تاریخ دریافت مقاله: ۹۴/۱۱/۲۵
تاریخ پذیرش نهایی: ۹۵/۶/۲۰

دسترسی بافندگان فرش روستایی به نقشهٔ فرش ابریشمی: مطالعهٔ موردی در شهرستان زنجان

الهام احمدی فرد
دانش آموخته کارشناسی ارشد توسعهٔ روستایی، دانشگاه زنجان
اسماعیل کرمی دهکردی (نویسنده مسئول)
دانشیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعهٔ روستایی، دانشگاه زنجان
E-mail: e.karamidehkordi@gmail.com

گلجام
دوفصلنامه
علمی - پژوهشی
انجمن علمی
فرش ایران
شماره ۲۹
بهار و تابستان ۱۳۹۵
۱۱۹

چکیده

نقشه و آرایه از ارکان اساسی تولید فرش هستند و فاکتورهای مهم و تعیین‌کننده‌ای برای محاسبهٔ 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 نقشهٔ فرش ابریشمی برای بافندگان روستایی است. داده‌ها با استفاده از یک روش‌شناسی مطالعهٔ موردی از طریق فنون گروه‌های متمرکز، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، نمودارکشی مشارکتی، اسناد و مشاهده گردآوری شدند. مطالعه با ۹۰ خانوار روستایی بافندهٔ فرش ابریشم در ۲۳ روستای شهرستان زنجان و کنشگران بازار در شهرهای زنجان، قم و کاشان انجام شد. بافندگان روستایی به دو شیوهٔ تولید خویش‌فرمایی و کارفرمایی به تولید فرش و دریافت نقشه می‌پرداختند. در شیوهٔ خویش‌فرمایی بافندگان روستایی با دو حلقهٔ واسط شامل واسطهٔ محلی و واسطهٔ شهری به نقشه دسترسی پیدا می‌کردند. دسترسی به نقشه در این روش عمدتاً غیرمستقیم بود و با مراجعهٔ 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 شیوهٔ کارفرمایی، بافندگان روستایی با سه حلقه واسط شامل واسطهٔ محلی، واسطهٔ شهری و کارفرمایان مواجه بودند. بیشترین مراجعهٔ بافندگان متعلق به مراجعهٔ مستقیم بدون واسطه، به کارفرمایان غیرطراح است. در هر یک از روش‌های تأمین نقشه، اتحادیهٔ 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، شیوهٔ تولید، بافندهٔ روستایی، زنجان.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

مقدمه

فـــرش دســـتباف ایرانی بـــه منزلهٔ نمـــاد فرهنگ و هنر ایرانی و با ســـابقهٔ چندین هزارســـاله به واسطهٔ ویژگی‌های خاص در تولیـــد، کیفیت طراحی، عامل بالقوهٔ شغل‌آفرینی 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 دســـتباف ایرانی ریشـــه در فرهنگ و باورهای مردم این ســـرزمین دارد. با توجه به بارور شـــدن فرهنگ در طـــی زمان، انواع جدیدی از طرح و نقـــش فرش پدیدار می‌شـــود (میرزایی و عارف‌پور، ۱۳۹۱). فرش دســـتباف ایرانی یک کالای هنری- صنعتی اســـت، از این جهت که هنری برآمده از فرهنگ و اعتقادات مردم ایران‌زمین و صنعتی است که منبع تأمین معیشت خانوارهای بافنده و واسطه‌های آن است (تاجیک‌اســـماعیلی، 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 کشـــاورزی خود اکتفا نمی‌کنند. منظور از اقتصاد غیرکشـــاورزی روســـتایی دربرگیرنده همهٔ فعالیت‌های غیرکشـــاورزی است که برای خانواده‌های روستایی درآمد (جنسی و پولی) از طریق کاردستمزدی یا مشاغل آزاد تولید می‌کند (Davis, 2003). از این لحاظ فعالیت‌های خارج از مزرعه برای آن‌ها اهمیت دارد و موجب تنوع‌سازی معیشت آن‌ها و کاهش آسیب‌پذیری‌شـــان می‌شود. از گذشته بافـــت فرش یکی از فعالیت‌های مهم خارج از مزرعه خانوارهای روستایی ایران محسوب می‌شد که یا برای خودمصرفی یا برای بازار تولید می‌شـــد. در گذشـــته 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 شهرنشـــینی و رواج زندگی اشـــرافی، فرش نه تنها برای استفاده در ایل و طایفه، بلکه با هدف تجاری و سیاسی تولید می‌شد. از جمله اهداف سیاســـی تولید فرش می‌توان به بافتن تصویر حاکمان مرکزی یا پادشـــاهان ســـایر ممالک بر روی قالی اشـــاره کرد که به منظور توســـعهٔ روابط سیاسی بود. برای این منظور می‌بایســـتی بافندگان از سلیقه و نیاز مصرف‌کنندگان مطلع می‌شدند. نتیجهٔ این جریان، ظهور انواع نقشـــهٔ فرش شد. نقشـــهٔ فرش وضعیت پیش‌بینی‌شده توسط طراح یا نقاش برای فرش است (میرزایی و عارف‌پور، 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 یـــا در کارگاه‌های قالیبافـــی به این کار مشـــغول‌اند (Geissler et al., 2014, p 2784). امروزه تولید فرش ابریشـــمی در بین خانوارهای روســـتایی به عنوان یک منبع درآمد مهم در نظر گرفته می‌شـــود که تولید آن عمدتاً برای بازار اســـت تا خودمصرفی. بنابرایـــن علایق بازار عامـــل تعیین‌کننده‌ای در خرید فرش و درآمد بافندگان روستایی است.

هر فعالیت تولیدی نیازمند منابع مختلفی اســـت. پیترمن، بهرمن و کوایزومبینـــگ (۲۰۱۰) منابع مورد نیاز در تولید را به چهار دســـته تقسیم‌بندی کردند: ۱) منابع تکنولوژیکی، ۲) منابع طبیعی، ۳) منابع انسانی و ٤) سرمایهٔ اجتماعی و سیاسی. هنرمند ساری (۱۳۹۱) این منابع را به چهار دســـتهٔ منابع انســـانی، فیزیکی، اطلاعاتی و مالی تقســـیم‌بندی کـــرد. در زمینهٔ فرش دســـتباف مهم‌ترین منابع نهاده‌ای طبق تعریف وزارت تعاون (۱۳۸۵) عبارت‌اند از: ۱) دار قالی، ۲) قیچی، ۳) قلاب، ٤) شانه، ٥) سیخ پودکش، ٦) نخ، ۷) نخ چله، ۸) پود کلفت، ۹) پود نازک، و ۱۰) نقشه.

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

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

فـــرش را به عنـــوان کلیدی‌ترین فاکتـــور انتخاب در نظر می‌گیرند. طرح و نقشـــه از ارکان اساسی در تهیه فرش است (ســـازمان صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجـــان غربی، ۱۳۹۱). در این میان تأمین نقشـــهٔ مناسب و مطابق با سلیقهٔ مشتری از مسائل مهمی است که بافندگان روســـتایی با آن مواجه هستند. بافندگان روستایی به روش‌های مختلفی نقشهٔ مورد نیاز خود را تأمین می‌کنند. ولی برای افزایش کیفیت فرش تولیدی، بازارپسندی بیشتر و کســـب سود بیشتر به نقشه‌هایی نیازمند هســـتند که برخی از اصـــول مهم در طراحی در آن‌ها رعایت شـــده باشد. در حقیقت، طرح و نقشه کـــه از اصلی‌ترین عوامل مؤثـــر در زیبایی‌های فرش ایران اســـت، ویژگی‌هایی دارد که رعایت آن‌ها سبب ایجاد تصویری زیبا در ذهن مخاطب می‌شود (دریایی، ۱۳۸۵). برای مثال در طراحی نقشـــه انجام محاسبات دقیق با کیفیت نهایی فرش ارتباط دارد. طراح بایستی به ایجاد تناســـب در قسمت‌های مختلف فرش (مانند حاشـــیه و متن) دقـــت کند. اگر دو فـــرش در اندازهٔ رجشـــمار، کیفیت مصالح و نوع بافت یکسان باشند، ولی طرح و رنگ متفاوتی داشته باشند، قیمت یکسانی ندارنـــد. همچنین از نکات دیگـــری که در تهیهٔ طرح و نقشـــه اهمیت زیادی دارد و باعث افزایش کیفیت فرش تولیدی می‌شود، رجشمار فرش است (سازمان صنعت، معدن و تجـــارت اســـتان آذربایجان غربی، ۱۳۹۱). از اصول دیگر در طراحی نقشـــهٔ فرش، توجه به سلیقه و نیاز مشتری است. طرح و نقشهٔ فرش باید از لحاظ رنگ، اندازه، طرح و شـــکل مطابق با سلیقه و نیاز مشـــتری باشد. با توجه به این‌که فرش دستباف ایرانـــی دارای مرغوبیت، کاربـــری و در نهایت قیمت تمام‌شـــدهٔ 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 ســـلیقهٔ کشورهای دیگر نیز در طرح و نقشه اهمیت بسیاری دارد. اندازهٔ فرش نیز باید با توجه به شـــرایط فیزیکی منازل در کشورهای صادرشونده باشد (پورصادق، بهلولی و حاجی‌خانی، ۱۳۹۰). پرسشـــی که در این زمینه مطرح می‌شود این اســـت که چگونه یک بافنده، به ویژه بافندهٔ روستایی، از علایق مصرف‌کننـــدگان داخلـــی و بین‌المللی در خصوص نقشهٔ مورد نظرشان آگاه می‌شود و این نقشه چگونه به دســـت بافنده فرش می‌رسد؟ از این لحاظ، بررسی شیوه‌های تأمین نقشه اهمیت زیادی دارد، زیرا، همان‌طور که اشاره شد، بازار آیندهٔ 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 شیوهٔ تأمین نقشه وابسته است.

مطالعات بسیار اندکی در مورد شیوهٔ تأمین نهاده‌ها و به ویژه نقشهٔ فرش ابریشم صورت گرفته و مطالعه‌ای مســـتقیماً به این موضوع نپرداخته اســـت. بخشی از مطالعهٔ کرمی دهکردی (۱۳۹٤) در استان زنجان نشان داد که زنجیرهٔ تأمین نهاده‌ها از جمله نقشـــه در چهار حالت صورت می‌گیرد: در حالت اول سرمایه‌گذاری اولیـــه از جمله تهیهٔ نهاده‌ها بـــر عهدهٔ کارفرما یا دلال اســـت، فرش بافته‌شـــده متعلق به دلال اســـت و در ازای بافت فرش مبلغ مشـــخصی به عنوان دستمزد به فرشباف داده می‌شود. در حالت دوم، مثل حالت قبل، سرمایه‌گذاری اولیه و تأمین نهاده بر عهدهٔ دلال است. پس از اتمام بافت فرش، فروش آن بر عهدهٔ دلال است و مبلغ دریافتی از فروش را به طور مســـاوی بین خود و بافنده (به ایـــن در اصطلاح محلی یارلخ گفته می‌شود) تقسیم می‌کند. نکتهٔ قابل توجه در هر دو روش تولیدی این است که دلال به‌روزترین و بازارپسندترین نقشه را به طور موقت در اختیار بافنده قرار می‌دهد. در حالت ســـوم، برعکس دو حالت قبل، تأمین نهاده‌های تولید و ســـرمایه‌گذاری اولیه بر عهدهٔ فرشباف است. بافنده بـــرای تهیهٔ این نهاده‌ها به دلال مراجعه می‌کند،

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

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 عهدهٔ فرشباف است. برای تهیهٔ 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 عرضهٔ فرش دچار مشکل می‌شوند، چرا که اولاً نقشهٔ مورد استفاده بازارپسندی کمتری دارد، ثانیا بافندگان معمولاً قدرت چانه‌زنی بالایی ندارند.

در مطالعهٔ لطیفی، سعدی، شعبانعلی فمی و مشرف (۱۳۹۲) در مورد شیوه‌های تولید فرش (نظام‌های تولید خویش‌فرمایی، کارفرمایی و تعاونی) می‌توان به طور غیرمستقیم دریافت که تأمین نقشه در شیوهٔ تولیدی مختلف متفاوت است. در نظام تولید خویش‌فرمایی، که واحدهای تولیدی به صورت انفرادی (خانگی) و مدیریت آن بر عهدهٔ شخص بافنده است (کلیهٔ مراحل تولید، تهیهٔ مواد اولیه و ابزار قالیبافی)، قالیباف بر حسب سلیقه و در نظر گرفتن امکانات و محدودیت‌های خود اقدام به تهیهٔ 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 قالیبافان با یکدیگر مواد اولیه و وسایل قالیبافی 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 فرشبافی و حل مشکلات قالیبافان خواهد شد (قزاآنی‌قمصری، 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 زمینهٔ تهیهٔ طرح‌ها و نقشه‌های جدید فرش دستباف مهم‌ترین نقطهٔ 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 توسعهٔ مصرف فرش دستباف خواهد شد.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

با توجه به مطالب اشاره‌شده، می‌توان دریافت که دانش ما در خصوص چگونگی تأمین نقشه هنوز کامل نیســت و پژوهشگران کمتر به این مقوله توجه عمیق داشته‌اند. در این راستا، هدف این پژوهش آن است که مشــخص کند بافندگان روستایی در شهرستان زنجان چگونه نقشه‌های فرش ابریشم مورد نیاز خود را تأمین می‌کننــد و در تأمین آن با چه مســائل مهمی روبه‌رو هســتند. همچنین، تأثیر نظام‌های تولید بر شیوه‌های تأمین نقشه نیز مورد بحث قرار خواهد گرفت.

روش تحقیق

این پژوهش از یک روش‌شناســی مطالعهٔ موردی با استفاده از فنون کیفی گردآوری داده‌ها از قبیل تحلیل اسناد و فنون ارزیابی مشــارکتی روستایی (Chambers, 2008, 111-115)، همچــون گروه‌های متمرکز، ترسیم مشــارکتی نمودارهای جریانی، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و مشــاهده (با شرکت در دوره‌های آموزش فرش و مشاهدهٔ نقشه‌ها و فرش‌های موجود در منازل روستایی) انجام شد. مشارکت‌کنندگان این پژوهش عبارت بودند از: خانوارهای روستایی بافندهٔ فرش ابریشــمی و کنشــگران بازار فرش ابریشم. بر اســاس پرونده‌های خانوار بیمه‌شده در اتحادیهٔ فرش دستباف روســتایی که به وسیلهٔ نویسندگان این مقاله مورد تحلیل اســناد قرار گرفت، در ســال ۱۳۹٤، در ۱۳۲ روستای شهرســتان زنجان حداقل یک خانوار در هر روســتا فرشباف (ابریشــمی و غیرابریشمی) بود و از این میان در ۸۳ روســتا حداقل یک خانوار فرش ابریشــمی می‌بافت. بخش زنجانــرود با ۱۲۲ خانوار فرشباف ابریشمی (٦۳ خانوار بیمه‌شده و ۵۹ خانوار غیربیمه‌شــده)، بخش مرکزی با ۲۲۲ خانوار فرشباف ابریشمی (۱۲۵ خانوار بیمه‌شده و ۹۷ خانوار غیربیمه‌شــده) و بخش قره‌پشــتلو بــا ۲۲۰۱ خانوار فرشــباف ابریشــمی (۳۳۰ خانوار بیمه‌شده و ۱۸۷۱ خانوار غیربیمه‌شده) بودند.

تعیین مشارکت‌کنندگان روستایی، انتخاب روستاها و افــراد به طور هدفمند صورت گرفت به گونه‌ای که روســتاهای با حداقل ٦ خانوار فرشباف ابریشمی در این شهرستان انتخاب شــدند (تعداد ۲۳ روستا) و با اســتفاده از روش نمونه‌گیــری گلوله‌برفی ۹۰ خانوار به عنوان مطلع‌ترین افراد این روستاها انتخاب شدند. با ارتباطات میان‌فــردی در قالب گروه‌های متمرکز و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته این بافندگان زن و مردان سرپرست خانوار در این پژوهش شرکت کردند.

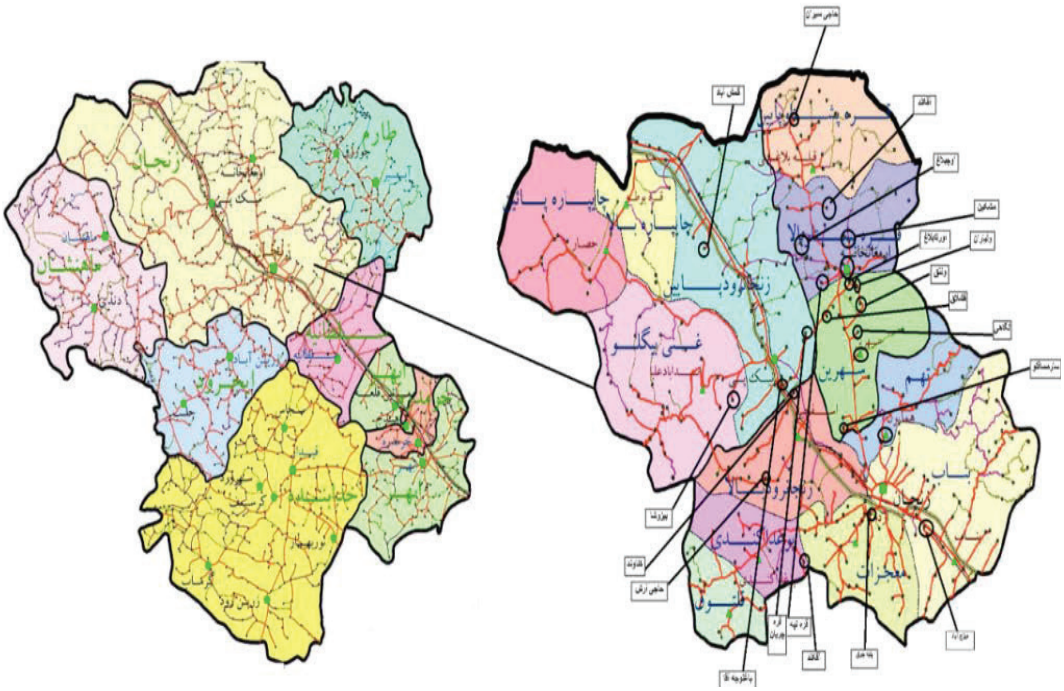
همچنیــن دیگر مشــارکت‌کنندگان عبارت بودند از: ۱۰ نفــر کارفرمای فرش، رئیــس ادارهٔ فرش ادارهٔ بازرگانی اســتان زنجــان، ۳ نفر از کارکنــان اتحادیهٔ فرش دستباف روستایی استان زنجان، ۲ نفر آموزشگر خصوصی و دولتی فرش در استان زنجان، ۱۵ نفر دلال خرید فرش در استان‌های زنجان و ۵ نفر در شهرهای قم و کاشــان، ۵ نفر فروشندهٔ فرش ابریشمی، ۱۵ نفر فروشــندهٔ مواد اولیهٔ فرش ابریشــمی در استان‌های زنجان، قم و کاشــان، ۲ نفر واردکننــدهٔ مواد اولیه و ٤ نفــر صادرکنندهٔ فرش در اســتان‌های زنجان، قم و کاشان هســتند. مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با افراد درون شهرســتان زنجان به صورت چهره به چهره و میان‌فــردی و با افراد خارج از شهرســتان به صورت تلفنی انجام شد.

مهم‌ترین موضوعات مورد توجه در پرســش‌ها و گردآوری شواهد عبارت بودند از شناخت منبع تأمین نقشه و شــبکهٔ ارتباطی تأمین آن. به بیان دیگر نه تنها منبع طراحی نقشــه مورد توجه قرار گرفته بود، بلکه حلقه‌های واســط و خطوط ارتباطی بین کنشــگران مختلــف نیز مورد تأکید قرار گرفتنــد. علاوه بر این، نوع طرح و نقشه، منبع تأمین و شبکهٔ ارتباطی آن‌ها بر حسب نوع نظام بهره‌برداری تولید فرش نیز مشخص

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

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 کامل‌تر منابع دسترسی، ماتریس ارتباط بین کنشگران مختلف تأمین نقشه بر حسب شیوهٔ 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 اولیهٔ 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 قالیبافی فعالیت کرده بودند. این بافندگان پس از بازگشت به روستای خود نوآوری مذکور را به دیگر هم‌روستاییان خود یا ساکنان روستاهای مجاور نشر دادند. تاریخچهٔ

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

بافت فرش ابریشم در شهرستان زنجان نشان می‌دهد که بافت فرش در ابتدا در منطقهٔ قره‌پشـــتلو آغاز شده اســـت 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 ایـــن مناطق در فصل کشـــت و کار به دلیل انجام کار کشاورزی و کارگری بافت فرش حدود شش ماه تعطیل می‌شـــد. ولی در روستاهای بخش قره‌پشتلو به دلیل کوهســـتانی بودن منطقه و درصد پایین اشـــتغال به کار کشـــاورزی، فرشـــبافی به عنوان شـــغل اصلی خانوارهای روستایی محسوب می‌شد. در روستاهای بخش قره‌پشتلو در فصل کشـــت و کار، مرد خانواده کمتر در بافت همکاری می‌کرد و مســـئولیت اصلی بر عهدهٔ زن خانواده بود. در بخش قره‌پشـــتلو اکثر مردان علاوه بر بافت فرش، به عنوان شـــغل اصلی آن‌ها، به کارگری در کشاورزی و ساختمان نیز اشتغال داشتند. اکثـــر بافندگان تحصیلات پایین و معمولاً در ســـطح ابتدایی داشـــتند. بافندگان جوان نیز بیشتر تحصیلات دیپلم و کمتر تحصیلات دانشگاهی داشتند.

فاصلهٔ روستا تا شهر زنجان در هر یک از روستاهای بررسی‌شـــده متفاوت بود، به طـــوری که نزدیک‌ترین روستاها (٤ روستا) در فاصلهٔ ۲۵-۱۱ کیلومتر از شهر زنجان واقع شده بودند، در حالی که دورترین آن‌ها در فاصلهٔ ۸۰-٦٦ کیلومتر قرار داشتند. بیشتر روستاها در فاصلهٔ ٦۵-٤۱ کیلومتری مشاهده می‌شدند.

جدول ۱ مسافت روستاهای مورد مطالعه تا شهر زنجان

فاصله (کیلومتر)	نام روستا
۲۵- ۱۱	دیزج‌آباد- همایون- سارمساقلو- پنبه‌جوق
٤۰- ۲٦	باغلوجه‌آقا- کناوند- سهرین- اورتابلاغ- لگاهی- وننق
٦۵- ٤۱	قره‌چریان- بزوشا- آقکند (مرکزی)- آقکند (قره پشتلو)- حاجی‌آرش- اوچ‌بلاغ- قره‌تپه- قشلاق- ولیاران- مشکین، ارمغانخانه
۸۰ - ٦٦	گمش‌آباد- حاجی‌سیران

(منبع: استانداری استان زنجان، ۱۳۹۴)

مشارکت‌کنندگان روســـتایی این پژوهش در سه بخش شهرستان زنجان شامل بخش مرکزی، قره‌پشتلو و زنجانرود ســـاکن بودند. در بخش قره‌پشـــتلو، ۱۳ روســـتای مورد مطالعه دارای ۲۷۹۲ خانوار بودند که طبق آمار اتحادیهٔ فرش دســـتباف روستایی استان، ٦۰ درصد خانوارها فرشباف بودند و ٤۰ درصد باقیمانده بـــه دلیل کهولت ســـن، بیماری و از ایـــن قبیل توان فرشـــبافی نداشـــتند. در بخش مرکزی، در ٦ روستای (با ۲۳۸۷ خانوار) مورد بررســـی، 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

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

بافت فرش‌های غیرابریشمی سوق یافته‌اند. در بخش زنجانرود، در ٤ روستای مورد مطالعه (با ٥٧٦ خانوار)، ۳۰ درصد خانوارها بافندهٔ فرش ابریشم بودند. در هر خانـــواده مرد یـــا زن به عنوان اســـتادکار و رفع‌کننده ایرادهای حین بافت و نظارت‌کنندهٔ بافت ایفای نقش می‌کرد. در همهٔ 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 بیشـــتر مواقع بر عهدهٔ زن خانواده، ولی مســـئولیت تأمین نهاده‌ها از شهر بر عهدهٔ مرد خانواده بود.

مراحل بـــه کارگیـــری نظریهٔ بنیانـــی در مورد شیوه‌های تولید فرش ابریشم و تأمین نقشه

بر اســـاس نظریهٔ بنیانی، تجزیه و تحلیل داده‌ها مطابق نمودار ۱ در چند مرحله به شرح زیر انجام گرفت:

در مرحلهٔ اول، سؤال پژوهش مطرح شد، این‌که در روستاهای شهرستان زنجان، منبع تأمین نقشه چیست و بافندگان روســـتایی در تأمیـــن آن با چه حلقه‌های واسطه‌ای روبه‌رو می‌شوند؟

در مرحلـــهٔ دوم بـــا توجه به موضـــوع پژوهش نمونه‌گیری مبتنی بر نظریه انجام شـــد، بدین صورت که کنشـــگران فعال در تأمین نقشهٔ فرش نمونه‌گیری شدند. به این منظور یک روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی به کار گرفته شد. در زمینهٔ تأمین نقشه، ابتدا از برخی فروشندگان نهاده‌های فرش ابریشم و فروش فرش در شـــهر زنجان (واقع در پاساژ شیرمحمدی) و کارکنان اتحادیهٔ فرش روستایی مصاحبه و اسناد آن‌ها بررسی شـــد. پس از آن روستاهای فرشباف ابریشم، بافندگان بیمه‌شـــده، برخی فروشـــندگان نهاده‌ها و کارفرمایان واسطهٔ فرش، آموزشـــگران فرش و رئیس ادارهٔ فرش ادارهٔ کل بازرگانی مشخص شدند. در این مرحله، دو روستای وننق و مشکین، که پرجمعیت‌ترین روستاها از نظر تعداد خانوارهای فرشباف معرفی شده بودند، به عنوان نمونه انتخاب شدند. در مراجعه به دو روستای وننق و مشـــکین مجدداً کنشـــگران جدیدتری برای بررســـی و به عنوان نمونه مشـــخص شدند که شامل برخی کارفرمایان واســـطهٔ فرش در شهرهای زنجان، قم، کاشان و تبریز، و فروشندگان نهاده‌ها در شهرهای زنجان، قم، کاشان و تبریز.

در مرحلـــهٔ ســـوم، با اســـتفاده از ســـؤالات باز طراحی‌شـــده توســـط تیم پژوهش، مصاحبه صورت گرفـــت، نمونهٔ مـــورد نظرمورد مصاحبـــهٔ انفرادی یا گروهـــی در گروه‌های متمرکز قـــرار گرفت و داده‌ها جمع‌آوری شد.

در مرحلهٔ 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	

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

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

نتایج	کدبندی	مفاهیم
در بافت به شیوهٔ خویش‌فرمایی نقشه‌های قدیمی به ما می‌دهند، و باعث می‌شود فرش‌هایمان به فروش نرسد.	بازارپسند نبودن در شیوهٔ خویش‌فرمایی	بافت فرش به شیوه‌های خویش‌فرمایی و کارفرمایی (مزدی و سهم‌بری)
ما چند سالی است که مزدی می‌بافیم. در خودتولیدی نمی‌توانیم بفروشیم.	بافت به شیوهٔ مزدی در روستا، مشکل فروش در خود تولیدی	
فرش 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)

مرحلهٔ ٤ الف، اســـتخراج یا ســـاخت مفاهیم: با استفاده از کدهای به دست آمده مفاهیم استخراج شد. به عنوان مثال با اســـتفاده از کدهای حاصل در جدول ۲ مفاهیم زیر حاصل شـــد: بافت فرش به شـــیوه‌های خویش‌فرمایی و کارفرمایی (مزدی و سهم‌بری)، بافت فرش به عنوان منبع درآمد روستاییان، رجشمار فرش به عنوان شـــاخص کیفیت فرش، سختی بافت فرش، بازارپســـندی فرش، وجود یا عدم وجود نقشـــه‌های مناسب و از این قبیل.

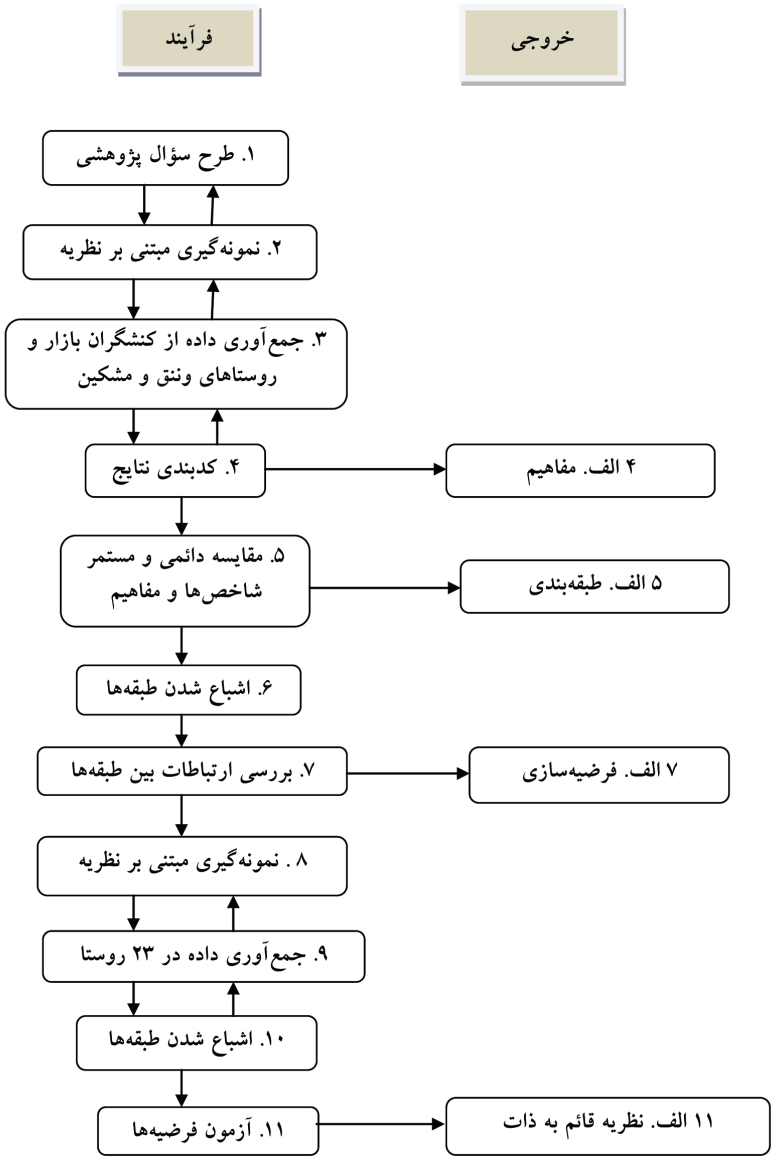
مرحلهٔ ۵: در طـــی انجام پژوهـــش، مراحل ۱ تا ٤ به صورت مســـتمر تکرار شـــد. ممکن بود بخشی از ســـؤالات فراموش شـــود یا در طی انجام پژوهش سؤالی مطرح شـــود، در این حالت به کنشگران بازار و روستاییان دوباره مراجعه می‌شد. در نهایت مفاهیم طبقه‌بندی شدند (مرحلهٔ ۵ الف)، برای مثال در بافت فرش شیوه‌های خویش‌فرمایی و کارفرمایی (مزدی و ســـهم‌بری) وجود دارد. در دو روستای مورد مطالعه شـــیوهٔ غالب بافـــت فرش مزدی اســـت و فرش تنها منبع درآمد روســـتاییان به شـــمار مـــی‌رود. در روش مزدی رجشمار فرش بالاســـت که باعث می‌شود که بافت فرش سخت شـــود، ولی فرش‌های تولیدی در این شیوه بازارپســـندتر هستند. در حالی که در روش خویش‌فرمایی، نبود نقشه‌های مناسب سبب مشکلاتی در فروش و بازاریابی شده است. شیوهٔ تأمین نقشه با توجه به روش تولید کارفرمایی به دو شیوهٔ مستقیم و غیرمســـتقیم تقسیم‌بندی شد. همچنین واسطه‌ها به دو دستهٔ واسطهٔ محلی و شهری تقسیم‌بندی شدند.

بعد از آن‌که تقســـیم‌بندی مفاهیم کامل شـــد (مرحلهٔ ٦ اشباع شدن طبقه‌ها)، ارتباطات بین طبقه‌ها مشخص شد (مرحلهٔ ۷ بررسی ارتباطات بین طبقه‌ها). به عنوان مثال بافندهٔ روســـتایی به دلال محلی بیشتر از سایر واسطه‌ها رجوع می‌کرد. پس از بررسی ارتباطات بین طبقه‌ها، فرضیه‌سازی انجام شد (مرحلهٔ ۷ الف). به عنوان مثال، این نتیجه به دست آمد که چون فرشبافی تنها منبع درآمد روستاییان در جامعهٔ مورد مطالعه بود، و فروش آن نقش مهمی در معیشت آنها داشت، بافت به شیوهٔ مزدی در این جامعه غالب بود.

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

بررسی‌شده در ۲۱ روستای دیگر سؤال پژوهش مطرح شد (مرحلهٔ ۹ جمع‌آوری داده‌ها). در این مرحله، پس از جمع‌آوری داده‌ها و کدبندی و ساخت مفاهیم و طبقه‌بندی آن‌ها، پژوهشگران علاوه بر شناخت شیوهٔ مزدی و نحوهٔ 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.

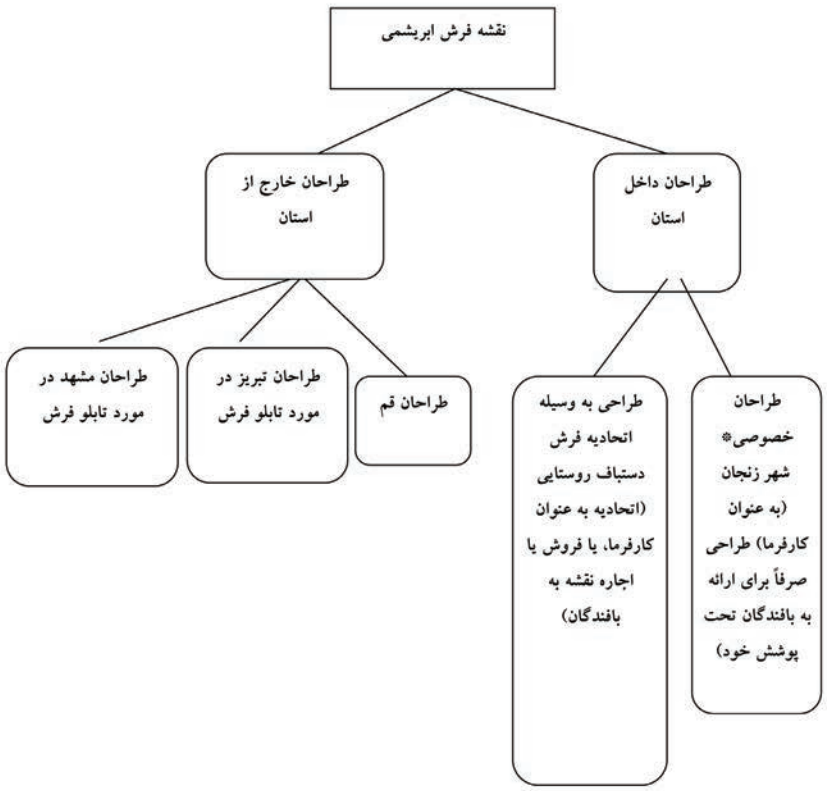


نمودار۱. فرایند و خروجی پژوهش بر اساس نظریهٔ بنیانی (منبع: نگارندگان)

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

پس از اشباع مطالب مورد نیاز (مرحلهٔ ۱۰، اشباع شدن طبقه‌ها)، طبقه‌بندی‌ها و فرضیه‌سازی انجام شد (مرحلـــهٔ ۱۱، آزمون فرضیه‌ها) که به عنوان مثال یکی از فرضیـــات حاصل در این مرحله این بود که نقشـــهٔ 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 فـــرش بافت. در این حالت فرضیهٔ قبلی مبنی بر این‌که تنها شیوهٔ بافت در روستاها مزدی است، رد شد. ولی حضور قوی واسطه‌ها و بازارپسندی نقشه‌ها در شیوهٔ مزدی و ســـهم‌بری (کارفرمایی)، در مقایسه بـــا روش خویش‌فرمایی تأیید شـــد (مرحلهٔ ۱۱ الف، نظریهٔ قائم بـــه ذات). منظور از این نظریه، ارتباط بین مفاهیم و دیدگاه‌هایی است که از نتایج به دست آمده است و مراحل اولیهٔ خود را طی می‌کند. این نظریه در صورتی که در مناطق دیگر نیز بررســـی و تأیید شود ممکن اســـت به عنوان یک نظریهٔ رسمی مطرح شود. در بخش بعد نتایج ارائه‌شـــده و به طور مبسوط نظریهٔ اولیه یا قائم به ذات مربوط به طراحی و تأمین نقشـــهٔ فرش ابریشـــم برای بافندگان روستایی آمده است. در زیر نتایج مربـــوط به نظریه اولیه (نظریه قائم به ذات) در زمینه طراحی و تأمین نقشـــه فرش ابریشـــم برای بافندگان روستایی به طور مبسوط ارائه گردیده است.



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

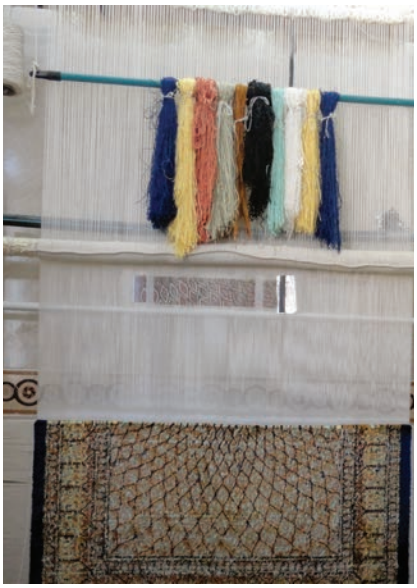
نمودار ۲. شیوه‌های تأمین نقشهٔ فرش دستباف ابریشمی در استان زنجان (منبع: نگارندگان)

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]



الف



ب

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

طراحی و تأمین نقشه بر اساس شیوهٔ 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 نقشهٔ 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 نقشهٔ 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 اندازهٔ بزرگ‌تر بود. علاوه بر این، نقشه‌های طراحی‌شده توسط طراحان تبریز و مشهد مختص تابلو فرش بود که این نقشه‌ها همراه نخ مورد نیاز و بقیهٔ لوازم بافت به صورت پکیج کامل از تبریز و مشهد به استان زنجان آورده می‌شد. به گفتهٔ کنشگران بازار این صنعت، وابستگی استان در خرید پکیج کامل تابلوفرش‌ها به خارج از استان به تنوع رنگی بسیار تابلو فرش 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 شیوهٔ 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 گفتهٔ 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

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

سلیقهٔ 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 عقیدهٔ کارفرمایان فرش، استان زنجان در زمینهٔ فرش ابریشمی هیچ طرح و نقشه‌ای مختص به خود ندارد و کلیهٔ نقشه‌های فرش ابریشمی مختص استان قم هستند و طراحان این استان فقط رنگ و اندازهٔ نقشه را تغییر می‌دهند. برای مثال نقشهٔ 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 هزینهٔ بالای تهیه نهاده‌ها و رجشمار بالا این مورد رایج نیست.

ب) تأمین نقشه

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

۱) تأمین نقشه در شیوهٔ تولید خویش‌فرمایی

الف) مستقیم (بدون واسطهٔ محلی و شهری)

ب) غیرمستقیم

در حالت مستقیم، بافنده خود به طراح در داخل استان یا خارج از استان، بسته به نوع نقشه و اندازهٔ فرش، مراجعه می‌کرد و نقشهٔ مورد نظر خود را سفارش می‌داد. به عقیدهٔ کنشگران بازار این شیوهٔ تأمین، به دلیل هزینهٔ زیاد نقشه و توانایی مالی و اطلاعاتی پایین خانوارهای روستایی بافنده، بسیار کم اتفاق می‌افتاد. به عقیدهٔ طراح اتحادیهٔ فرش روستایی، در این حالت کلیهٔ مراجعات به طراح صرفاً توسط افراد تحت پوشش بیمهٔ فرش صورت می‌گرفت. در مراجعات مستقیم بدون هیچ گونه واسطه، خانوارهای بافندهٔ روستایی سفارش نقشهٔ 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، شیوهٔ 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، اتحادیهٔ 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 تهیهٔ مواد اولیه در شهر زنجان نقشه را از طراحان داخل یا خارج از استان تهیه می‌کردند. در حالت دیگر (دو حلقهٔ واسط شامل واسطهٔ محلی یا واسطه‌های محلی و شهری)، بافنده نقشه را از یک واسطهٔ محلی (شامل دلال محلی، اقوام ساکن در روستا و هم‌روستایی‌ها یا اقوام و آشنایان ساکن در شهر) خریداری یا اجاره می‌کرد. در این حالت، واسطهٔ 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 شیوهٔ 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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

دورافتاده مانند روستای آقکند در بخش قره‌پشتلو (با فاصلـــهٔ ۵۸/۸ کیلومتر از شـــهر زنجـــان)، کارفرمایان واسطه کمتر تمایل به سرمایه‌گذاری داشتند و بافندگان کمتر به شیوهٔ مزدی فرش می‌بافتند، به عقیدهٔ بافندگان، «کارفرمایان به این روســـتاها فرش نمی‌دهند و آن‌ها مجبورند که یا به شـــیوهٔ ســـهم‌بری یا در بیشتر موارد به شـــیوهٔ خویش‌فرمایی فعالیت کنند». نکتهٔ قابل ذکر در شـــیوهٔ غیرمستقیم در زمینهٔ تأمین نهاده–های تولید این اســـت که معمولاً بافندگان مجبور بودند که کلیهٔ نهاده‌های تولید از جمله نقشـــه، نـــخ و از این قبیل را صرفاً از یک فروشـــنده مشـــخص تأمین کنند. به این دلیل که کلیهٔ نهاده‌های مورد نیاز در بافت یک نقشـــهٔ خاص، به خصوص نخ و نقشـــه، همگی توسط یک فروشنده یا واسطه از شهرهای دیگر وارد شهر زنجان می‌شـــد، بنابراین بافندگان به این واسطهٔ شهری برای تأمین نقشه وابستگی پیدا می‌کردند.

جدول ۳. ماتریس میزان ارتباط افراد فعال در تأمین نقشهٔ فرش ابریشمی در شیوهٔ تولید خویش‌فرمایی

تأمین‌کننده / دریافت‌کننده	۱	۲	۳	٤	٥	٦	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱٤	۱٥
۱- بافندهٔ روستایی	–	۹	۷	۸	٤	٦	٥	۳	۰	۰	۲	۱	۰	۰	۰
۲- دلال محلی	۰	–	۰	۰	٦	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	٤	٥	۳	۲	۱
۳- اقوام و هم‌روستایی‌ها	۰	۰	–	۰	۱	۳	۲	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
٤- اقوام و دوستان در شهر	۰	۰	۰	–	٤	۹	۸	۷	٦	٥	۰	۰	۳	۲	۱
٥- اتحادیهٔ روستایی فرش دستباف	۰	۰	۰	۰	–	۰	۰	۳	۲	۱	۷	۰	٥	٦	٤
٦- مرکز خرید و فروش فرش ابریشمی	۰	۰	۰	۰	۰	–	۰	۰	۰	۰	۱	۲	٥	٤	۳
۷- مراکز خرید و فروش نهاده‌ها در شهر زنجان	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۲	۱
۸- مراکز خرید و فروش نهاده‌ها و فرش ابریشمی در شهر قم	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–	۰	۰	۰	۰	۱	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	۱	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	۱
۱۱- طراح اتحادیه	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–	۰	۳	۲	۱
۱۲- طراحان خصوصی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–	۳	۲	۱
۱۳- طراحان قم	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–	۰	۰
۱٤- طراحان تبریز	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–	۰
۱٥- طراحان مشهد	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–

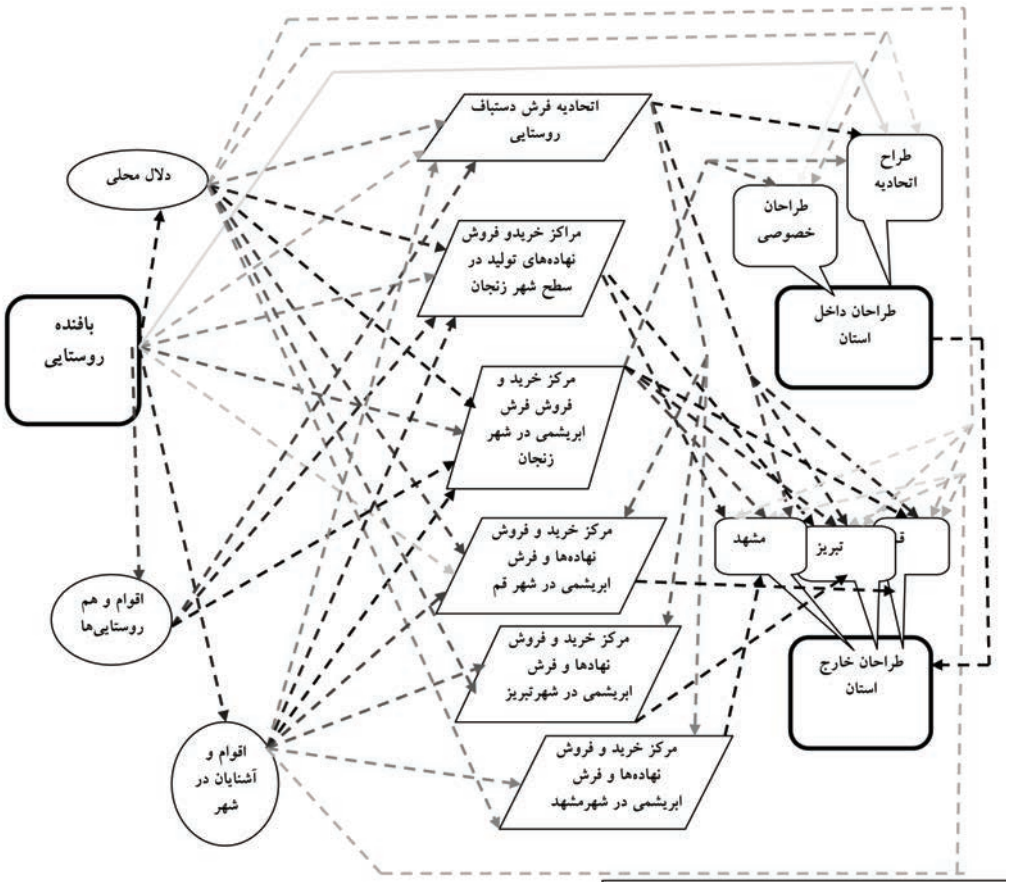
*اعداد داخل خانه‌های جدول نشان‌دهندهٔ میزان اهمیت ارتباط بین دو کنشگر است. شدت ارتباط بین هر کنشگر در هر ردیف از جدول متفاوت است (صفر = عدم ارتباط). به عنوان مثال در ردیف یک، عدد ۸ نشان‌دهنده قوی‌ترین ارتباط است و در ردیف ۲، عدد ۱۱.

** در ماتریس بالا ردیف نشان‌دهندهٔ دریافت‌کننده است.

(منبع: نگارندگان)

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]



نمودار ۳. شیوه‌های تأمین نقشهٔ فرش دستباف ابریشمی در تولید فرش به شیوهٔ خویش‌فرمایی، منبع: نگارندگان

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

جدول ۴. نقل‌قول‌های بافندگان روستایی در مورد طرح و نقشهٔ فرش ابریشمی

بافندگان- روستا	نقل‌قول‌ها
بافندهٔ ۱: روستای اوچبلاغ	نقشهٔ خوب را به ما نمی‌دهند، چون فرشبافی تنها منبع درآمدی ماست، مجبور می‌شویم برای اطمینان از فروش فرشمان به روش مزدی ببافیم.
بافندهٔ ۲: روستای حاجی سیران	در بافت به شیوهٔ خویش‌فرمایی، به دلیل نداشتن دانش در مورد نقشهٔ بازارپسند و در مواقعی به دلیل نداشتن توان مالی، فروشندگان نهاده‌ها نقشه‌های قدیمی به ما می‌دهند.
بافندهٔ ۳: شهر ارمغانخانه	برای تهیهٔ نقشهٔ بازارپسند باید به قم برویم و از آن‌جا تهیه کنیم ولی ما توان مالی نداریم.
بافندهٔ ٤: روستای آقکند	در روش مزدی کارفرمایان نقشه‌های بازارپسند برای بافت می‌دهند.
بافندهٔ ٥: شهر ارمغانخانه	در روش مزدی نقشه‌ها با رجشمار بالاست و بافت آن بسیار سخت است.
بافندهٔ ٦: روستای کناوند	در روش سهم‌بری معمولاً نقشه‌های قدیمی و آسان‌تری به بافندگان داده می‌شود.
بافندهٔ ۷: روستای قره‌تپه	در شیوهٔ خویش‌فرمایی، تأمین نقشه‌ها مانند سایر نهاده‌ها در بیشتر مواقع توسط دلال انجام می‌شود. دلال یک نقشهٔ خاص را به چند نفر در روستا کرایه می‌دهد. ما بعد از بافت یک نقشه زمان زیادی را صرف پیدا کردن نقشهٔ 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.
بافندهٔ ۸: روستای قشلاق	هیچ یک از کارفرمایان اسم نقشه‌ها را به ما نمی‌گویند.
بافندهٔ ۹: روستای ولیاران	فرش‌هایی که ما برای قم می‌بافیم در حاشیهٔ فرش اسم کارفرما هم بافته می‌شود.
بافندهٔ ۱۰: روستای مشکین	اگر دولت حمایت کند از ما و هزینهٔ 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.
بافندهٔ ۱۱: روستای وننق	ما سخت‌ترین نقشه‌ها را می‌بافیم، تنوع رنگی پایین است ولی رجشمار فرش‌ها بسیار بالاست که باعث شده چشم اکثر بافنده‌ها ضعیف شود.
بافندهٔ ۱۲: روستای لگاهی	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.

(منبع: نگارندگان)

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

۲) تأمین نقشه در شیوهٔ تولید کارفرمایی: در شیوهٔ کارفرمایی، بافندهٔ فرش در ازای دریافت مزد (شیوهٔ مزدی) یا سهمی از فروش فرش (شیوهٔ 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 منطقهٔ 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 ٤) اتحادیهٔ فرش روستایی به عنوان کارفرما.

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

در شیوهٔ 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 نقشهٔ 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 واسطهٔ 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 واسطهٔ 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 واسطهٔ ساکن در شهر زنجان به دست بافنده رسانده می‌شد.

نکتهٔ قابل ذکر در تولید به شیوهٔ کارفرمایی این بود که کارفرما کلیهٔ 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 قردادی 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 گفتهٔ بافندگان، که در جدول ٤ 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 نقشهٔ فرش را پرسیدم، گفت اسمش گل است و اسم واقعی آن را نگفت.»

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

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

تأمین‌کننده / دریافت‌کننده	۱	۲	۳	٤	٥	٦	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱٤	۱٥	۱٦
۱- بافندهٔ روستایی	–	٥	۳	٤	۷	۲	۸	۱	٦	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۲- دلال محلی	۰	–	۰	۰	۰	۲	٦	۱	٥	٤	۳	۰	۰	۰	۰	۰
۳- اقوام و هم‌روستایی‌ها	۰	۰	–	۰	۰	۳	٦	۲	٥	٤	۱	۰	۰	۰	۰	۰
٤- اقوام و دوستان در شهر	۰	۰	۰	–	۰	۲	٦	۳	٥	٤	۱	۰	۰	۰	۰	۰
٥- دلال شهری	۰	۰	۰	۰	–	۰	۰	۰	۳	۲	۱	۰	۰	۰	۰	۰
٦- اتحادیه به عنوان کارفرما	۰	۰	۰	۰	۰	–	۰	۰	۰	۰	۰	۳	۰	٤	۲	۱
۷- کارفرمای غیرطراح در شهر زنجان	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–	۰	۰	۰	۰	۰	۱	٤	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 شهرمشهد	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	۳	۲	۱
۱۳- طراحان خصوصی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–	۳	۲	۱
۱٤- طراحان قم	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–	۰	۰
۱٥- طراحان تبریز	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–	۰
۱٦- طراحان مشهد	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	–

*اعداد داخل خانه‌های جدول نشـــان‌دهندهٔ میزان اهمیت ارتباط بین دو کنشـــگر است. شـــدت ارتباط بین هر کنشگر در هر ردیف از جدول متفاوت است (صفر = عدم ارتباط). به عنوان مثال در ردیف یک عدد ۸ نشان‌دهندهٔ قوی‌ترین ارتباط است و در ردیف ۲، عدد ۶.

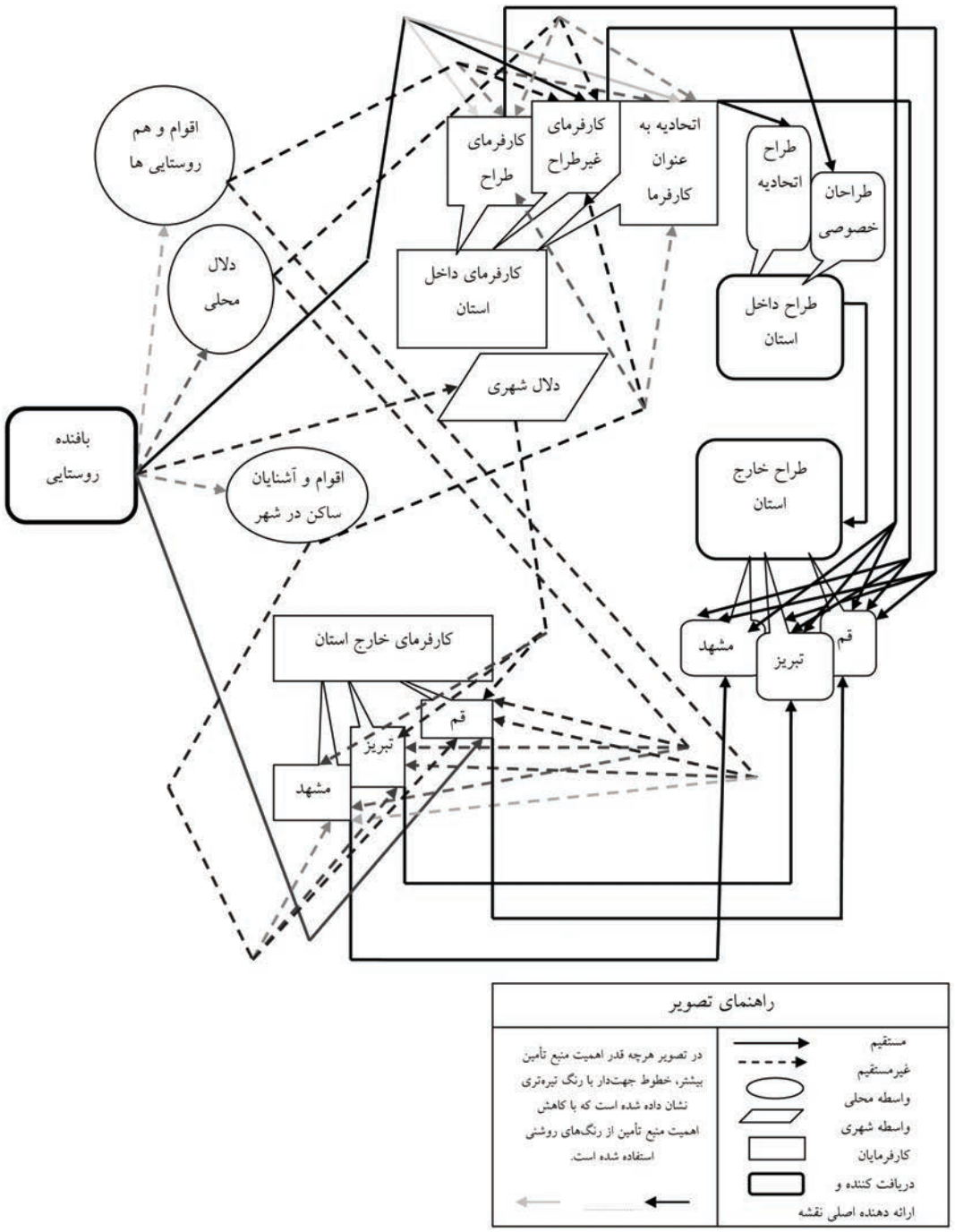
** در ماتریس بالا، ردیف نشان‌دهنده دریافت‌کننده است.

(منبع: نگارندگان)

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]

[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]



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

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

نتیجه‌گیری

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 زمینهٔ تأمین نقشه، ارتباط مستقیم بین طراح و بافنده بدون حلقهٔ واسط است. ولی با بررسی شیوه‌های تأمین نقشهٔ فرش دستباف ابریشمی در شهرستان زنجان می‌توان به این نتیجه رسید که بافندگان در روستاهای شهرستان زنجان به دو شیوهٔ تولیدی خویش‌فرمایی و کارفرمایی فعالیت می‌کنند. این یافته دو نوع شیوهٔ تولیدی کارفرمایی و خویش‌فرمایی گزارش‌شده از سوی لطیفی، سعدی، شعبانعلی فمی و مشرف (۱۳۹۲) را تأیید می‌کند، ولی برخلاف آن مطالعه، نظام تولید به شیوهٔ مشارکتی (تعاونی) در شهرستان زنجان مشاهده نمی‌شود.

در تأمین نقشه به شیوهٔ خویش‌فرمایی، بافندگان روستایی بیشتر به صورت غیرمستقیم به تأمین نقشهٔ مورد نیاز می‌پردازند. بدین صورت که بافندگان به یکی از واسطه‌های محلی مراجعه می‌کنند. واسطه‌های محلی در تأمین نقشه در این شیوهٔ 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 شیوهٔ خویش‌فرمایی، بافندگان روستایی برای دسترسی به نقشه با دو حلقهٔ واسط مواجه هستند؛ واسطهٔ محلی و واسطهٔ 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 شیوهٔ تولید خویش‌فرمایی بیشترین مراجعهٔ بافندگان به طراحان داخل استان است. بنا به نظر بافندگان روستایی علت عدم مراجعهٔ آن‌ها در شیوهٔ خویش‌فرمایی 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 قدیمی‌تری تهیه می‌کنند، در نتیجه فرش بافته‌شده با این نقشه نیز بازار مناسبی ندارد. نکتهٔ قابل ذکر در این روش، وجود نقشه‌های قدیمی با رجشمار پایین است. بنابراین در تهیهٔ 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 توسعهٔ 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 توسعهٔ مصرف فرش دستباف می‌شود.

در تأمین نقشه به شیوهٔ کارفرمایی، بیشترین مراجعهٔ بافندگان متعلق به مراجعهٔ مستقیم به کارفرمایان غیرطراح است. نکتهٔ قابل ذکر در این زمینه نقش اتحادیه در تأمین نقشه در این شیوهٔ تولیدی است. اتحادیه نه‌تنها نقشهٔ 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 شیوهٔ کارفرمایی نسبت به شیوهٔ خویش‌فرمایی نقشه‌های به‌روزتر با رجشمار بالاتر به کار گرفته می‌شود و فرش‌های بافته‌شده بازارپسندی بیشتری دارند. این یافته با نتایج پژوهش کرمی‌دهکردی (۱۳۹۳) مبنی بر این‌که در شیوهٔ کارفرمایی دلال به‌روزترین نقشه‌ها را در اختیار بافنده قرار می‌دهد، در حالی که در شیوهٔ خویش‌فرمایی نقشه‌هایی که بازارپسندی کمتری دارند در اختیار بافنده قرار می‌گیرد، همخوانی دارد. بنابراین بافندگان در فروش و

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

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

عرضهٔ فرش دچار مشکل می‌شوند، چرا که اولاً نقشهٔ مورد استفاده بازارپسندی کمتری دارد، ثانیاً بافندگان معمولاً از قدرت چانه‌زنی بالایی برخوردار نیستند.

طبق نتایج تأمین نقشه به شیوهٔ کارفرمایی به چند دلیل از اهمیت بالایی برخوردار است: ۱) عدم توان مالی بافندگان روستایی در تأمین نقشهٔ بازارپسند، ۲) قطعی بودن فروش فرش‌های بافته‌شده با نقشه‌های تأمین‌شده به شیوهٔ کارفرمایی.

در هر یک از روش‌های تأمین ذکرشده، وجود حلقه‌های واسط باعث کاهش سود حاصله از بافت به دست بافندهٔ اصلی می‌شود. بافندهٔ 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 زمینهٔ تأمین نقشه خواهد شد. ولی همان‌طور که در هر دو شیوهٔ 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 مطالعهٔ 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.

فهرست منابع

– پورمند، حسنعلی، مهدوی‌نژاد، محمدجواد و ایمانی، الهه (۱۳۸۹). «نقش طرح‌های جدید در توسعه و گسترش فرش دستباف». فصلنامهٔ 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)۱، ۱۷۰-۱۵۵.

– تاجیک اسماعیلی، سمیه، صنیعی، ماندانا و اسدی رازی، محمدصادق (۱۳۹۱). «شناسایی ابزارهای مؤثر تبلیغات فرش دستباف ایران از نگاه خریداران داخلی». *مطالعات رسانه‌ای*، (۲۱)۸، ۵۷-۶۷.

– دریایی، نازیلا (۱۳۸۵). «زیبایی در فرش دستباف ایران». *گلجام*، ش ٤ و ٥. ٣٦-٢٥.

– 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.

– قزاآنی‌قمصری، ایمان، قدرتی، حسن و رضایی، حسین (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر صادرات فرش دستباف در قالب ماتریس سوات (SWOT): مطالعهٔ موردی تعاونی‌های فرش در استان اصفهان». *تعاون*، (۲)۲۱، ٦١-٤٩.

– کرمی دهکردی، 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 تهیهٔ نقشهٔ فرش در تبریز». *جلوهٔ هنر*، ش ۱۰. ٨٦-٧٧.

– لطیفی، سمیه و سعدی، حشمت‌الله (۱۳۹۰). «آسیب‌شناسی تعاونی‌های فرش دستباف روستایی (مطالعهٔ موردی شهرستان همدان)». *گلجام* (فصلنامهٔ 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)١٤، ۱۳۹-۱۱۷.

– نجفی، بهاءالدین و فرجزاده، زکریا (۱۳۸۹). «نقش تعاونی‌های روستایی در بازاریابی محصولات کشاورزی: مطالعهٔ موردی استان

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]

فارس». *تعاون*، (۱) ۲۱، 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 زنجیرهٔ 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.

[Downloaded from goljaam.icsa.ir on 2026-11-02]
[DOR: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.6.3]