نوع نظام بهره برداری تولید فرش نیز مشخص



شد. در ابتدا سؤالات مربوط به منبع تأمین به صورت باز از بافندگان مطرح شد، ولی در تجزیه و تحلیل بر مبنای فنون تحلیل بنیانی مفاهیم (Bryman, 2012, p 100; Charmaz, 2011, p 360, 2014, p 1076) در سطوح مختلف محلی، ملی، و بین‌المللی طبقه‌بندی شدند. همچنین طبقه‌بندی از لحاظ نوع طراحی در داخل و خارج استان صورت گرفت. در پایان جهت

تحلیل کامل تر منابع دسترسی، ماتریس ارتباط بین کنشگران مختلف تأمین نقشه بر حسب شیوه تولید ترسیم و نمودار ارتباطی بین این کنشگران ترسیم شد. علاوه بر این در تحلیل داده‌ها، از شیوه‌های کدبندی، مفهوم‌سازی و نقلی‌گفته‌های مشارکت‌کنندگان استفاده شد.



تصویر ۱. موقعیت جغرافیایی روستاهای مورد مطالعه در شهرستان زنجان (منبع: استانداری استان زنجان، ۱۳۹۴)

یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های روستاهای فرش‌باف ابریشم

بر اساس دیدگاه خانوارها و کنشگران بازار فرش، نوآوری بافت فرش ابریشمی در حدود سال ۱۳۴۸ به خانوارهای روستایی شهرستان زنجان معرفی شد. بافندگان اولیه فرش ابریشم در شهر قم زندگی می‌کردند و این نوآوری را ابتدا به ساکنان دو روستای

لگاهی و سهرین به عنوان اولین بافندگان فرش ابریشم ارائه کردند. در آن زمان، بافندگان روستایی برای یادگیری بافت فرش ابریشم به شهر قم رفته و در آن‌جا مدتی به صورت کارگر در کارگاه‌های قالبیایی فعالیت کرده بودند. این بافندگان پس از بازگشت به روستای خود نوآوری مذکور را به دیگر هم‌روستاییان خود یا ساکنان روستاهای مجاور نشر دادند. تاریخچه

بافت فرش ابریشم در شهرستان زنجان نشان می‌دهد که بافت فرش در ابتدا در منطقه قره‌پشتلو آغاز شده است و سپس در شهر زنجان، و بخش مرکزی و در انتها در بخش زنجانرود بافندگان به بافت این نوع از فرش‌ها روی آورده‌اند.

فرشبافی به عنوان یک شغل در بخش‌های مختلف شهرستان زنجان نقش متفاوتی داشت. اهمیت فرشبافی در روستاهای بخش قره‌پشتلو بیشتر از بخش زنجانرود و در بخش زنجانرود نیز بیشتر از بخش مرکزی بود. در روستاهای بخش مرکزی و زنجانرود، فرشبافی بیشتر یک شغل فصلی در زمستان و پاییز به حساب می‌آمد. در این مناطق در فصل کشت و کار به دلیل انجام کار کشاورزی و کارگری بافت فرش حدود شش ماه تعطیل می‌شد. ولی در روستاهای بخش قره‌پشتلو به دلیل کوهستانی بودن منطقه و درصد پایین اشتغال به کار کشاورزی، فرشبافی به عنوان شغل اصلی

خانوارهای روستایی محسوب می‌شد. در روستاهای بخش قره‌پشتلو در فصل کشت و کار، مرد خانواده کمتر در بافت همکاری می‌کرد و مسئولیت اصلی بر عهده زن خانواده بود. در بخش قره‌پشتلو اکثر مردان علاوه بر بافت فرش، به عنوان شغل اصلی آن‌ها، به کارگری در کشاورزی و ساختمان نیز اشتغال داشتند. اکثر بافندگان تحصیلات پایین و معمولاً در سطح ابتدایی داشتند. بافندگان جوان نیز بیشتر تحصیلات دیپلم و کمتر تحصیلات دانشگاهی داشتند.

فاصله روستا تا شهر زنجان در هر یک از روستاهای بررسی شده متفاوت بود، به طوری که نزدیک‌ترین روستاها (۴ روستا) در فاصله ۲۵-۱۱ کیلومتر از شهر زنجان واقع شده بودند، در حالی که دورترین آن‌ها در فاصله ۸۰-۶۶ کیلومتر قرار داشتند. بیشتر روستاها در فاصله ۶۵-۴۱ کیلومتری مشاهده می‌شدند.

جدول ۱ مسافت روستاهای مورد مطالعه تا شهر زنجان

نام روستا	فاصله (کیلومتر)
دیزج‌آباد- همایون- سارمساقلو- پنبه‌جوق	۱۱-۲۵
باغلوچه‌آقا- کناوند- سهرین- اورتابلاغ- لگاهی- ونق	۲۶-۴۰
قره‌چریان- بزوشا- آفکند (مرکزی)- آفکند (قره‌پشتلو)- حاجی‌آرش- اوچ‌بلاغ- قره‌تپه- قشلاق- ولیاران- مشکین، ارمغانخانه	۴۱-۶۵
گمش‌آباد- حاجی‌سیران	۶۶-۸۰

(منبع: استانداری استان زنجان، ۱۳۹۴)

به دلیل کهولت سن، بیماری و از این قبیل توان فرشبافی نداشتند. در بخش مرکزی، در ۶ روستای (با ۲۳۸۷ خانوار) مورد بررسی، ۱۰ درصد خانوارها فرش می‌بافتند. در طی دو سال اخیر، بافندگان به دلیل نبود بازار مناسب برای فرش ابریشمی، سختی نقشه و سختی بافت برای چشم بیشتر بافندگان این منطقه، به

مشارکت‌کنندگان روستایی این پژوهش در سه بخش شهرستان زنجان شامل بخش مرکزی، قره‌پشتلو و زنجانرود ساکن بودند. در بخش قره‌پشتلو، ۱۳ روستای مورد مطالعه دارای ۲۷۹۲ خانوار بودند که طبق آمار اتحادیه فرش دستباف روستایی استان، ۶۰ درصد خانوارها فرشباف بودند و ۴۰ درصد باقیمانده



بافت فرش‌های غیرابریشمی سوق یافته‌اند. در بخش زنجانزود، در ۴ روستای مورد مطالعه (با ۵۷۶ خانوار)، ۳۰ درصد خانوارها بافنده فرش ابریشم بودند. در هر خانواده مرد یا زن به عنوان استادکار و رفع‌کننده ایرادهای حین بافت و نظارت‌کننده بافت ایفای نقش می‌کرد. در همه روستاهای مورد مطالعه بیشتر اعضای خانواده، به خصوص همسر و فرزندان دختر، در بافت نقش مهمی داشتند. بافت فرش و مدیریت فرزندان در حین بافت در بیشتر مواقع بر عهده زن خانواده، ولی مسئولیت تأمین نهاده‌ها از شهر بر عهده مرد خانواده بود.

مراحل به کارگیری نظریه بنیانی در مورد شیوه‌های تولید فرش ابریشم و تأمین نقشه

بر اساس نظریه بنیانی، تجزیه و تحلیل داده‌ها مطابق نمودار ۱ در چند مرحله به شرح زیر انجام گرفت: در مرحله اول، سؤال پژوهش مطرح شد، این که در روستاهای شهرستان زنجان، منبع تأمین نقشه چیست و بافندگان روستایی در تأمین آن با چه حلقه‌های واسطه‌ای روبه‌رو می‌شوند؟ در مرحله دوم با توجه به موضوع پژوهش نمونه‌گیری مبتنی بر نظریه انجام شد، بدین صورت که کنشگران فعال در تأمین نقشه فرش نمونه‌گیری شدند. به این منظور یک روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی

به کار گرفته شد. در زمینه تأمین نقشه، ابتدا از برخی فروشندگان نهاده‌های فرش ابریشم و فروش فرش در شهر زنجان (واقع در پاساژ شیرمحمدی) و کارکنان اتحادیه فرش روستایی مصاحبه و اسناد آن‌ها بررسی شد. پس از آن روستاهای فرش‌باف ابریشم، بافندگان بیمه‌شده، برخی فروشندگان نهاده‌ها و کارفرمایان واسطه فرش، آموزشگران فرش و رئیس اداره فرش اداره کل بازرگانی مشخص شدند. در این مرحله، دو روستای ونق و مشکین، که پرجمعیت‌ترین روستاها از نظر تعداد خانوارهای فرش‌باف معرفی شده بودند، به عنوان نمونه انتخاب شدند. در مراجعه به دو روستای ونق و مشکین مجدداً کنشگران جدیدتری برای بررسی و به عنوان نمونه مشخص شدند که شامل برخی کارفرمایان واسطه فرش در شهرهای زنجان، قم، کاشان و تبریز، و فروشندگان نهاده‌ها در شهرهای زنجان، قم، کاشان و تبریز.

در مرحله سوم، با استفاده از سؤالات باز طراحی شده توسط تیم پژوهش، مصاحبه صورت گرفت، نمونه مورد نظر مورد مصاحبه انفرادی یا گروهی در گروه‌های متمرکز قرار گرفت و داده‌ها جمع‌آوری شد.

در مرحله چهارم، نتایج بر اساس موضوع به دست آمد و کدبندی شد. به عنوان مثال در جدول ۲ برخی از نتایج حاصل از مصاحبه با روستاییان کدبندی شده‌اند.

جدول ۲ برخی از نتایج حاصل از مصاحبه با روستاییان و کدبندی آن‌ها

نتایج	کدبندی	مفاهیم
در روش مزدی نقشه‌های بازارپسند برای بافت می‌دهند	بازارپسندی در تولید مزدی	رجشمار فرش به عنوان شاخص کیفیت فرش، سختی بافت فرش، بازارپسندی فرش، نقشه‌های مناسب
در روش مزدی، رجشمار فرش‌ها بسیار بالاست، به طوری که چشم‌هایمان بعد از مدتی ضعیف می‌شود.	رجشمار بالا در روش مزدی، سختی بافت و نقشه	

نتایج	کدبندی	مفاهیم
در بافت به شیوه خویش فرمایی نقشه‌های قدیمی به ما می‌دهند، و باعث می‌شود فرش‌هایمان به فروش نرسد.	بازارپسند نبودن در شیوه خویش فرمایی	بافت فرش به شیوه‌های خویش فرمایی و کارفرمایی (مزدی و سهم‌بری)
ما چند سالی است که مزدی می‌بافیم. در خودتولیدی نمی‌توانیم بفروشیم.	بافت به شیوه مزدی در روستا، مشکل فروش در خود تولیدی	
فروش تنها منبع درآمدی ماست. باید از فروش فرش‌هایی که می‌بافیم مطمئن باشیم.	اهمیت فرش در معیشت خانوار، اطمینان از فروش فرش به دلیل نداشتن منبع درآمدی دیگر	بافت فرش به عنوان منبع درآمد روستاییان

(منبع: نگارندگان)

بافت فرش سخت شود، ولی فرش‌های تولیدی در این شیوه بازارپسندتر هستند. در حالی که در روش خویش فرمایی، نبود نقشه‌های مناسب سبب مشکلاتی در فروش و بازاریابی شده است. شیوه تأمین نقشه با توجه به روش تولید کارفرمایی به دو شیوه مستقیم و غیرمستقیم تقسیم‌بندی شد. همچنین واسطه‌ها به دو دسته واسطه محلی و شهری تقسیم‌بندی شدند.

بعد از آن‌که تقسیم‌بندی مفاهیم کامل شد (مرحله ۶ اشباع شدن طبقه‌ها)، ارتباطات بین طبقه‌ها مشخص شد (مرحله ۷ بررسی ارتباطات بین طبقه‌ها). به عنوان مثال بافنده روستایی به دلال محلی بیشتر از سایر واسطه‌ها رجوع می‌کرد. پس از بررسی ارتباطات بین طبقه‌ها، فرضیه‌سازی انجام شد (مرحله ۷ الف). به عنوان مثال، این نتیجه به دست آمد که چون فرشبافی تنها منبع درآمد روستاییان در جامعه مورد مطالعه بود، و فروش آن نقش مهمی در معیشت آنها داشت، بافت به شیوه مزدی در این جامعه غالب بود.

مرحله ۸، نمونه‌گیری مجدد مبتنی بر نظریه: برای بررسی سوال پژوهش در مناطق دیگر، بر مبنای نظریه دوباره نمونه‌گیری انجام شد و علاوه بر دو روستای

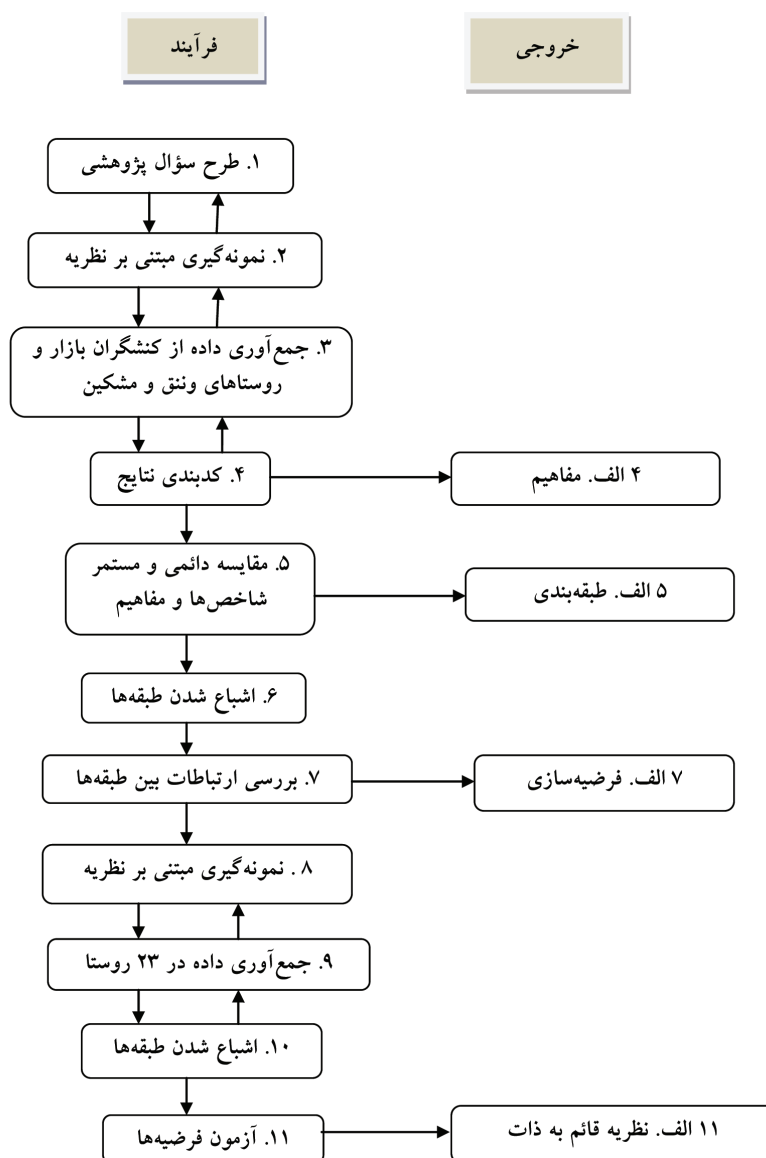
مرحله ۴ الف، استخراج یا ساخت مفاهیم: با استفاده از کدهای به دست آمده مفاهیم استخراج شد. به عنوان مثال با استفاده از کدهای حاصل در جدول ۲ مفاهیم زیر حاصل شد: بافت فرش به شیوه‌های خویش فرمایی و کارفرمایی (مزدی و سهم‌بری)، بافت فرش به عنوان منبع درآمد روستاییان، رجشمار فرش به عنوان شاخص کیفیت فرش، سختی بافت فرش، بازارپسندی فرش، وجود یا عدم وجود نقشه‌های مناسب و از این قبیل.

مرحله ۵: در طی انجام پژوهش، مراحل ۱ تا ۴ به صورت مستمر تکرار شد. ممکن بود بخشی از سؤالات فراموش شود یا در طی انجام پژوهش سؤالی مطرح شود، در این حالت به کنشگران بازار و روستاییان دوباره مراجعه می‌شد. در نهایت مفاهیم طبقه‌بندی شدند (مرحله ۵ الف)، برای مثال در بافت فرش شیوه‌های خویش فرمایی و کارفرمایی (مزدی و سهم‌بری) وجود دارد. در دو روستای مورد مطالعه شیوه غالب بافت فرش مزدی است و فرش تنها منبع درآمد روستاییان به شمار می‌رود. در روش مزدی رجشمار فرش بالاست که باعث می‌شود که



مزدی و نحوه تأمین نقشه در آنها، متوجه شیوه‌های تولیدی دیگری از جمله شیوه‌های خویش‌فرمایی و سهم‌بری در مناطق روستایی شدند و تأمین نقشه در آن شیوه تحلیل شد.

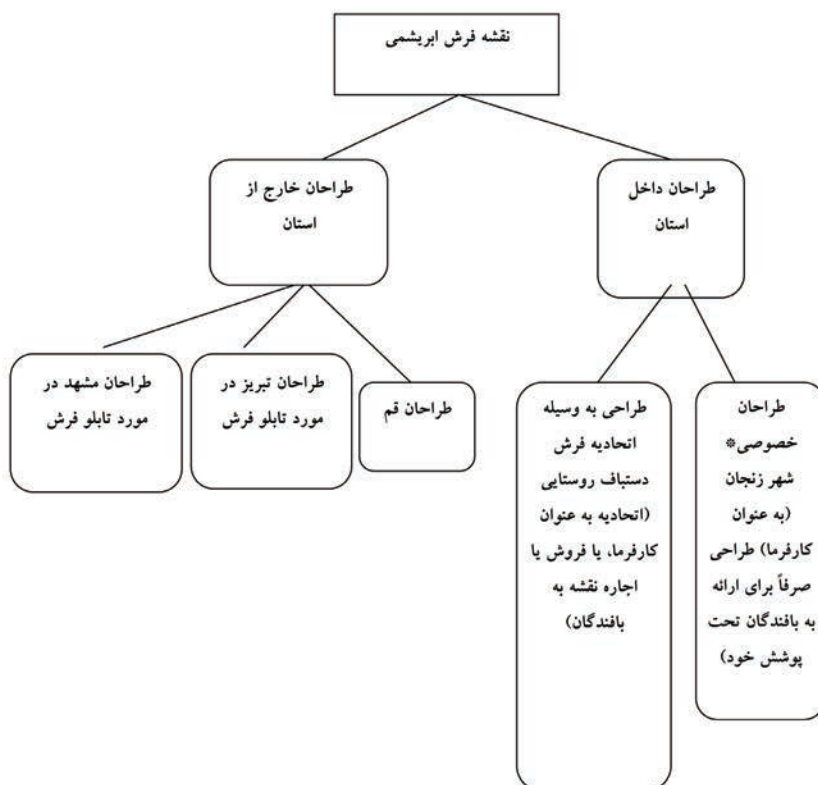
بررسی شده در ۲۱ روستای دیگر سؤال پژوهش مطرح شد (مرحله ۹ جمع‌آوری داده‌ها). در این مرحله، پس از جمع‌آوری داده‌ها و کدبندی و ساخت مفاهیم و طبقه‌بندی آنها، پژوهشگران علاوه بر شناخت شیوه



نمودار ۱. فرایند و خروجی پژوهش بر اساس نظریه بنیانی (منبع: نگارندگان)

پس از اشباع مطالب مورد نیاز (مرحله ۱۰، اشباع شدن طبقه‌ها)، طبقه‌بندی‌ها و فرضیه‌سازی انجام شد (مرحله ۱۱، آزمون فرضیه‌ها) که به عنوان مثال یکی از فرضیات حاصل در این مرحله این بود که نقشه بازارپسند در انحصار افرادی است که به منابع مالی و اطلاعات دسترسی دارند و تنها در صورتی می‌توان به این نقشه دسترسی داشت که به صورت مزدی و برای کارفرما فرش بافت. در این حالت فرضیه قبلی مبنی بر این‌که تنها شیوه بافت در روستاها مزدی است، رد شد. ولی حضور قوی واسطه‌ها و بازارپسندی نقشه‌ها در شیوه مزدی و سهم‌بری (کارفرمایی)، در مقایسه با روش خویش‌فرمایی تأیید شد (مرحله ۱۱ الف،

نظریه قائم به ذات). منظور از این نظریه، ارتباط بین مفاهیم و دیدگاه‌هایی است که از نتایج به دست آمده است و مراحل اولیه خود را طی می‌کند. این نظریه در صورتی که در مناطق دیگر نیز بررسی و تأیید شود ممکن است به عنوان یک نظریه رسمی مطرح شود. در بخش بعد نتایج ارائه شده و به طور مبسوط نظریه اولیه یا قائم به ذات مربوط به طراحی و تأمین نقشه فرش ابریشم برای بافندگان روستایی آمده است. در زیر نتایج مربوط به نظریه اولیه (نظریه قائم به ذات) در زمینه طراحی و تأمین نقشه فرش ابریشم برای بافندگان روستایی به طور مبسوط ارائه گردیده است.

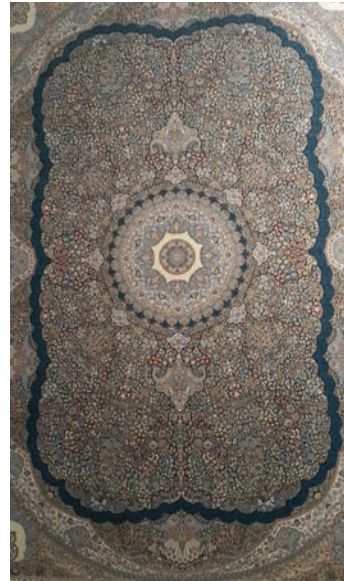


* شامل طراحان واقع در مرکز اصلی خرید و فروش فرش ابریشمی و نهاده‌های تولید (پاساژ شیرمحمدی)، و مراکز خرید و فروش نهاده‌های تولید در سطح شهر است.

نمودار ۲. شیوه‌های تأمین نقشه فرش دستباف ابریشمی در استان زنجان (منبع: نگارندگان)



ب



الف

تصویر ۲. نمونه‌ای از فرش بافته‌شده با نقشه جمشیدی قم (الف) و نقشه گنبدی زنجان (ب)، منبع: نگارندگان

مختص تابلو فرش بود که این نقشه‌ها همراه نخ مورد نیاز و بقیه لوازم بافت به صورت پکیج کامل از تبریز و مشهد به استان زنجان آورده می‌شد. به گفته کنشگران بازار این صنعت، وابستگی استان در خرید پکیج کامل تابلوفرش‌ها به خارج از استان به تنوع رنگی بسیار تابلوفرش مربوط می‌شد و کنشگران این استان قادر به رنگرزی آن‌ها نبودند. رنگرزی در استان زنجان به صورت دستی و غیرمکانیزه انجام می‌گرفت که در این حالت رنگرزی با تنوع بسیار امکانپذیر نبود. توزیع نقشه‌های طراحی‌شده در شهرهای دیگر از قبیل قم، تبریز و مشهد با توجه به شیوه تولید متفاوت است که در بخش تأمین نقشه توضیح داده شد.

(۲) طراحی توسط طراحان داخل استان: در حالت دوم، طراحی توسط نقاشان استان زنجان صورت می‌گرفت. به گفته افراد فعال در این صنف، طراحان این استان به تقلید از طرح‌های گذشته فقط به تغییر رنگ و تغییرات جزئی در آن می‌پرداختند یا با توجه به

طراحی و تأمین نقشه بر اساس شیوه تولید فرش ابریشم (الف) طراحی نقشه

نقشه اهمیت زیادی در تولید فرش دستباف دارد و بازار فروش فرش را تحت تأثیر قرار می‌دهد. طرح و نقشه فرش دستباف ابریشمی تولیدشده در استان زنجان به صورت غیربومی است که از دو طریق طراحی می‌شد:

(۱) طراحی توسط طراحان خارج از استان شامل طراحان شهرهای قم، تبریز و مشهد: نقشه‌های موجود عمدتاً از خارج از استان و به ویژه توسط طراحان ساکن شهر قم کشیده می‌شد، به طوری که نقشه حدود ۹۰ درصد از فرش‌های ابریشمی استان زنجان از شهر قم تأمین و بر آن اساس بافته می‌شد. نقشه‌های طراحی‌شده توسط طراحان قم بیشتر مختص فرش‌های با اندازه بزرگ‌تر بود. علاوه بر این، نقشه‌های طراحی‌شده توسط طراحان تبریز و مشهد



سلیقه خود طراحی می‌کردند. در مواقعی نوآوری‌هایی مثل وارد کردن طرح گنبد سلطانیه در نقشه را می‌توان مشاهده کرد. با وجود این، هنوز نتوانسته‌اند با طراحان خارج استان رقابت و متناسب با نیاز بازار فعالیت کنند. به عقیده کارفرمایان فرش، استان زنجان در زمینه فرش ابریشمی هیچ طرح و نقشه‌ای مختص به خود ندارد و کلیه نقشه‌های فرش ابریشمی مختص استان قم هستند و طراحان این استان فقط رنگ و اندازه نقشه را تغییر می‌دهند. برای مثال نقشه گنبدی مختص طراحان استان قم است و طراحان زنجان برای سال‌های متمادی از روی آن کپی زده‌اند و در مواردی رنگ آن را تغییر داده و به اسم خود به بافندگان داده‌اند. در مواردی بافندگان در مناطق روستایی خود با توجه به سلیقه و استعداد هنری خود اقدام به بافت می‌کنند که این روش حفظی‌بافی نامیده می‌شود و بیشتر در زمان‌های گذشته مرسوم بوده و در مورد فرش‌های پشمی رایج است. در مورد فرش‌های ابریشمی به دلیل هزینه بالای تهیه نهاده‌ها و رجشمار بالا این مورد رایج نیست.

ب) تأمین نقشه

دو نوع شیوه تولیدی فرش ابریشم در روستاهای منطقه مشاهده شد: شیوه کارفرمایی و خویش‌فرمایی. بافندگان نقشه مورد نیاز خود را بر اساس نوع شیوه تولیدی فرش ابریشم به طور متفاوتی تأمین می‌کردند:

۱) تأمین نقشه در شیوه تولید خویش‌فرمایی

الف) مستقیم (بدون واسطه محلی و شهری)
ب) غیرمستقیم

در حالت مستقیم، بافنده خود به طراح در داخل استان یا خارج از استان، بسته به نوع نقشه و اندازه فرش، مراجعه می‌کرد و نقشه مورد نظر خود را سفارش می‌داد. به عقیده کنشگران بازار این شیوه تأمین، به دلیل هزینه زیاد نقشه و توانایی مالی و اطلاعاتی پایین خانوارهای روستایی بافنده، بسیار کم

اتفاق می‌افتاد. به عقیده طراح اتحادیه فرش روستایی، در این حالت کلیه مراجعات به طراح صرفاً توسط افراد تحت پوشش بیمه فرش صورت می‌گرفت. در مراجعات مستقیم بدون هیچ گونه واسطه، خانوارهای بافنده روستایی سفارش نقشه خاص و جدیدی را به دلایل مختلف از جمله دلایل مالی و فقدان اطلاعات نمی‌دادند و اتحادیه عمدتاً کپی از طرح‌های قدیمی نقشه را به آن‌ها ارائه می‌داد.

در حالت غیرمستقیم، ارتباط با طراحان و دسترسی به نقشه از طریق واسطه‌های شهری صورت می‌گرفت، ولی بسته به این‌که واسطه‌های محلی در آن مداخله کنند یا خیر، شیوه تأمین متفاوت بود؛ در این حالت، بافنده به صورت حضوری یا تلفنی نقشه را از مراکز عمومی خرید و فروش فرش (به ویژه تابلوفرش) و نهاده‌های آن در سطح شهر زنجان، اتحادیه فرش دستباف روستایی یا از مرکز خرید فرش ابریشم (پاساژ شیرمحمدی زنجان) سفارش می‌داد. در این حالت، بافنده مستقیماً به طراح مراجعه نمی‌کرد، ولی هر یک از مراکز تهیه مواد اولیه در شهر زنجان نقشه را از طراحان داخل یا خارج از استان تهیه می‌کردند. در حالت دیگر (دو حلقه واسطه شامل واسطه محلی یا واسطه‌های محلی و شهری)، بافنده نقشه را از یک واسطه محلی (شامل دلال محلی، اقوام ساکن در روستا و هم‌روستایی‌ها یا اقوام و آشنایان ساکن در شهر) خریداری یا اجاره می‌کرد. در این حالت، واسطه محلی یا خود مستقیماً به طراح مراجعه می‌کرد یا از طریق واسطه‌های شهری (مراکز خرید و فروش نهاده‌ها در زنجان یا شهرهای قم، تبریز و مشهد) به نقشه دست پیدا می‌کرد.

از دید بافندگان، دلایل آن‌ها برای استفاده از شیوه غیرمستقیم عبارت بودند از: مسافت زیاد تا شهر، مشکلات جسمی، عدم آگاهی و عدم شناخت نهاده‌های مناسب و از این قبیل. در بعضی از روستاهای



دورافتاده مانند روستای آقکند در بخش قره‌پشتلو (با فاصله ۵۸/۸ کیلومتر از شهر زنجان)، کارفرمایان واسطه کمتر تمایل به سرمایه‌گذاری داشتند و بافندگان کمتر به شیوه‌ی مزدی فرش می‌بافتند، به عقیده بافندگان، «کارفرمایان به این روستاها فرش نمی‌دهند و آن‌ها مجبورند که یا به شیوه‌ی سهم‌بری یا در بیشتر موارد به شیوه‌ی خویش‌فرمایی فعالیت کنند». نکته قابل ذکر در شیوه‌ی غیرمستقیم در زمینه تأمین نهاده‌های تولید

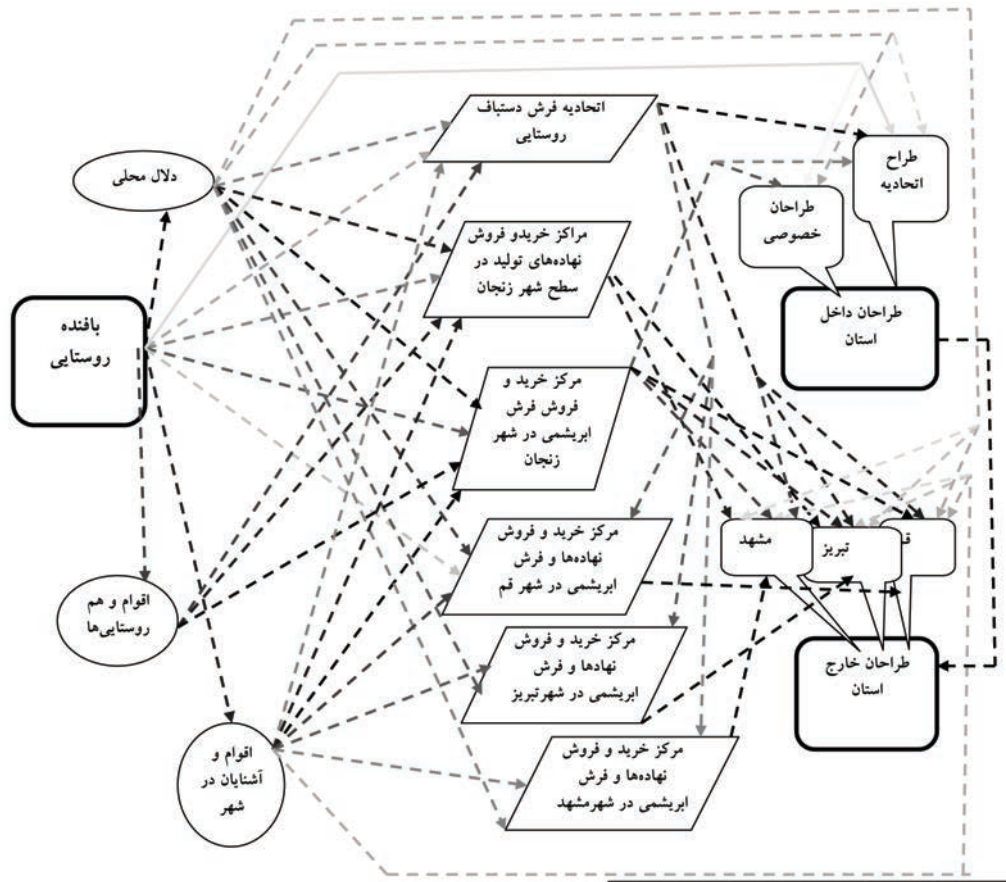
این است که معمولاً بافندگان مجبور بودند که کلیه نهاده‌های تولید از جمله نقشه، نخ و از این قبیل را صرفاً از یک فروشنده مشخص تأمین کنند. به این دلیل که کلیه نهاده‌های مورد نیاز در بافت یک نقشه خاص، به خصوص نخ و نقشه، همگی توسط یک فروشنده یا واسطه از شهرهای دیگر وارد شهر زنجان می‌شد، بنابراین بافندگان به این واسطه شهری برای تأمین نقشه وابستگی پیدا می‌کردند.

جدول ۳. ماتریس میزان ارتباط افراد فعال در تأمین نقشه فرش ابریشمی در شیوه تولید خویش‌فرمایی

تأمین‌کننده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
دریافت‌کننده	-	۹	۷	۸	۴	۶	۵	۳	۰	۰	۲	۱	۰	۰	۰
۱- بافنده روستایی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۲- دلال محلی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۳- اقوام و هم‌روستایی‌ها	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۴- اقوام و دوستان در شهر	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۵- اتحادیه روستایی فرش دستباف	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۶- مرکز خرید و فروش فرش ابریشمی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۷- مراکز خرید و فروش نهاده‌ها در شهر زنجان	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۸- مراکز خرید و فروش نهاده‌ها و فرش ابریشمی در شهر قم	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۹- مراکز خرید و فروش نهاده‌ها و فرش ابریشمی در شهر تبریز	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۰- مراکز خرید و فروش نهاده‌ها و فرش ابریشمی در شهر مشهد	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۱- طراح اتحادیه	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۲- طراحان خصوصی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۳- طراحان قم	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۴- طراحان تبریز	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۵- طراحان مشهد	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰

•• اعداد داخل خانه‌های جدول نشان‌دهنده میزان اهمیت ارتباط بین دو کنشگر است. شدت ارتباط بین هر کنشگر در هر ردیف از جدول متفاوت است (صفر = عدم ارتباط). به عنوان مثال در ردیف یک، عدد ۸ نشان‌دهنده قوی‌ترین ارتباط است و در ردیف ۲، عدد ۱۱. •• در ماتریس بالا ردیف نشان‌دهنده دریافت‌کننده است.

(منبع: نگارندگان)



راهنمای تصویر

در شکل هرچه قدر اهمیت منبع تأمین بیشتر باشد با رنگ پررنگ‌تری نشان داده شده است که با کاهش اهمیت منبع تأمین از رنگ‌های روشن‌تری استفاده شده است.	→ مستقیم
	- - - - - غیرمستقیم
	▭ واسطه شهری
	○ واسطه محلی
	□ دریافت‌کننده اصلی و ارائه‌دهنده فاصله اصلی نقشه

نمودار ۳. شیوه‌های تأمین نقشه فرش دستباف ابریشمی در تولید فرش به شیوه خوش‌فرمایی، منبع: نگارندگان

جدول ۴. نقل قول‌های بافندگان روستایی در مورد طرح و نقشه فرش ابریشمی

نقل قول‌ها	بافندگان - روستا
نقشه خوب را به ما نمی‌دهند، چون فرش‌بافی تنها منبع درآمدی ماست، مجبور می‌شویم برای اطمینان از فروش فرشمان به روش مزدی ببافیم.	بافنده ۱: روستای اوچبلاغ
در بافت به شیوه خویش فرمایی، به دلیل نداشتن دانش در مورد نقشه بازارپسند و در مواقعی به دلیل نداشتن توان مالی، فروشندگان نهاده‌ها نقشه‌های قدیمی به ما می‌دهند.	بافنده ۲: روستای حاجی سیران
برای تهیه نقشه بازارپسند باید به قم برویم و از آن‌جا تهیه کنیم ولی ما توان مالی نداریم.	بافنده ۳: شهر ارمغانخانه
در روش مزدی کارفرمایان نقشه‌های بازارپسند برای بافت می‌دهند.	بافنده ۴: روستای آقکند
در روش مزدی نقشه‌ها با رجشمار بالاست و بافت آن بسیار سخت است.	بافنده ۵: شهر ارمغانخانه
در روش سهم‌بری معمولاً نقشه‌های قدیمی و آسان‌تری به بافندگان داده می‌شود.	بافنده ۶: روستای کتاوند
در شیوه خویش‌فرمایی، تأمین نقشه‌ها مانند سایر نهاده‌ها در بیشتر مواقع توسط دلال انجام می‌شود. دلال یک نقشه خاص را به چند نفر در روستا کرایه می‌دهد. ما بعد از بافت یک نقشه زمان زیادی را صرف پیدا کردن نقشه بعدی می‌کنیم. چون کارفرما نقشه‌ها را تقسیم می‌کند هر کسی که آن نقشه را بافت به نفر بعدی بدهد. ما وقتی مراجعه می‌کنیم می‌گویند به نفر بعدی دادیم.	بافنده ۷: روستای قره‌تپه
هیچ یک از کارفرمایان اسم نقشه‌ها را به ما نمی‌گویند.	بافنده ۸: روستای قشلاق
فرش‌هایی که ما برای قم می‌بافیم در حاشیه فرش اسم کارفرما هم بافته می‌شود.	بافنده ۹: روستای ولیاران
اگر دولت حمایت کند از ما و هزینه نهاده‌ها را به ما بدهد و در فروش کمک کند، برای ما زمان تعیین می‌کند و اگر ما نتوانستیم ببافیم جریمه‌مان می‌کند. به همین دلیل نمی‌خواهیم فرش به صورت دولتی اداره شود.	بافنده ۱۰: روستای مشکین
ما سخت‌ترین نقشه‌ها را می‌بافیم، تنوع رنگی پایین است ولی رجشمار فرش‌ها بسیار بالاست که باعث شده چشم اکثر بافنده‌ها ضعیف شود.	بافنده ۱۱: روستای ونق
در روش مزدی، از یک نقشه خیلی بافته می‌شود و این باعث می‌شود فروش آن بسیار پایین باشد چون هر نقشه‌ای ظرفیت محدودی دارد. به همین دلیل اکثریت بافندگان چون از یک نقشه بارها بافته‌اند، نقشه‌ها را حفظ شده‌اند.	بافنده ۱۲: روستای لگاهی

(منبع: نگارندگان)



دوفصلنامه علمی - پژوهشی انجمن علمی فرش ایران شماره ۲۹ بهار و تابستان ۱۳۹۵

۱۳۴



۲) تأمین نقشه در شیوه تولید کارفرمایی: در شیوه کارفرمایی، بافنده فرش در ازای دریافت مزد (شیوه مزدی) یا سهمی از فروش فرش (شیوه سهم‌بری) به تولید فرش می‌پردازد. در این شیوه، سرمایه‌گذاری در تولید از لحاظ تأمین نهاده‌های تولید، توسط فردی به نام «کارفرما» یا «دلال» صورت می‌گیرد. در منطقه مورد مطالعه، چهار نوع کارفرما مشاهده شد: ۱) کارفرماهای طراح ساکن شهر زنجان، ۲) کارفرماهای غیرطراح ساکن شهر زنجان، ۳) کارفرماهای غیرطراح ساکن در شهرهای دیگر، و ۴) اتحادیه فرش روستایی به عنوان کارفرما.

در شیوه کارفرمایی بافندگان روستایی به دو شیوه مستقیم و غیرمستقیم به تأمین نقشه می‌پرداختند. در شیوه مستقیم بافنده روستایی خود به کارفرمای ساکن در زنجان یا کارفرمای ساکن در شهرهای قم، تبریز و مشهد مراجعه و نقشه مورد نیاز را تأمین می‌کرد. بنا به گفته بافندگان، در شیوه کارفرمایی بافندگان در انتخاب نوع نقشه و اندازه فرش دخالت چندانی نداشتند. همچنین، با توجه به تعداد بافندگان موجود در هر خانوار، اندازه فرش را کارفرما تعیین می‌کرد. رجشمار در فرش‌های تولیدی به شیوه کارفرمایی بالا بود و از نقشه‌های به‌روزتر، که غالباً تعداد رنگ بیشتری نیز داشت، استفاده می‌شد.

در شیوه غیرمستقیم، بافنده به چند حالت مختلف با کارفرمای ساکن در زنجان یا شهرهای دیگر ارتباط داشت. در حالت اول بافنده از طریق واسطه‌های محلی با کارفرمای ساکن در زنجان یا کارفرمای ساکن در شهرهای دیگر (قم، تبریز، مشهد) ارتباط برقرار می‌کرد. بدین صورت که با تماس تلفنی و

ارتباط حضوری در روستا یا شهر زنجان نقشه مورد نظر را سفارش می‌داد. در حالت دوم، بافنده از طریق واسطه‌های ساکن در شهر زنجان، با کارفرمای ساکن در شهرهای دیگر ارتباط برقرار می‌کرد. معمولاً واسطه ساکن در شهر زنجان خود در صنعت فرش فعالیت کارفرمایی را نیز انجام می‌داد، ولی به دلیل روابط خویشاوندی یا وجود اعتماد بین وی با کارفرمای شهرهای دیگر، نقش واسطه‌گری را نیز ایفا می‌کرد. در این حالت ابتدا نقشه‌های اولیه و ابریشم توسط کارفرما یا از طریق واسطه شهری به بافنده داده می‌شد و در مراحل بعد، سفارش دیگر نقشه‌ها و مواد لازم از طریق تماس تلفنی بافنده با کارفرمای اصلی هماهنگ و از طریق واسطه ساکن در شهر زنجان به دست بافنده رسانده می‌شد.

نکته قابل ذکر در تولید به شیوه کارفرمایی این بود که کارفرما کلیه نقشه‌ها را در اختیار بافنده قرار نمی‌داد، تعدادی از نقشه‌ها را به بافنده می‌داد و بعد از بافت آن‌ها را تحویل می‌گرفت و تعداد دیگری از نقشه‌ها را در اختیار بافنده قرار می‌داد. همچنین در قراردادی که بین کارفرما و بافنده قبل از شروع کار بسته می‌شد، یکی از شروطی که کارفرما برای بافنده تعیین می‌کرد، این بود که بافنده حق بافت از روی این نقشه را برای فرد دیگری ندارد. همچنین بنا به گفته بافندگان، که در جدول ۴ تعدادی از این نقل‌قول‌ها ذکر شده است، عده‌ای از کارفرمایان از گفتن نام طرح و نقشه امتناع می‌ورزند. به عنوان مثال یکی از بافندگان روستایی بیان کرده است که «از کارفرما اسم نقشه فرش را پرسیدم، گفت اسمش گل است و اسم واقعی آن را نگفت».



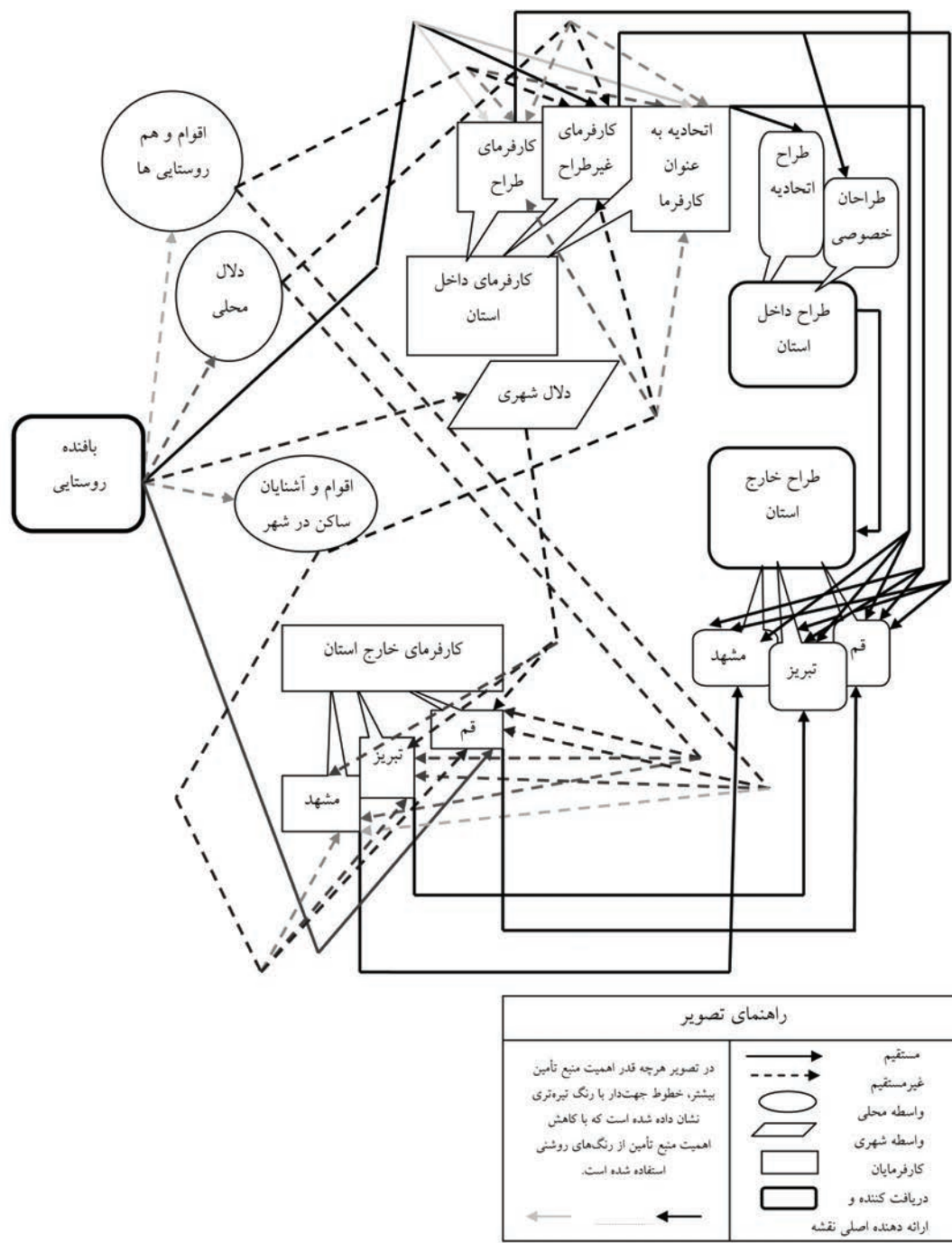
جدول ۵. ماتریس میزان ارتباط افراد فعال در تأمین نقشه به شیوه تولید کارفرمایی

تأمین کننده	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
۱- بافنده روستایی	-	۵	۳	۴	۷	۲	۸	۱	۶	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۲- دلال محلی	۰	-	۰	۰	۰	۲	۶	۱	۵	۴	۳	۰	۰	۰	۰	۰
۳- اقوام و هم روستایی ها	۰	۰	-	۰	۰	۳	۶	۲	۵	۴	۱	۰	۰	۰	۰	۰
۴- اقوام و دوستان در شهر	۰	۰	۰	-	۰	۲	۶	۳	۵	۴	۱	۰	۰	۰	۰	۰
۵- دلال شهری	۰	۰	۰	۰	-	۰	۰	۰	۳	۲	۱	۰	۰	۰	۰	۰
۶- اتحادیه به عنوان کارفرما	۰	۰	۰	۰	۰	-	۰	۰	۰	۰	۰	۳	۰	۴	۲	۱
۷- کارفرمای غیرطراح در شهر زنجان	۰	۰	۰	۰	۰	۰	-	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۴	۳	۲
۸- کارفرمای طراح در شهر زنجان	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	-	۰	۰	۰	۰	۰	۳	۲	۱
۹- کارفرما در شهر قم	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	-	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰
۱۰- کارفرما در شهر تبریز	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	-	۰	۰	۰	۰	۱	۰
۱۱- کارفرما در شهر مشهد	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	-	۰	۰	۰	۰	۱
۱۲- طراح اتحادیه	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	-	۰	۰	۰	۱
۱۳- طراحان خصوصی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	-	۰	۰	۱
۱۴- طراحان قم	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	-	۰	۰
۱۵- طراحان تبریز	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	-	۰
۱۶- طراحان مشهد	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	-

* اعداد داخل خانه‌های جدول نشان‌دهنده میزان اهمیت ارتباط بین دو کنشگر است. شدت ارتباط بین هر کنشگر در هر ردیف از جدول متفاوت است (صفر = عدم ارتباط). به عنوان مثال در ردیف یک عدد ۸ نشان‌دهنده قوی‌ترین ارتباط است و در ردیف ۲، عدد ۶ ** در ماتریس بالا، ردیف نشان‌دهنده دریافت‌کننده است.

(منبع: نگارندگان)





نمودار ۴. شیوه‌های تأمین نقشه فرش دستباف ابریشمی در تولید کارفرمایی، (منبع: نگارندگان)

نتیجه گیری

اهمیت طرح و نقشه در بازاریابی و فروش فرش با توجه به نقش کلیدی فرش در تأمین معیشت خانوارهای روستایی، اهمیت بررسی شیوه‌های تأمین آن را مشخص می‌کند. حالت ایده‌آل در زمینه تأمین نقشه، ارتباط مستقیم بین طراح و بافنده بدون حلقه واسط است. ولی با بررسی شیوه‌های تأمین نقشه فرش دستباف ابریشمی در شهرستان زنجان می‌توان به این نتیجه رسید که بافندگان در روستاهای شهرستان زنجان به دو شیوه تولیدی خویش فرمایی و کارفرمایی فعالیت می‌کنند. این یافته دو نوع شیوه تولیدی کارفرمایی و خویش فرمایی گزارش شده از سوی لطیفی، سعدی، شعبانعلی فمی و مشرف (۱۳۹۲) را تأیید می‌کند، ولی برخلاف آن مطالعه، نظام تولید به شیوه مشارکتی (تعاونی) در شهرستان زنجان مشاهده نمی‌شود.

در تأمین نقشه به شیوه خویش فرمایی، بافندگان روستایی بیشتر به صورت غیرمستقیم به تأمین نقشه مورد نیاز می‌پردازند. بدین صورت که بافندگان به یکی از واسطه‌های محلی مراجعه می‌کنند. واسطه‌های محلی در تأمین نقشه در این شیوه تولید اهمیت زیادی دارند به گونه‌ای که کارفرمایان ساکن در شهرهای دیگر نیز در بیشتر موارد از طریق افراد محلی با بافندگان ارتباط دارند و سفارش بافت می‌دهند.

در تأمین نقشه به شیوه خویش فرمایی، بافندگان روستایی برای دسترسی به نقشه با دو حلقه واسط مواجه هستند؛ واسطه محلی و واسطه شهری. واسطه‌های محلی ضروتاً ساکن روستا نیستند، بلکه علاوه بر روستاییان و دلالان محلی ساکن روستا (در همان روستا یا روستاهای مجاور)، اقوام و هم‌روستاییان ساکن شهرها را، به دلیل تعاملات زیاد با بافندگان روستایی دربرمی‌گیرند. در این شیوه تولید خویش فرمایی بیشترین مراجعه بافندگان به طراحان

داخل استان است. بنا به نظر بافندگان روستایی علت عدم مراجعه آن‌ها در شیوه خویش فرمایی به طراحان خارج از استان، قیمت بالای نقشه‌ها، مسافت زیاد تا قم و از این قبیل است. بنابراین بافندگان روستایی در مراجعات مستقیم خود به طراحان داخل استان به دلیل قیمت بالای نقشه‌های بازارپسند، نقشه‌های قدیمی تری تهیه می‌کنند، در نتیجه فرش بافته شده با این نقشه نیز بازار مناسبی ندارد. نکته قابل ذکر در این روش، وجود نقشه‌های قدیمی با رجشمار پایین است. بنابراین در تهیه طرح و نقشه، توجه به سلیقه و نیاز مشتری اهمیت بالایی دارد، زیرا اگر محصول تولیدی مطابق سلیقه و نیاز مشتری باشد، تقاضا نسبت به آن افزایش می‌یابد و سبب توسعه بازار محصول می‌شود. این یافته با نتایج پورمند، مهدوی‌نژاد و ایمانی (۱۳۸۹) همسان است به گونه‌ای که می‌توان گفت استفاده از خلاقیت در طرح فرش سبب افزایش استقبال مصرف‌کنندگان و توسعه مصرف فرش دستباف می‌شود.

در تأمین نقشه به شیوه کارفرمایی، بیشترین مراجعه بافندگان متعلق به مراجعه مستقیم به کارفرمایان غیرطراح است. نکته قابل ذکر در این زمینه نقش اتحادیه در تأمین نقشه در این شیوه تولیدی است. اتحادیه نه تنها نقشه مناسب را طبق اهداف خود در اختیار بافندگان روستایی قرار نمی‌دهد بلکه خود در نقش یک کارفرما وارد عمل می‌شود و نقش واسطه‌گری را ایفا می‌کند. در شیوه کارفرمایی نسبت به شیوه خویش فرمایی نقشه‌های به‌روزتر با رجشمار بالاتر به کار گرفته می‌شود و فرش‌های بافته شده بازارپسندی بیشتری دارند. این یافته با نتایج پژوهش کرمی دهکردی (۱۳۹۳) مبنی بر این که در شیوه کارفرمایی دلال به‌روزترین نقشه‌ها را در اختیار بافنده قرار می‌دهد، در حالی که در شیوه خویش فرمایی نقشه‌هایی که بازارپسندی کمتری دارند در اختیار بافنده قرار می‌گیرد، همخوانی دارد. بنابراین بافندگان در فروش و

در هر دو شیوه تولید مشاهده شد، اتحادیه به عنوان یک تشکل مردمی طبق اهداف خود فعالیت نمی‌کند و مانند سایر حلقه‌های واسط سعی در کسب منافع خود دارد و به جای فراهم کردن نقشه‌های به‌روزتر و با قیمت مناسب‌تر به عنوان یک دلال عمل می‌کند و سبب بی‌اعتمادی بافندگان می‌شود. این نکته را نباید از ذهن دور داشت که حتی اگر تعاونی‌هایی قرار باشد برای تشکل‌سازی در جامعه تشکیل شود، لازم است از ظرفیت‌های انسانی، اجتماعی، فیزیکی و مالی برخوردار باشند، در غیر این صورت همان‌طور که لطیفی و سعدی (۱۳۹۰) در مطالعه خود اشاره کرده‌اند، نمی‌توانند در برابر بی‌ثباتی بازار فرش دوام بیاورند و ممکن است کمبود امکانات آن‌ها موجب شود بافندگان مجدداً به سراغ واسطه‌ها و کارفرمایان میل پیدا کنند.

عرضه فرش دچار مشکل می‌شوند، چرا که اولاً نقشه مورد استفاده بازارپسندی کمتری دارد، ثانیاً بافندگان معمولاً از قدرت چانه‌زنی بالایی برخوردار نیستند. طبق نتایج تأمین نقشه به شیوه کارفرمایی به چند دلیل از اهمیت بالایی برخوردار است: ۱) عدم توان مالی بافندگان روستایی در تأمین نقشه بازارپسند، ۲) قطعی بودن فروش فرش‌های بافته‌شده با نقشه‌های تأمین‌شده به شیوه کارفرمایی. در هر یک از روش‌های تأمین ذکرشده، وجود حلقه‌های واسط باعث کاهش سود حاصله از بافت به دست بافنده اصلی می‌شود. بافنده روستایی به دلیل عدم توان مالی و اطلاعاتی و به تنهایی قادر به حذف این حلقه‌ها نیست. وجود یک تشکل مردمی و همکاری بافندگان سبب حل بسیاری از مشکلات در زمینه تأمین نقشه خواهد شد. ولی همان‌طور که

■ فهرست منابع

- پورمند، حسنعلی، مهدوی‌نژاد، محمدجواد و ایمانی، الهه (۱۳۸۹). «نقش طرح‌های جدید در توسعه و گسترش فرش دستباف». فصلنامه علمی- پژوهشی گلجام، (۱۷)، ۲۶-۱۱.
- پورصادق، ناصر، بهلولی، نادر و حاجی‌خانی، مهدی (۱۳۹۰). «نقش تعاونی‌های فرش دستباف استان زنجان بر توسعه صادرات این فرش». تعاون، (۳)، ۱۷۰-۱۵۵.
- تاجیک اسماعیلی، سمیه، صنیعی، ماندانا و اسدی‌رازی، محمدصادق (۱۳۹۱). «شناسایی ابزارهای مؤثر تبلیغات فرش دستباف ایران از نگاه خریداران داخلی». مطالعات رسانه‌ای، (۲۱)، ۵۷-۶۷.
- دریایی، نازیلا (۱۳۸۵). «زیبایی در فرش دستباف ایران». گلجام، ش ۴ و ۵، ۳۶-۲۵.
- سازمان صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان غربی (۱۳۹۱). پورتال فرش دستباف سازمان بازرگانی استان آذربایجان غربی. دستیابی در تاریخ: ۱۳۹۳/۹/۱۲ از طریق:

http://wacarpet.ir/mods.php?id=Info_Center&task=readpage&pid=58.

- قرآنی‌قصری، ایمان، قدرتی، حسن و رضایی، حسین (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر صادرات فرش دستباف در قالب ماتریس سوات (SWOT): مطالعه موردی تعاونی‌های فرش در استان اصفهان». تعاون، (۲)، ۶۱-۴۹.
- کرمی‌دهکردی، اسماعیل (۱۳۹۳). طرح پژوهشی شناخت ظرفیت‌ها و نیازهای اجتماعات روستایی در راستای مدیریت جامع و مشارکتی حوزه آبخیز قزل تپه در استان زنجان. زنجان: اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان زنجان و دانشگاه زنجان.
- میرزایی، عبدالله و عارف‌پور، فاطمه (۱۳۹۱). «معرفی و بررسی انواع روش‌های تهیه نقشه فرش در تبریز». جلوه هنر، ش ۱۰، ۸۶-۷۷.
- لطیفی، سمیه و سعدی، حشمت‌الله (۱۳۹۰). «آسیب‌شناسی تعاونی‌های فرش دستباف روستایی (مطالعه موردی شهرستان همدان)». گلجام (فصلنامه علمی-پژوهشی انجمن علمی فرش ایران)، (۱۸)، ۸۱-۹۶.
- لطیفی، سمیه، سعدی، حشمت‌الله، شعبانعلی فمی، حسین و مشرف، م. (۱۳۹۲). «تحلیل اثرات اقتصادی-اجتماعی تعاونی‌های فرش دستباف روستایی استان همدان». تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، (۳۲)، ۱۴-۱۳۹-۱۱۷.
- نجفی، بهاء‌الدین و فرج‌زاده، زکریا (۱۳۸۹). «نقش تعاونی‌های روستایی در بازاریابی محصولات کشاورزی: مطالعه موردی استان



- فارس». تعاون، ۲۱(۱)، ۲۶-۱.
- وزارت تعاون (۱۳۸۵). طرح توجیهی تولید فرش پشمی به ظرفیت ۱۲۰۰ متر مربع در سال. معاونت طرح و برنامه، دفتر امور اقتصادی و تمهیدات بانکی وزارت تعاون.
- هنرمندساری، محمدجواد (۱۳۹۱). «تجزیه و تحلیل زنجیره تأمین در تولید کتاب و عوامل مؤثر بر آن». کتاب مهر، (۵)، ۷۱-۴۶.
- Amiri aghdaie, S.F., & Zare Zardeini, h. (2012). A SWOT Analysis of Persian Handmade Carpet Exports. *International Journal of Business and Management*, 7(2), 243-251.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Chambers, R. (2008). *Revolutions in Development Inquiry*: Routledge.
- Charmaz, K. (2011). Grounded Theory Methods in Social Justice Research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage Handbook of Qualitative Research* (Vol. 4, pp. 359-380). London: Sage Publications.
- Charmaz, K. (2014). Grounded Theory in Global Perspective: Reviews by International Researchers. *Qualitative Inquiry*, 20(9), 1074-1084. doi: 10.1177/1077800414545235
- Davis, J.R. (2003). The Rural Non-Farm Economy, Livelihoods and Their Diversification: Issues and Options. *Natural Resources Institute*.
- Geissler, C.A., Brun, T.A., Mirbagheri, I., Soheli, A., Naghibi, A., & Hedayat, H. (2014). The Energy Expenditure of Female Carpet Weavers and Rural Women in Iran. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 34.12 (1981), 2776-2783.
- Mazhari, M.Y., Madahi, A., & Eslami Mohammad, S. (2012). Export Marketing of Hand-Woven Carpet of Kurdistan State in Iran (Assessing Effective Factors and Pathology). *International Journal of Marketing Studies*, 4(4), 83-92.
- Peterman, A., Behrman, J., & Quisumbing, A. (2010). A Review of Empirical Evidence on Gender Differences in Nonland Agricultural Inputs, Technology, and Services in Developing Countries. *International Food Policy Research Institute*, 00975.