



## **Analyzing Silk Hand Woven Carpet Production Methods in the Rural Communities of the Zanjan County**

**Elham Ahmadifard<sup>1</sup> – Esmacil Karamidehkordi\*<sup>2</sup>**

*1- MSc. in Rural Development, University of Zanjan, Zanjan, Iran.*

*2- Associate Prof. in Agricultural Extension & Rural Development, University of Zanjan, Zanjan, Iran.*

*Received: 6 January 2017*

*Accepted: 21 June 2017*

### **Extended abstract**

#### **1. INTRODUCTION**

**H**andmade carpet has an important contribution to Iran's export, employment, art and rural households' livelihoods producing it, but it faces the challenges of quality and efficiency improvement in different production methods. The handmade carpet industry provides considerable job opportunities for rural households involving in carpet weaving and other relevant activities in this industry value chain. An effective carpet production value chain for supplying carpet to local and international markets depends on increased quality and efficiency of handmade carpet production, which is influenced by many factors including production methods, inputs, and functional and structural factors in handmade carpet production. The production method or system can affect the amount of production, productivity, input access and quality, the allocation of resources, production competitiveness in markets, production quality and marketing margin, which have socio-economic impacts on rural communities.

#### **2. THEORETICAL FRAMEWORK**

Literature shows three different handmade carpet production systems or methods in Iran, namely, self-production system, entrepreneurial based production system, and participatory or cooperative based production system. A self-

production system includes a small-scale individual or family based production enterprise, which is managed by a rural or an urban carpet weaver. An entrepreneurial based production system is managed by a public or a private entrepreneur, who provides inputs to carpet weavers or contract producers, and collects produced carpets to sell in the markets. In a participatory or cooperative based production system, a number of carpet weavers make decision collectively and work together in different production stages, including providing required inputs, producing handmade carpets, and supplying carpets to markets. This study was conducted to investigate silk hand woven carpet production methods in rural areas of Zanjan province. It also seeks to explain the differences of these methods in terms of input access, production relations, and marketing.

#### **3. METHODOLOGY**

The study is recognized as an exploratory and explanatory qualitative research, which utilizes a mixed methodology of case study and survey. The data were collected using both qualitative and quantitative techniques. In addition to participatory and direct observations, focus groups and semi-structured interviews were organized with 90 rural households and carpet market actors (i.e., qualitative data). Moreover, in the survey, quantitative data were collected using structured interviews with 265 rural households in 23 rural communities, which were randomly selected from silk carpet weaving households in the rural

\*. Corresponding Author: [e.karamidehkordi@gmail.com](mailto:e.karamidehkordi@gmail.com)

Tel: +98912 643 7139

communities of Zanjan County in Zanjan province, Iran. The qualitative perspective of the research employed the Grounded Theory technique to explore concepts, make categories and hypotheses and explain relations between phenomena as a theory. The initial research was conducted in two villages as an exploratory study, which led to coding, making concepts and categories, identifying relations between categories and defining hypotheses. Then, a theory based sampling technique was utilized and the second stage of data collection was governed in 23 villages. Based on the theoretical saturation principle, the results led to the saturation of categories, testing the emerging hypotheses and finally the specification of substantive theory. The quantitative data were also analyzed using the SPSS Software utilizing descriptive analyses.

#### 4. DISCUSSION

The rural carpet weavers produced their silk carpets through two methods in 23 rural communities, namely, the entrepreneurial based production and the self-production methods. No collective or participatory production method was identified in the study. Most carpet weavers were rural women, though men contributed to input access and marketing. In the entrepreneurial based production method, the rural weavers produced carpets through either receiving wage for carpet weaving (i.e., wage-based production) or sharing the costs and benefits earned between the entrepreneur and the carpet weaver (i.e., sharing production). On the other hand, in the self-production method, the rural households provided their own required inputs and their products through getting access to urban markets inside or outside the province. The quality of carpet key inputs, such as silk, map and design in the

entrepreneurial based production was higher than in the self-production method and the produced carpets had higher market demand and prices, but the less value added amount was given to the carpet weavers. The high benefit of the entrepreneur in the entrepreneurial wage-based production was due to high assets and access to information, financial resources and inputs. They had access to wide communication and network channels to know market and input qualities; moreover, they had sufficient financial resources to purchase high quality inputs, suitable for producing silk carpets with national and international customer and market demand, and to invest more on carpet production.

#### 5- CONCLUSION

The hypothesis of superiority of the entrepreneurial wage-based production over other production methods is not confirmed, because if self-producing rural carpet weavers get and have access to required information, finance and inputs, and have influence in market network through their community based organizations, they can reduce the market margin and enhance their value added amount in handmade silk carpet value chain.

**Key words:** Handmade carpet, production method, rural community, entrepreneurial production, self-production, Zanjan County.

**Acknowledgments:** The current paper is extracted from the master thesis of the first author in the Department of Agricultural Extension & Rural Development, Faculty of Agricultural Engineering, University of Zanjan, Zanjan, Iran.

**Conflict of Interest:** The authors have no conflict of interest to declare.

#### How to cite this article:

Ahmadifard, E. & Karamidehkordi, E. (2018). Analyzing silk hand woven carpet production methods in the rural communities of the Zanjan County. *Journal of Research & Rural Planning*, 6(4), 145-164.

<http://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.61638>



## تحلیل روش‌های تولید فرش دست‌باف ابریشمی در روستاهای شهرستان زنجان

الهام احمدی فرد<sup>۱</sup>- اسماعیل کرمی دهکردی<sup>۲\*</sup>

۱- کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

۲- دانشیار ترویج و توسعه روستایی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

تاریخ پذیرش: ۳۱ خرداد ۱۳۹۶

تاریخ دریافت: ۱۶ دی ۱۳۹۵

### چکیده

**هدف:** فرش دست‌باف نقش مهمی در صادرات غیرنفتی، اشتغال و معیشت خانوارهای بافنده، به‌ویژه خانوارهای روستایی کشور دارد؛ ولی با چالش بهبود کیفیت و کارایی در روش‌های مختلف تولید روبه‌رو است. این پژوهش با هدف بررسی روش‌های تولید فرش دست‌باف ابریشمی در مناطق روستایی به عنوان یکی از عوامل مهم تأثیرگذار در کیفیت فرش تولیدی، از یک روش‌شناسی ترکیبی مطالعه موردی و پیمایشی استفاده کرده است.

**روش:** داده‌های کیفی با استفاده از فنون گروه‌های متمرکز و مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند با ۹۰ نفر خانوار روستایی و کنش‌گران بازار فرش و داده‌های پیمایش از طریق مصاحبه ساختارمند با یک نمونه ۲۶۵ خانوار بافنده که به تصادف از جوامع روستایی بافنده فرش شهرستان زنجان انتخاب شدند، گردآوری شدند.

**یافته‌ها:** نتایج نشان داد که بافندگان روستایی از طریق شیوه‌های کارفرمایی مزدی، کارفرمایی سهم‌بری و خویش‌فرمایی فرش تولید می‌کردند. در شیوه‌های کارفرمایی نسبت به شیوه خویش‌فرمایی، کیفیت نهاده‌های کلیدی تولید از جمله نخ، نقشه و رج‌شمار فرش بالاتر بود و فرش‌های تولیدشده بازارپسندی بیشتر و قیمت بالاتری داشتند؛ ولی ارزش‌افزوده کمتری به بافنده فرش تعلق می‌گرفت. سود بالا در روش کارفرمایی مزدی به دلیل برخورداری کارفرما از منابع بالای اطلاعاتی، مالی و نهاده‌ای است. آن‌ها از کانال‌های وسیع ارتباطی برای شناخت بازار و کیفیت نهاده‌ها برخوردار بوده، همچنین، از منابع مالی کافی برای خرید نهاده‌های با کیفیت و مرغوب و سرمایه‌گذاری بیشتر در تولید فرش برخوردار هستند.

**محدودیت‌ها/راهبردها:** فرضیه برتری شیوه کارفرمایی مزدی نسبت به دیگر شیوه‌ها را نمی‌توان تأیید کرد؛ به طوری که بافندگان روستایی خویش‌فرما نیز در صورت برخورداری از منابع اطلاعاتی، مالی و نهاده‌ای کافی، همچنین، تأثیرگذاری بر شبکه بازار از طریق تشکل‌های خود، می‌توانند حاشیه بازار را کاهش دهند و ارزش‌افزوده بیشتری را در زنجیره ارزش فرش ابریشم به دست آورند.

**کلیدواژه‌ها:** فرش دست‌باف، روش تولید، جامعه روستا، شیوه کارفرمایی، شیوه خویش‌فرمایی، شهرستان زنجان.

ارجاع: احمدی فرد، ا. و کرمی دهکردی، ا. (۱۳۹۶). تحلیل روش‌های تولید فرش دست‌باف ابریشمی در روستاهای شهرستان زنجان. *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۶(۴)، ۱۴۵-۱۶۴.

<http://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.61638>

## ۱. مقدمه

### ۱.۱. طرح مسأله

صنایع دستی به عنوان مهم‌ترین بخش از هویت تاریخی ایران و دلیلی برای رشد و توسعه اقتصادی در دنیای مدرن، خصوصیات قبیله‌ای و بومی یک سرزمین را نشان می‌دهد. در بیشتر شهرستان‌ها و مناطق روستایی ایران صنایع دستی تولید می‌شود و فرش دست‌باف یکی از مهم‌ترین این صنایع بوده که بیشترین نرخ صادرات را دارد. این صنعت در استان زنجان نیز از زمان‌های دور رواج داشته است. زنجان یکی از مناطق عمده فرش‌بافی بوده که بر سر راه کاروان‌ها و مهاجرت‌های قومی و قبیله‌ای قرار داشته است. از این رو، از نظر نقوش و نقش‌مایه‌ها و همچنین، نوع بافت از مناطق دیگر تأثیرات زیادی گرفته و به جاهای دیگر نیز منتقل کرده است. برآورد سازمان بازرگانی استان زنجان (۱۳۹۰) آن است که بیش از ۷۰،۰۰۰ نفر در مشاغل جانبی و اصلی فرش استان اشتغال دارند که از این میان، ۶۶،۰۰۰ نفر به طور مستقیم به قالی‌بافی مشغول هستند. مقایسه این آمار با آمار سازمان جهاد کشاورزی در سال ۱۳۷۴ (۱۱۰،۰۰۰ قالی‌باف) نشان می‌دهد که تعداد قالی‌بافان استان کاهش یافته‌اند. فرش دست‌باف دارای جایگاه ویژه‌ای می‌باشد؛ به این دلیل که فرش دست‌باف ایرانی محصولی با جنبه‌های مختلف فنی، هنری، اجتماعی، اقتصادی، سلامتی و زیست‌محیطی گسترده‌ای است (چاوش‌باشی، ۱۳۹۲). همچنین، فرش دست‌باف نقش مهمی در اقتصاد کشور، به‌ویژه در صادرات غیرنفتی و کسب ارز خارجی برای کشور دارد، هرچند در سال‌های اخیر در بازار جهانی رتبه ایران به دلایل مختلفی نزول یافته است و تجارت جهانی آن نوسانات زیادی داشته است. اگرچه در طول این سال‌ها، صادرات فرش ایران همچنان بیشترین سهم صادرات فرش دنیا را به خود اختصاص داده است (در حدود ۳۰ درصد صادرات فرش دنیا)، در یک دوره زمانی بلندمدت تجارت فرش دست‌باف در کل کاهش یافته است. هندوستان یک رقابت پایاپایی با ایران داشته و در حدود ۲۰ درصد از تجارت فرش جهانی را به خود اختصاص داده است. کشور چین نیز در دو دهه اخیر به عنوان سومین کشور در تجارت جهانی فرش (با نرخ ۱۷ درصد) نقش داشته است (فرهیخته، ۲۰۱۳).

صنعت فرش فرصت‌های شغلی قابل توجه‌ای را برای بافندگان روستایی و دیگر بخش‌های فقیر جامعه فراهم می‌کند. این مسائل نشان‌دهنده این است که فرش باید به صورت پایدار در کشور تولید شود و یکی از پیش‌شرط‌های آن، توان‌مندشدن خانوارهای روستایی تولیدکننده در فرآیند و زنجیره ارزش این کالا است. تحلیل ادبیات موجود نشان می‌دهد که مطالعه جامعی در مسائل و چگونگی این توان‌مندسازی صورت نگرفته است؛ ولی برخی دیدگاه‌های کارشناسان و متولیان این صنعت بر آن است جامعه تولیدکننده به‌ویژه خانوارهای روستایی با مسائل متعددی روبه‌روست. معصومی، رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان در سال ۱۳۹۱ اشاره داشت که کیفیت پایین مواد اولیه، نبود تمرکز در تولید فرش دست‌باف، دستمزد پایین بافندگان، افزایش میزان تحصیلات بافندگان و اکراه از ادامه فعالیت در بافندگی و عدم توجه به نیاز بازار فرش از سوی تولیدکنندگان از جمله مشکلات صنعت فرش استان زنجان به شمار می‌روند. صدری، سرپرست سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان در سال ۱۳۹۱ نیز اظهار داشت که کم‌رنگ‌شدن سایه حمایت دولت از صنعت فرش موجب شده است تا استادکاران آن به مشاغل کاذب از قبیل میوه‌فروشی، رانندگی و حتی کارگری روی بیاورند.

بسیاری از پارامترها هم‌چون روش تولید، مواد اولیه و فاکتورهای ساختاری بر کیفیت و کارایی فرش دست‌باف مؤثر هستند. با توجه به نوع و میزان منابع در دسترس خانوارهای روستایی نوع نظام تولیدی به صورت متفاوتی خواهد بود. روش‌ها یا نظام‌های تولیدی از گذشته نقش مهمی در رشد و توسعه بخش‌های مختلف اقتصادی داشته‌اند؛ زیرا نوع روش یا نظام‌های تولیدی می‌تواند در میزان تولید و تخصیص منابع تأثیرگذار باشند؛ به این صورت که باعث افزایش رقابتی‌شدن فعالیت‌های تولیدی شده و در نهایت، سبب افزایش منافع اقتصادی و اجتماعی جامعه می‌شود (مظهری، شاه‌نوشی و رفیعی‌دارانی، ۱۳۸۸). این مباحث این سؤال را مطرح می‌کند که در روش‌های تولیدی مختلف، خانوارهای تولیدکننده فرش از چه طریقی اطلاعات، اعتبارات و نهاده‌های لازم خود را تأمین می‌کنند، چه تفاوتی در روش‌های تولید از نظر کیفیت



نهادها، تأمین نهاده‌ها، بازاریابی، ویژگی مناطق و ارزش‌افزوده فرش تولیدی وجود دارد.

### ۲.۱. پیشینه تحقیق

مطالعات بسیار اندکی در کشور پیرامون روش‌ها یا نظام‌های تولید فرش روستایی، به‌ویژه در مورد فرش ابریشم صورت گرفته است و به منظور رفع چالش‌های زنجیره تولید این نوع فرش دستباف و توان‌مندسازی جوامع روستایی بافنده فرش روش‌های تولید آن مورد تحلیل قرار گیرد.

مطالعه کرمی دهکردی (۱۳۹۴) در استان زنجان نشان داد که زنجیره تأمین نهاده‌های تولید فرش دستباف ابریشمی در چهار حالت یا روش صورت می‌گیرد که موجب به‌وجود آمدن روش‌های مختلف تولید شده است. در حالت اول سرمایه‌گذاری اولیه از جمله تهیه نهاده‌ها بر عهده کارفرما یا دلال است، فرش بافته‌شده متعلق به دلال بوده 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 بوده و پس از اتمام بافت فرش، فروش آن برعهده دلال می‌باشد و مبلغ دریافتی از فروش را به طور مساوی بین خود و بافنده (به این در اصطلاح محلی یارلخ گفته می‌شود) تقسیم می‌کنند. نکته قابل توجه در هر دو روش تولیدی این است که دلال به‌روزترین و بازارپسندترین نقشه و باکیفیت‌ترین نهاده از جمله نخ را در اختیار بافنده قرار می‌دهد. در حالت سوم برعکس دو حالت قبل، تأمین نهاده‌های تولید و سرمایه‌گذاری اولیه بر عهده بافنده فرش است. بافنده برای تهیه این نهاده‌ها به دلال مراجعه می‌کند؛ ولی در این حالت دلال به منظور حفظ وابستگی بافنده، نقشه‌های با بازارپسندی کمتر را به بافنده می‌فروشد. همچنین، در این حالت پس از اتمام بافت، فرش از طریق دلال به بازار فرش زنجان یا قم جهت فروش عرضه می‌شود. در حالت چهارم مانند حالت قبل تأمین نهاده‌های تولید و سرمایه‌گذاری بر عهده فرش‌باف می‌باشد. برای تهیه این نهاده‌ها بافنده یا مستقیم به بازار زنجان مراجعه می‌کند و یا از طریق دلال آن‌ها را تأمین می‌کند؛ مانند حالت قبل، نقشه‌های فروخته‌شده به بافنده به‌روز نبوده و بازارپسندی کمی دارد. در این حالت، پس از اتمام بافت فرش، برعکس حالت‌های قبلی بافنده خود مستقیم فرش را به بازار فرش زنجان عرضه می‌کند؛ ولی در این روش، بافندگان در فروش و عرضه فرش دچار مشکل می‌شوند؛ زیرا اول این که نقشه مورد استفاده بازارپسندی کمتری داشته، دوم این که بافندگان معمولاً قدرت چانه‌زنی بالایی ندارند.

کند؛ ولی در این روش، بافندگان در فروش و عرضه فرش دچار مشکل می‌شوند؛ زیرا اول این که نقشه مورد استفاده بازارپسندی کمتری داشته، دوم این که بافندگان معمولاً قدرت چانه‌زنی بالایی ندارند.

احمدی (۱۳۹۱) با بررسی نظام تولید و توزیع فرش دستباف در استان کردستان به این نتیجه رسید که در استان کردستان فرش دستباف در حوزه تولید و توزیع مبتنی بر نظام فشاری (تصمیمات تولید بر حسب پیش‌بینی‌های بلندمدت تقاضا صورت می‌گیرد) است تا کششی (تولید براساس تقاضا صورت می‌گیرد)؛ به این معنا که در تولید فرش دستباف نظر و سلیقه مشتریان در انتخاب نوع مواد اولیه مصرفی، نوع ریسندگی مواد اولیه، نحوه رنگ‌رزی، نوع طرح و نقشه، شکل و اندازه فرش، رج‌شمار و نوع کاربری و در امر توزیع مواردی چون اندازه سفارشات، ارائه خدمات پس از فروش، تحویل سفارش به مشتری و رعایت و مراقبت جهت ممانعت از پارگی، رطوبت و پوسیدگی فرش، چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرد؛ البته به نظر فعالان این صنعت با جدی گرفتن نظر و سلیقه مشتریان؛ چه در امر تولید و چه در امر توزیع امکان تغییر عرضه فرش دستباف به شکل کنونی وجود دارد. در همین زمینه، آسایش و فرجی (۱۳۸۷) با بررسی نظام تولید و توزیع فرش دستباف به منظور ارائه راهکار مناسب با تکیه بر تبدیل نظام فشاری به نظام کششی، به این نتیجه رسیدند که وضعیت فعلی نظام تولید و توزیع فرش دستباف ایران مبتنی بر نظام فشاری است؛ به این معنی که هم در تولید و هم در توزیع این محصول کمتر به نظر و سلیقه مشتری توجه می‌شود و فعالان فرش دستباف ایران به عرضه فرش دستباف خود در بازارهای هدف می‌پردازند، به این امید که مشتری با ملاحظه فرش و هنر آن‌ها تشویق به خرید شود؛ اما در بسیاری از موارد این مهم کارساز واقع نمی‌شود و رقبای ایران در بازارهای هدف با درک این وضعیت به تولید و توزیع فرش‌های مورد دلخواه مشتریان هدف از نظر رنگ، شکل، اندازه، طرح و نقشه می‌پردازند. همچنین، نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد با برنامه‌ریزی و آگاه‌سازی فعالان فرش دستباف امکان تبدیل نظام تولید و توزیع مبتنی بر فشاری به کششی وجود دارد.

**امانیان بیدختی و صادقی‌نیا (۲۰۱۵)**، با بررسی نقش تعاونی‌های روستایی در افزایش درآمد و سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع دستی (مطالعه موردی: تعاونی‌های فرش دست‌باف استان خراسان رضوی) به این نتیجه رسیدند که تعاونی‌های فرش دست‌باف نقش مؤثری در تولید فرش دست‌باف بدون نقص و در توسعه صادرات آن بازی می‌کنند. بهره‌وری این تعاونی‌ها در کمک کردن به چشم‌پوشی و از بین بردن مشکلات آن‌ها به عنوان منبع ایجاد درآمد و سرمایه‌گذاری در این صنعت قابل ملاحظه بوده است. نظارت کردن بر روش‌های بافت و آماده‌سازی مواد با کیفیت بالا توسط این تعاونی‌ها، داشتن علامت تجاری و هویت، کاهش نقش واسطه‌ها و نماینده‌ها، همه موضوعات مهمی هستند که باعث ارتقای این صنعت بالارزش می‌شود. تولید همه نوع صنایع دستی، به‌ویژه فرش دست‌باف موجب درآمد و داشتن یک ارزش‌افزوده قابل توجه شده است. سرمایه‌گذاری در این بخش کمک خواهد کرد تا از اقتصاد انحصاری رهایی یابد. این نوع فعالیت‌ها در بخش روستایی نیاز به حمایت و سرمایه‌گذاری بیشتر دولت دارد که باعث سرعت تولید می‌شود. چنین حمایت‌ها، تولیدکننده را در این زمینه تقویت می‌کند که موجب کاهش بیکاری می‌شود.

با توجه به مطالب ذکر شده در مطالعات فوق، می‌توان چنین استنباط کرد که روش‌های تولید فرش در مناطق مختلف متفاوت بوده و کیفیت نهاده‌ها براساس شیوه تولید متفاوت است. شیوه کارفرمایی دارای کیفیت نهاده‌های بالاتر و ارزش‌افزوده بالاتری است. با توجه به مطالب مطرح‌شده، پرسشی که در این زمینه مطرح می‌شود، این است که آیا شیوه کارفرمایی بهتر از شیوه خویش‌فرمایی است؟ چه عواملی در برتری شیوه کارفرمایی بر شیوه‌های دیگر مؤثر است؟ کارفرما دارای چه ویژگی‌هایی است که سبب بالارفتن ارزش‌افزوده این شیوه شده است و این ارزش‌افزوده تا چه حد به دست بافنده خواهد رسید؟ بررسی مطالعات نشان داد که در زمینه روش‌های تولید فرش در شهرستان زنجان مطالعه جامعی صورت نگرفته است تا از این طریق به مقایسه کیفیت فرش، بازار فروش و مسائلی از این قبیل در روش‌های تولیدی مختلف پرداخت. بنابراین، هدف از این پژوهش بررسی روش‌های تولید موجود در نظام تولید فرش دست‌باف در

**مظهری و همکاران (۱۳۸۸)** در یک مطالعه موردی در استان آذربایجان شرقی، با ارزیابی نظام‌های تولیدی فرش دست‌باف با استفاده از تکنیک‌های چندمعیاری نشان دادند که در مقیاس واحدهای بزرگ تولیدی، نوعی از نظام کارفرمایی به نام «نظام مشارکتی با رویکرد کارفرمایی» (می‌توان گفت شیوه تولید مشارکتی که به شیوه کارفرمایی انجام می‌شود)، علاوه بر نظام کارفرمایی متداول، وجود دارد که هر دو شیوه از نظر عملکرد کلی نسبت به دیگر شیوه‌ها در سطح بالاتری قرار دارند و در نتیجه به عنوان مناسب‌ترین نظام تولیدی در صنعت فرش دست‌باف ذکر شدند.

**میرکتولی (۱۳۸۸)** علل اقتصادی-اجتماعی کاهش کیفیت فرش ترکمن را بررسی کرد و نشان داد که اکثر قریب به اتفاق فرش‌بافان به روش دستمزدی قالی می‌بافند؛ روشی که عمدتاً به کمیت توجه دارد تا به کیفیت. آموزش مهارت قالی‌بافی نیز به روش سنتی در این منطقه انجام می‌گرفت، در حالی که این روش جواب‌گوی نیازهای جدید در قلمرو صنعت فرش ترکمن نبود. علی‌رغم اهمیت نقش مثبت مشارکت و هم‌یاری در بهبود روابط کار و تولید و کیفیت فرش، هم‌یاری بین قالی‌بافان اندک گزارش شد. پایگاه اجتماعی قالی‌بافان در منطقه نیز بسیار نازل بوده و باعث عدم استقبال نیروهای با استعداد و نخبه و توانمند در این عرصه شده بود.

**کیانی ابری و خاقانی (۱۳۸۵)** با مقایسه ارزش‌افزوده فرش دست‌باف در شرایط تولید کارفرمایی و خویش‌فرمایی در سه استان همدان (فرش روستایی‌باف)، اصفهان (فرش یک ذرع و نیم) و فارس (فرش عشایرباف کَشکولی) به این نتیجه رسیدند که ارزش‌افزوده در شرایط خویش‌فرمایی و کارفرمایی در سه استان مذکور متفاوت می‌باشد. در تمام استان‌های مورد بررسی ارزش‌افزوده در شرایط کارفرمایی بیش از خویش‌فرمایی است و به دلیل این است که کارفرمایان با قیمت بالاتری فرش خود را فروخته‌اند. بنابراین، می‌توان به دو نتیجه مهم در این رابطه رسید؛ هزینه کمتر همیشه ارزش‌افزوده بالاتری را به همراه ندارد و کارفرمایان به دلیل داشتن سرمایه بالاتر و بازاریابی بهتر توانسته‌اند ارزش‌افزوده خود را افزایش دهند؛ به طوری که میانگین قیمت فرش فروخته‌شده آن‌ها بالاتر از خویش‌فرمایی بوده و سود اضافه‌تر نیز به دست می‌آورند.



روستاهای شهرستان زنجان می‌باشد. همچنین، ویژگی‌های هر یک از نظام‌ها در زمینه فروش و بازاریابی، کیفیت فرش تولیدی و فراوانی هر یک از روش‌ها مورد بحث قرار خواهد گرفت.

## ۲. روش‌شناسی تحقیق

### ۱.۲. قلمرو جغرافیایی تحقیق

مناطق روستایی مورد مطالعه در سه بخش از شهرستان زنجان شامل بخش مرکزی، زنجانرود و قره‌پشتلو قرار داشتند. فاصله بین روستاهای مورد مطالعه از مرکز استان و شهرستان متفاوت بود؛ به طوری که نزدیک‌ترین روستاها در فاصله ۱۱ تا ۲۵ کیلومتر و دورترین آن‌ها در فاصله ۶۶ تا ۸۰ کیلومتر از مرکز استان و شهرستان قرار داشتند.

### ۲.۲. روش تحقیق

این پژوهش از یک روش‌شناسی ترکیبی کمی و کیفی استفاده کرده است. بخش کیفی با استفاده از مطالعه موردی از طریق فنون کیفی گردآوری داده‌ها از قبیل تحلیل اسناد و فنون ارزیابی سریع روستایی ۲ و ارزیابی مشارکتی روستایی ۳ هم‌چون گروه‌های متمرکز، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته انجام شد. مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی پژوهش عبارت بودند از: خانوارهای روستایی بافنده فرش ابریشمی و کنش‌گران بازار فرش ابریشم. براساس تحلیل اسناد پرونده‌های خانوارهای بیمه‌شده در اتحادیه فرش دست‌باف روستایی که به وسیله نویسندگان این مقاله انجام گرفت.

بررسی پرونده‌های بیمه‌شدگان فرش دست‌باف مشخص کرد در سال ۱۳۹۳ و ۶ ماه اول ۱۳۹۴ تعداد ۳۰۲۴ نفر بیمه شده فرش دست‌باف در شهر زنجان، روستاهای شهرستان زنجان و چند روستا در شهرستان ماهنشان و ایجرود وجود داشت که از این بین در سه بخش از شهرستان زنجان، تعداد بیمه‌شدگان روستایی فرش‌باف ابریشمی ۵۱۵ نفر بود. 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 می‌بافت. شایان ذکر است که در بیشتر خانوارهای بافنده بررسی شده، فقط یک نفر در هر خانوار تحت پوشش بیمه قالی‌بافی بود. براساس نتایج به‌دست‌آمده در مرحله اول پژوهش در مصاحبه‌های نیمه‌ساختارمند در دو روستای ونق و مشکین و

انجام پایلوت تست پرسش‌نامه در دو روستای سهرین و ارمغانخانه مشخص شد که تعداد بافندگان فرش ابریشم صرفاً به آمار بیمه‌شدگان محدود نمی‌شود و تخمین زده شد که از کل خانوارهای بافنده فرش، حدود ۴۰ درصد آن‌ها بیمه نشده‌اند. بنابراین، جامعه خانوارهای بافنده فرش ابریشم در شهرستان زنجان (بیمه‌شده و بیمه‌نشده) ۸۵۸ خانوار تخمین زده شد. گرچه با مراجعه به روستا نتایج متفاوتی حاصل شد و مجدد آمار جامعه مورد بررسی در هر روستا تصحیح شد.

جهت تعیین مشارکت‌کنندگان روستایی در بخش کیفی، انتخاب روستاها و افراد به طور هدفمند صورت گرفت؛ به گونه‌ای که روستاهای دارای حداقل شش خانوار فرش‌باف ابریشمی بیمه‌شده در این شهرستان انتخاب شد که با توجه به محدودیت منابع و امکان عدم دسترسی به خانوارهای روستایی در روستاهای کوچک، تنها روستاهای دارای حداقل ۶ خانوار بافنده فرش ابریشم انتخاب شدند که مشخص شد ۲۳ روستا دارای این ویژگی هستند و با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی ۹۰ خانوار به عنوان مطلع‌ترین افراد این روستاها انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری گلوله برفی از طریق ارتباطات میان‌فردی در قالب گروه‌های متمرکز و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته انجام گرفت. بافندگان اصلی خانوار و در مواردی اعضای خانوار در این پژوهش شرکت کردند. در ابتدا با مراجعه به شورای اسلامی روستا تعدادی از افراد مطلع معرفی شد و با مراجعه به این افراد، بافندگان دیگر معرفی شدند.

در مطالعه پیمایشی، ۲۶۵ خانوار در ۲۳ روستای شهرستان زنجان که دارای حداقل شش خانوار فرش‌باف ابریشمی بیمه‌شده بودند، براساس فرمول نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با خطای ۵ درصد تعیین شده و مورد مصاحبه قرار گرفتند. شهر ارمغانخانه به عنوان یکی از مراکز مورد بررسی، مطابق با تقسیمات کشوری اخیراً از روستا به شهر تبدیل شده بود، هرچند مشابهت روستایی با دیگر مناطق مورد بررسی را داشت. بنابراین، در این پژوهش، ۲۵ نفر از پاسخ‌گویان ساکن در این شهر بوده و ۲۴۰ نفر ساکن در روستاهای شهرستان بودند.

مهم‌ترین موضوعات مورد توجه در پرسش‌ها و گردآوری شواهد عبارت بودند از: بررسی روش‌های تولید فرش دست‌باف ابریشمی، مقایسه روش‌های تولید و بررسی کیفیت نهاده‌ها و

گروهی در گروه‌های متمرکز قرار گرفت و داده‌ها جمع‌آوری شد.

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

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 مفاهیم زیر حاصل شد: بافت فرش به سه شیوه خویش‌فرمایی، مزدی و سهم‌بری، عدم توان مالی، عدم توان یافت بازار مناسب، نبود کارفرما برای سرمایه‌گذاری از دلایل بافت به شیوه خویش‌فرمایی، نداشتن دانش در مورد دیگر شیوه‌های تولید، وجود مشکلاتی در بافت به شیوه مزدی و خویش‌فرمایی از دلایل بافت به شیوه سهم‌بری، سختی و زمان‌بر بودن روش مزدی، سود بالا در روش مزدی و از این قبیل.

مرحله ۵: طی انجام پژوهش، مراحل ۱ تا ۴ به صورت مستمر تکرار شد. ممکن بود بخشی از سؤالات فراموش شود و یا طی انجام پژوهش سؤال ایجاد شود، در این حالت به کنش‌گران بازار و روستاییان دوباره مراجعه شد. در نهایت، مفاهیم طبقه‌بندی شدند (مرحله ۵ الف)؛ برای مثال، در بافت فرش شیوه‌های خویش‌فرمایی و کارفرمایی (مزدی و سهم‌بری) وجود دارد. بافندگان به دلیل نداشتن توان مالی برای خرید نهاده‌ها، نبود توان شناخت بازار مناسب برای فروش فرش و در تعدادی از روستاها نبود کارفرما برای سرمایه‌گذاری و دادن فرش به بافندگان و موارد دیگر از دلایل بافت به شیوه خویش‌فرمایی است. شیوه سهم‌بری نیز به دلیل عدم شناخت شیوه‌های تولید دیگر و سختی روش مزدی و عدم توان مالی برای شیوه خویش‌فرمایی در تعدادی از روستاها توسط بافندگان جهت تولید فرش مورد استفاده قرار می‌گیرد. بعد از آن که تقسیم‌بندی مفاهیم کامل شد (مرحله ۶ اشباع شدن طبقه‌ها)، ارتباطات بین طبقه‌ها مشخص شد (مرحله ۷ بررسی ارتباطات بین طبقه‌ها)؛ به عنوان مثال، عدم توان مالی از دلایل عدم بافت به شیوه خویش‌فرمایی و بافت به شیوه مزدی و سهم‌بری است. پس از بررسی ارتباطات بین طبقه‌ها، فرضیه‌سازی انجام شد (مرحله ۷ الف)؛ به عنوان مثال، این نتیجه به دست آمد که عدم شناخت بازار و عدم توان مالی،

کیفیت فرش تولیدی در دو روش تولیدی. در بخش کیفی اگرچه در ابتدا سؤالات مربوط به روش تولید به صورت باز از بافندگان پرسش شد؛ ولی در تجزیه و تحلیل بر مبنای نظریه بنیانی ۴ کیفیت نهاده‌ها و ویژگی‌های فرش‌های تولیدشده در هر روش در ابعاد مختلف طبقه‌بندی شد. همچنین، به منظور تحلیل بهتر روش‌های تولید، داده‌ها مورد آزمون قرار گرفتند؛ علاوه بر این، در تحلیل داده‌ها از شیوه کدبندی‌ها، مفهوم‌سازی و نقل‌گفته‌های مشارکت‌کنندگان استفاده شد. براساس نظریه بنیانی، تجزیه و تحلیل داده‌ها مطابق شکل (۱) در چند مرحله به شرح زیر انجام گرفت:

در مرحله اول، سؤال پژوهش مطرح شد، این که در روستاهای شهرستان زنجان، شیوه‌های تولید فرش دست‌باف ابریشمی چیست و چه عواملی در انتخاب روش تولید توسط بافندگان روستایی مؤثر می‌باشد؟

در مرحله دوم با توجه به موضوع پژوهش نمونه‌گیری مبتنی برنظریه انجام شد؛ به این صورت که کنش‌گران فعال در زمینه فرش دست‌باف ابریشمی نمونه‌گیری شدند. به این منظور یک روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی به کارگرفته شد. در زمینه روش‌های تولید، ابتدا برخی کارفرمایان تولیدکننده فرش ابریشمی و فروشندگان نهاده‌های فرش ابریشم و فروش فرش در شهر زنجان (واقع در پاساژ شیرمحمدی) و کارکنان اتحادیه فرش روستایی مورد مصاحبه قرار گرفتند و اسناد آن‌ها بررسی شد. پس از آن روستاهای فرش‌باف ابریشم، بافندگان بیمه‌شده، برخی فروشندگان نهاده‌ها، آموزش‌گران فرش و رئیس اداره کل فرش بازرگانی مشخص شدند. در این مرحله، دو روستای ونق و مشکین که به عنوان پرجمعیت‌ترین روستاها از نظر تعداد خانوارهای فرش‌باف معرفی شده بودند، به عنوان نمونه انتخاب شدند. در مراجعه به دو روستای ونق و مشکین، مجدد کنش‌گران جدیدتری جهت بررسی مشخص و به عنوان نمونه مشخص شدند، 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، نمونه مورد نظر مورد مصاحبه انفرادی یا





همچنین سود بیشتر در روش مزدی از دلایل استفاده بیشتر از این شیوه بود و شیوه مزدی نسبت به سایر شیوه‌ها مناسب می‌باشد.

مرحله ۸، نمونه‌گیری مجدد مبتنی بر نظریه: برای بررسی سؤال پژوهش در مناطق دیگر، بر مبنای نظریه دوباره نمونه‌گیری انجام شد و علاوه بر دو روستای 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 مزدی و دلایل بافت به این شیوه، متوجه شیوه‌های تولیدی دیگری از جمله شیوه‌های خویش‌فرمایی و سهم‌بری، همچنین عدم وجود شیوه مشارکتی در مناطق روستایی شده و شیوه‌های تولید تحلیل شد. 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 فرضیه‌های حاصل در این مرحله این بود که سود بالا در روش مزدی به دلیل برخورداری کارفرما از منابع بالای اطلاعاتی، مالی و نهاده‌ای است؛ به گونه‌ای که از کانال‌های وسیع ارتباطی برای شناخت بازار و کیفیت نهاده‌ها برخوردار بوده، همچنین، از منابع مالی کافی برای خرید نهاده‌های با کیفیت و مرغوب و سرمایه‌گذاری بیشتر در تولید فرش برخوردار است. بنابراین فرضیه قبلی مبنی بر معرفی شیوه مزدی به عنوان شیوه برتر رد شد و مشخص شد که بافندگان نیز با برخورداری از منابع اطلاعاتی، مالی و نهاده‌ای کافی می‌توانند تولید پرسودی داشته باشند. (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 بتواند در مناطق دیگر نیز مورد بررسی و تأیید قرار گیرد، می‌تواند به عنوان یک نظریه رسمی مطرح شود. در بخش بعد نتایج ارائه شده به طور مبسوط نظریه اولیه یا قائم به ذات مربوط به روش‌های تولید فرش ابریشم آمده است.

در بخش کمی از روش‌شناسی توصیفی - مقایسه‌ای با استفاده از روش‌شناسی پیمایشی و فنون مصاحبه‌های ساختارمند استفاده شد. جهت تعیین روایی محتوایی و ظاهری پرسش‌نامه در بخش کمی، ابتدا پرسش‌نامه با استفاده

از چهارچوب نظری، مباحث دوره آموزشی فرش دست‌باف، نتایج مطالعات کیفی و مطالعات پیشین انجام شده، به‌ویژه پرسش‌نامه مربوط به مطالعه کرمی دهکردی (۱۳۹۴) و انارکی (۱۳۹۱) تهیه شد و سپس پرسش‌نامه در یک پانل تخصصی متشکل از پژوهش‌گران و استادان دانشگاه مورد بحث قرار گرفت که پس از اعمال پیشنهادها، پرسش‌نامه تصحیح شد. برای تعیین پایایی پرسش‌نامه، ۳۰ نفر از بافندگان فرش ابریشمی در دو روستای ارمغانخانه و سهرین انتخاب شدند و مورد مصاحبه قرار گرفتند. ابتدا خوانایی و قابلیت فهم سؤالات، گزینه‌ها و مقیاس‌ها بین پاسخ‌گویان بررسی شد و بعد ثبات پاسخ‌ها مشخص شد.

### ۳. مبانی نظری تحقیق

#### ۳.۱. روش‌های تولید فرش دست‌باف

مرکز آمار ایران (۱۳۸۱) در طرح آمارگیری کارگاه‌های صنعتی کشور، اقدام به طبقه‌بندی آن‌ها برحسب شیوه یا نظام تولیدی کرده است و بر این اساس، برخی پژوهش‌گران و کارشناسان تولید فرش را طبقه‌بندی کرده‌اند. در این زمینه، مطالعات مظهری و همکاران (۱۳۸۸) و لطیفی، سعدی، شعبانعلی فمی و مشرف (۱۳۹۲) به سه نوع نظام تولیدی متفاوت در تولید فرش دست‌باف کشور اشاره می‌کنند که ویژگی‌های هر یک به اختصار در زیر آمده‌اند:

#### ۳.۲. نظام تولید خویش‌فرمایی

به این نوع نظام، شیوه تولید به حساب خود نیز گفته می‌شود. در این نظام، واحدهای تولیدی به صورت انفرادی (خانگی) فعالیت می‌کنند و مدیریت این نظام بر عهده شخص بافنده است؛ یعنی انجام کلیه مراحل تولید، تهیه مواد اولیه و ابزار قالی‌بافی از جمله نقشه بر عهده قالی‌باف است. قالی‌باف برحسب سلیقه و در نظر گرفتن امکانات و محدودیت‌های خود اقدام به تهیه نقشه و غیره می‌کند و نوع بافت و مدت زمان بافت را تعیین و بعد از اتمام فرش، آن را به فروش می‌رساند. در این نوع نظام ممکن است بافنده سفارش بپذیرد، در این صورت، انتخاب نقشه، موعده تحویل فرش و قیمت از قبل توسط سفارش‌دهنده تعیین می‌شود. در این صورت سود و زیان متوجه بافنده می‌شود.

### ۳.۳. نظام تولید کارفرمایی

در این نوع نظام کارفرما (یک فرد و یا یک نهاد دولتی است)، مواد اولیه، دار قالی و نقشه را تأمین می‌کند و به بافنده دستمزد می‌دهد و در نهایت، محصول تولیدی خود را به فروش می‌رساند. این نوع واحد تولید، می‌تواند خصوصی و یا دولتی باشد. یکی از واحدهای تولید خصوصی، «تولید به حساب دیگران» است. در این صورت بافنده به سفارش کارفرما در خانه یا کارگاه فرش را بافته و دستمزد می‌گیرد، در این حالت سود و زیان متوجه کارفرما می‌شود.

### ۳.۴. نظام تولید مشارکتی (تعاونی تولید)

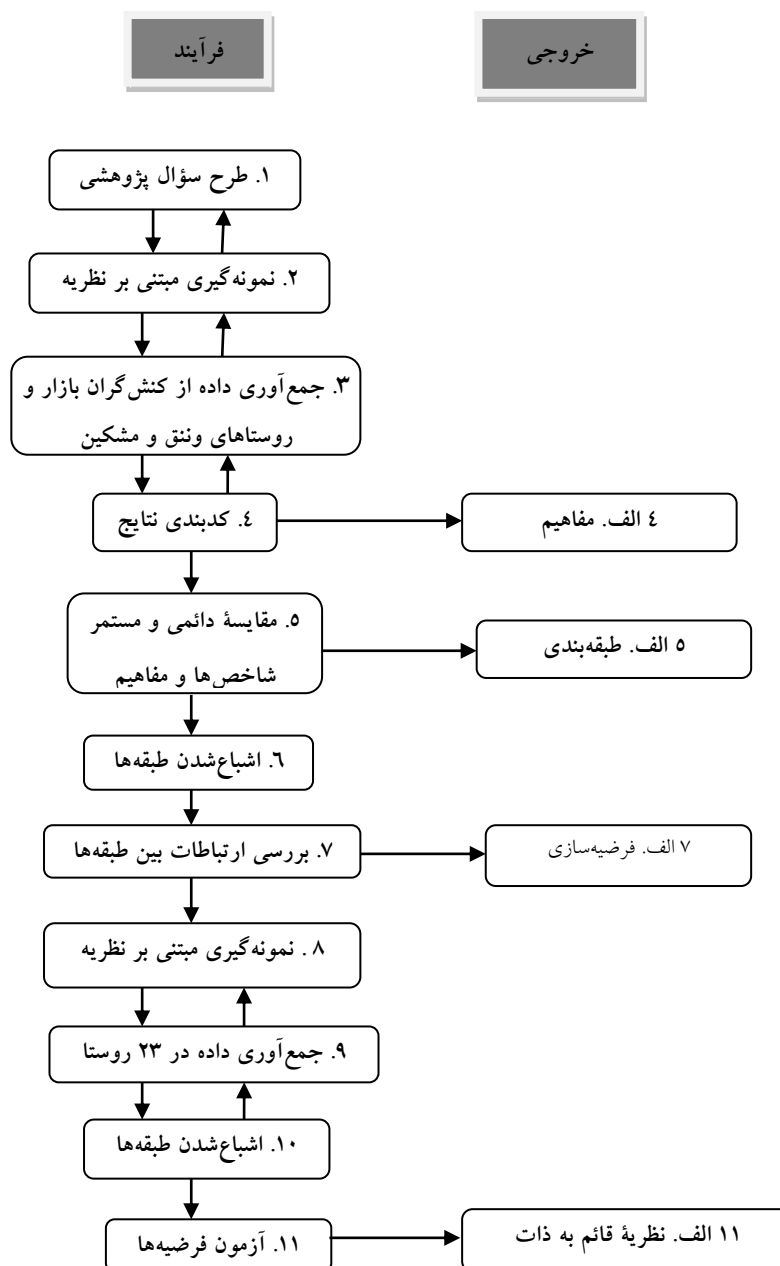
این شیوه بیشتر در قالب تعاونی‌های تولید فرش ذکر شده است. در این بین، سه هدف اصلی برای شرکت‌های تعاونی

فرش دست‌باف بیان شده است که عبارت‌اند از: (۱) تأمین نیازهای مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اعضا و کمک به تحقق عدالت اجتماعی؛ (۲) ترویج و تحکیم مشارکت، همکاری و تعاون عمومی؛ (۳) انجام فعالیت‌های مربوط به تولید فرش و تأمین نیازمندی‌های اعضا در چهارچوب مصالح عمومی و کاهش هزینه‌ها و قیمت‌ها. در نظام تعاونی فرش دست‌باف، 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. هدف از تشکیل تعاونی، برقراری عدالت اجتماعی و اقتصادی در این صنعت، بازگشت حداکثری ارزش افزوده به دست قالی‌باف، بهبود تولیدات و افزایش صادرات است (جدول ۱).

جدول ۱- برخی از نتایج حاصل از مصاحبه با روستاییان و کدبندی آن‌ها

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

کدبندی (مفاهیم)	نقل قول‌ها	بافندگان - روستا
بافت به سه شیوه، مزدی، سهم‌بری و خویش‌فرمایی	در این روستا بیشتر به شیوه مزدی فعالیت دارند.	بافنده ۱: روستای مشکین
	ما دوست داریم به شیوه خویش‌فرمایی فعالیت کنیم؛ ولی هزینه خرید نهاده‌ها را نداریم.	بافنده ۲: روستای ونق
عدم توان مالی، عدم توان یافت بازار مناسب، نبود کارفرما برای سرمایه‌گذاری، دلایل بافت به شیوه خویش‌فرمایی	ما توان بافت به شیوه مزدی را نداریم، در شیوه مزدی بافت فرش مشکل است و زمان‌بر؛ چون توان خرید نهاده‌ها را نداریم به شیوه سهم‌بری فعالیت می‌کنیم.	بافنده ۳: روستای گمش‌آباد
	شیوه خویش‌فرمایی روش تولید مناسبی است؛ ولی ما توانایی فروش فرش‌های تولیدشده خود را نداریم.	بافنده ۴: روستای ولیاران
سختی و زمان‌بر بودن روش مزدی، سود بالا در روش مزدی	در این روستا بیشتر افراد به شیوه خویش‌فرمایی فعالیت دارند. در شیوه مزدی سود بیشتری به بافندگان می‌رسد؛ ولی هیچ کارفرمایی حاضر به دادن فرش به این روستا نیست.	بافنده ۵: روستای آقکند
	نداشتن دانش در مورد دیگر شیوه‌های تولید، وجود مشکلاتی در بافت به شیوه مزدی و خویش‌فرمایی، دلایل بافت به شیوه سهم‌بری	کارفرما به صورت سهم‌بری به ما فرش می‌دهد، ما شیوه دیگری برای بافت بلد نیستیم.



شکل ۱- فرآیند و خروجی پژوهش براساس نظریه بنیانی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

#### ۴. یافته‌های تحقیق

##### ۱.۴. شیوه‌های تولید فرش ابریشمی در روستاهای شهرستان زنجان

همان‌طور که در بخش پیشینه اشاره شد، تولید فرش به چند شیوه مختلف صورت می‌گیرد که هر یک را می‌توان در یک نظام تولیدی مجزا طبقه‌بندی کرد: (۱) خویش‌فرمایی، (۲)

کارفرمایی و (۳) مشارکتی (تعاونی). نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که تولید صرفاً به دو شیوه خویش‌فرمایی و کارفرمایی در روستاهای شهرستان زنجان صورت می‌گرفت.

##### ۱.۱.۴. تولید به شیوه خویش‌فرمایی

در این نظام تولید، بافندگان خویش‌فرما آن دسته خانوارهای بافنده روستایی را در بر می‌گرفتند که سرمایه

ترکی اصطلاحاً یارلخ گفته می‌شود) است. در این حالت پس از اتمام بافت، فرش به کارفرما تحویل داده می‌شد.

#### ۲.۴. مناطق مورد بررسی براساس شیوه تولیدی

مناطق روستایی مورد مطالعه در سه بخش از شهرستان زنجان شامل بخش مرکزی، زنجانرود و قره‌پشتلو قرار داشتند. فاصله بین روستاهای مورد مطالعه از مرکز استان و شهرستان متفاوت بود؛ به طوری که نزدیک‌ترین روستاها در فاصله ۱۱ تا ۲۵ کیلومتر و دورترین آن‌ها در فاصله ۶۶ تا ۸۰ کیلومتر از مرکز استان و شهرستان واقع شده بودند. نزدیک‌ترین روستاها در بخش مرکزی شهرستان و دورترین روستاها در بخش زنجانرود و قره‌پشتلو قرار داشتند. مناطق مورد بررسی از نظر وضعیت طبیعی جزء مناطق کوهستانی و دشتی بودند. بیشترین تعداد بافنده مورد بررسی در بخش قره‌پشتلو و کمترین در بخش زنجانرود ساکن بودند. براساس شیوه تولید، اکثر بافندگان در بخش قره‌پشتلو و زنجانرود به شیوه کارفرمایی فعالیت می‌کردند، در حالی که در بخش مرکزی بیشتر به شیوه خویش‌فرمایی به بافت مشغول بودند.

بررسی تعداد بافندگان براساس دهستان نشان داد که بیشترین تعداد پاسخ‌گویان در دهستان قره‌پشتلو بالا و کمترین تعداد در دهستان بناب می‌باشد. از نظر شیوه تولید دهستان‌های قره‌پشتلو بالا، زنجانرود پایین، تهم، غنی‌بیگلو، معجزات و بناب بیشتر به شیوه کارفرمایی فعالیت می‌کردند، در حالی که در دهستان‌های بوغداکندی و قره‌پشتلوپایین شیوه تولید خویش‌فرمایی غالب بود.

کافی برای خرید مواد اولیه را داشتند. در این نظام، بافنده یا یکی از دیگر اعضای خانوار برای تهیه نقشه و مواد اولیه به فروشندگان در بازار فرش ابریشم شهر زنجان (واقع در منطقه اسلام‌آباد در پاساژی به نام پاساژ شیرمحمدی) مراجعه می‌کرد. پس از انتخاب نقشه، لوازم مورد نیاز و نقشه - خریداری یا اجاره می‌شد. چله دوانی یا بر عهده بافنده بود یا توسط همان فروشنده در قبال پرداخت هزینه انجام می‌شد.

در حین بافت، بافندگان استادکار و دارای مهارت کافی، خود بر کیفیت بافت نظارت داشتند و نواقص احتمالی را رفع می‌کردند. در صورتی که بافنده از مهارت کافی برخوردار نبود در بسیاری از موارد فرش‌های تولیدشده نواقصی داشتند که منجر به پایین آمدن کیفیت فرش می‌شد. اگرچه براساس نظر بافندگان، فروشنده هنگام فروش نقشه و دیگر نهاده‌ها، به منظور بازاریابی بیشتر، وعده راهنمایی و حضور جهت نظارت بر بافت را به بافنده می‌داد؛ ولی در عمل مراجعه حضوری به محل تولید فرش نمی‌کرد و در نتیجه بافنده تازه‌کار از کیفیت نامناسب فرش مطلع نمی‌شد. مصاحبه با یکی از فروشندگان بازار فرش ابریشم شهر زنجان مشخص کرد که علت عدم مراجعه آن‌ها، کمبود وقت و فاصله بین روستاها با شهر زنجان بود.

#### ۲.۱.۴. تولید به شیوه کارفرمایی

کارفرما فرد بافنده نبود؛ ولی به دلیل داشتن سرمایه لازم برای تأمین مواد اولیه، بافندگانی را طبق قرارداد جهت بافت فرش استخدام می‌کرد. واژه «کارفرما» اصطلاحی بود که بافندگان به کار می‌بردند؛ ولی این واژه در بین خود کارفرماها و بازاریان فرش ابریشم شهر زنجان «تولیدکننده» و در بین دیگر کنش‌گران صنعت فرش از قبیل رنگرز، طراح، چله‌کش و از این قبیل به نام «دلال» مصطلح بود. در این حالت کارفرما با بافنده به دو صورت قرارداد می‌بست؛ یا به صورت مزدی، یا سهم‌بری (نصف نصف). کارفرما طی قراردادی با بافنده مقدار مواد اولیه، نقشه و مدت زمان بافت را تعیین می‌کرد و تهیه کلیه نهاده‌ها بر عهده کارفرما تعیین می‌شد. حالت دیگر در بافت کارفرمایی، به صورت سهم‌بری یا نصف-نصف (در زبان



## جدول ۲- توزیع فراوانی دهستان‌های مورد مطالعه در پژوهش

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

نام بخش	نام دهستان	تعداد بافندگان	درصد	خوبش-فرمایی	کارفرمایی	تعداد روستا	نام روستاها
قره‌پشتلو	قره‌پشتلوبالا	۱۷۳	۶۵/۳	۵۵	۱۱۸	۱۲	ونق-ولیاران-مشکین-لگهی-قشلاق-قره‌تپه-سهرین-سارمساقلو-اورتابلاغ-اوجبلاغ-ارمغانخانه-آقکند
قره‌پشتلو	قره‌پشتلو پایین	۷	۲/۶	۷	۰	۱	حاجی‌سیران
مرکزی	زنجارود بالا	۱۱	۴/۲	۶	۵	۲	حاجی‌آرش-کناوند
زنجارود	زنجارود پایین	۲۴	۹/۱	۴	۲۰	۳	باغلوچه‌آقا-قره‌چریان-گمش‌آباد
مرکزی	تهم	۱۰	۳/۸	۱	۹	۱	همایون
زنجارود	غنی بیگلو	۱۰	۳/۸	۲	۸	۱	پروشا
مرکزی	معجزات	۷	۲/۶	۲	۵	۱	پنبه‌جوق
مرکزی	بناب	۳	۱/۱	۱	۲	۱	دیزج‌آباد
مرکزی	بوغداکندی	۲۰	۷/۵	۱۹	۱	۱	آقکند
	جمع	۲۶۵	۱۰۰	۹۷	۱۶۸	۲۳	

بررسی تعداد پاسخ‌گویان براساس هر روستا نشان داد که بیشترین تعداد پاسخ‌گویان در روستاهای مشکین و سهرین و کمترین تعداد در روستای حاجی‌آرش بودند. براساس شیوه تولید، روستاهای مشکین، ونق، گمش‌آباد، آقکند (قره‌پشتلو)، اورتابلاغ و سارمساقلو فقط به شیوه کارفرمایی فعالیت می‌کردند، در حالی که در روستاهای قره‌تپه، حاجی‌سیران و

حاجی‌آرش به شیوه خوبش‌فرمایی به بافت مشغول بودند. نتایج حاصل از جدول (۳) مدت اقامت خانوارهای بافنده براساس شیوه تولیدی نشان داد که بیشترین مدت اقامت بین ۲۷-۳۹ سال و کمترین مدت بین ۱-۱۳ سال که بیشتر به شیوه کارفرمایی فعالیت می‌کردند.

## جدول ۳- توزیع فراوانی مدت اقامت خانوارهای بافنده در جامعه خود براساس شیوه تولیدی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

مدت اقامت (سال)	تعداد	درصد	خوبش‌فرمایی	کارفرمایی
۱-۱۳	۸	۳	۲	۶
۱۴-۲۶	۷۱	۲۷	۲۴	۴۷
۲۷-۳۹	۱۳۵	۵۱	۵۲	۸۳
۴۰-۵۳	۵۱	۱۹	۱۹	۳۲
جمع	۲۶۵	۱۰۰	۹۷	۱۶۸

### ۳.۴. نحوه تعیین مزد یا سهم فروش در شیوه

#### کارفرمایی

در شیوه مزدی، پس از پایان بافت، فرش بافته‌شده در شورایی به نام «شورای مزد» قیمت‌گذاری می‌شد. براساس مصاحبه با یکی از اعضای این شورا، کنش‌گران بازار و بافندگان روستایی، این شورا هم در شهر زنجان و هم در شهر

قم وجود داشت. بنا به گفته یکی از کارفرمایان که عضو دائمی شورای مزد زنجان بود، «این شورا در کل کشور فقط در دو شهر زنجان و قم وجود دارد و به صورت عرفی در بین کارفرمایان تشکیل شده است. این گفته به معنای این نیست که فقط در این دو شهر بافت مزدی وجود دارد؛ بلکه شیوه و سبک دیگری در شهرهای دیگر برای تعیین مزد دیده

می‌شود». اعضای اصلی این شورا را ۵ نفر از کارفرمایان مختلف تشکیل می‌دادند که یکی از آن‌ها به واسطه مالک بودن مرکز خرید و فروش فرش ابریشم عضو دائم بود. دو نفر نیز به عنوان عضو علی‌البدل عضویت داشتند.

#### جدول ۴- نقل قول‌های روستاییان در مورد نحوه فعالیت شورای مزد

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

کدبندی (مفاهیم)	نقل قول‌ها	بافندگان
عدم رعایت عدالت در تعیین مزد در شورای مزد زنجان	من فرشی را برای تعیین مزد به زنجان بردم. مزد من را برای فرش هشت میلیون تومان تعیین کردند، بعد از اعتراض من به شورای مزد قم بردم در آن جا نه میلیون تومان تعیین کردند.	بافنده ۱: روستای باغلوچه آقا
عدم آگاهی بافندگان از نحوه تعیین مزد توسط شورای مزد	ما از نحوه قیمت‌گذاری و تعیین مزد توسط شورای مزد اطلاعی نداریم. نمی‌دانیم که چه ارتباطی بین قیمت فرش و مزد تعیین شده برای ما وجود دارد.	بافنده ۲: روستای آقکند
تعیین مزد بالاتر در شورای مزد قم	شورای مزد قم، مزد بیشتری برای فرش تعیین می‌کند.	بافنده ۳: روستای ونق
وجود روابط در تعیین مزد و عدم رعایت عدالت	کارشناسان شورای مزد از کارفرمایان فرش می‌باشند و در تعیین مزد به خاطر نفع خود در آینده مزد کمتری تعیین می‌کنند تا کارفرمایان دیگر در شورا، مزد بافندگان آن‌ها را نیز کمتر تعیین کنند.	بافنده ۴: روستای مشکین

که در **جدول (۴)** باتوجه به نقل قول‌های بافندگان ذکر شده است؛ به عنوان مثال، برخی از شرایط عبارت بودند از: اندازه فرش از یک حداقل نباید کمتر باشد، لزوم نیروی کار کافی، ساده‌تر بودن نقشه و آسان‌تر بودن بافت این نوع فرش نسبت به روش کارفرمایی مزدی و در نتیجه مناسب بودن آن برای افراد مسن‌تر که توانایی جسمانی کمتری دارند، بازارپسندی کمتر، فروش پایین و قیمت کمتر این نوع فرش‌ها و تعهد بافنده با اتمام فرش در زمان معین. کارفرمایان در بافت نقشه‌های به‌روز و بازارپسند تمایل چندانی به سرمایه‌گذاری و انتخاب این روش نشان نمی‌دادند، در حالی که بافندگان روستایی معتقد بودند که در صورت تأمین نهاده‌هایی مانند نقشه‌های به‌روز و بازارپسند از سوی کارفرمایان، این روش را نسبت به روش مزدی بیشتر ترجیح می‌دادند.

وظیفه این شورا کارشناسی فرش‌های بافته‌شده بود و مقدار مزد را با توجه به زمان بافت، کیفیت بافت، طرح و نقشه، اوضاع بازار تعیین می‌کردند که کارفرما مکلف بود این مزد را طبق نظر شورا به بافندگان پرداخت کند. در **جدول (۵)** نمونه‌ای از نقل قول‌های بافندگان در مورد نحوه فعالیت و تعیین مزد آورده شده است؛ به عنوان مثال، یکی از روستاییان بیان کرد که در شورای مزد به دلیل این که کارشناسان ارزیاب خود از کارفرمایان می‌باشند و به خاطر ملاحظات صنفی بین کارفرمایان اغلب میزان دستمزد بافندگان کمتر ارزیابی می‌شود. همچنین، به دلیل عدم وجود نماینده‌ای از بافندگان، آن‌ها از شیوه قیمت‌گذاری بی‌اطلاع هستند. از دید بافندگان در شیوه کارفرمایی مزدی، شورای مزد شهر قم در تعیین مزد نسبت به شورای شهر زنجان باانصاف‌تر عمل کرده است.

در شیوه سهم‌بری پس از پایان بافت، فرش به کارفرما تحویل داده می‌شد. کارفرما پس از انجام عملیات تکمیلی روی فرش، در شرایطی که بازار مناسب بود، فرش را به فروش می‌رساند.

مبلغ دریافتی از فروش به صورت مساوی بین کارفرما و بافنده تقسیم می‌شد. این حالت از بافت شرایط خاصی داشت

### جدول ۵- نقل قول‌های بافندگان در مورد بافت به شیوه سهم‌بری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

کدبندی (مفاهیم)	نقل قول‌ها	بافندگان
شرایط محدودیت اندازه فرش، وجود قوانین در بافت فرش به شیوه سهم‌بری، عدم وجود نیروی کار مانع فعالیت به شیوه سهم‌بری	در بافت به شیوه سهم‌بری، اندازه فرش بالاتر از ذرع چارک (۸۰ * ۱۳۰ سانتی‌متر) باید باشد، من چون تنهایی فرش می‌بافم، نمی‌توانم با این اندازه فرش ببافم.	بافنده ۱: روستای قره‌چریان
آسان بودن روش سهم‌بری نسبت به سایر روش‌ها	در روش سهم‌بری نقشه‌های آسان‌تر با رجشمار پایین می‌دهند. من چون چشمانم ضعیف است این روش را نسبت به سایر روش‌ها ترجیح می‌دهم.	بافنده ۲: روستای باغلوچه‌آقا
عدم فعالیت کارفرمایان قم به شیوه سهم‌بری	کارفرمایان قم معمولاً به صورت سهم‌بری کار نمی‌کنند.	بافنده ۳: روستای بزوشا
عدم بازاری‌پسندی نقشه‌های بافته‌شده در شیوه سهم‌بری	در روش سهم‌بری معمولاً نقشه‌های قدیمی بافته می‌شود. بنابراین، در فروش دچار مشکل می‌شویم.	بافنده ۴: روستای باغلوچه‌آقا
وجود نقشه بازارپسند در روش سهم‌بری باعث به‌نفع بودن این روش نسبت به سایر روش‌هاست	روش سهم‌بری اگر نقشه مناسبی بافته شود و بازار مناسب باشد به نفع بافنده است.	بافنده ۵: روستای سهرین
عدم تحویل به موقع باعث کاهش سهم دریافتی از فروش فرش	من به علت مشکلاتی که داشتم فرش را دیر تمام کردم از درصد سهم من کارفرما کم کرد. دیر تمام کردن در درصد سهم تأثیر دارد.	بافنده ۶: روستای سهرین

#### ۴.۴. کیفیت نهاده‌ها با توجه به شیوه تولیدی

انتخاب نوع شیوه تولیدی توسط بافندگان ارتباط زیادی با انتخاب نوع طرح و نقشه داشت. فروشندگان نهاده‌ها (که خود نقش کارفرما را نیز برعهده می‌گرفتند) و کارفرمایان، بسته به نوع شیوه تولیدی، نقشه را به بافندگان می‌دادند؛ برای مثال، کارفرمایان ترجیح می‌دادند که بهترین نقشه خود را که دارای فروش زیادی بود و نیاز به هزینه بالاتری داشت، در شیوه کارفرمایی مزدی سرمایه‌گذاری کنند، در حالی که در شیوه خویش‌فرمایی، فروشندگان نهاده‌ها، نقشه‌های قدیمی را در اختیار بافنده قرار می‌دادند. با این وجود، در شیوه خویش‌فرمایی نیز ممکن بود نقشه خوبی هم در اختیار بافنده (خویش‌فرما) که از وی شناخت کافی داشتند و کیفیت کاری بالایی در بافت داشت، قرار دهند؛ ولی در این صورت فروشندگان این نقشه را به صورت مشروط در اختیار بافنده می‌گذاشت. در این شرط، بافنده متعهد می‌شد که فرش را پس از اتمام به خود فروشنده بفروشد. مبلغ کرایه نقشه بسته به بازار آن متفاوت بود؛ مثلاً نقشه با بازار فروش نسبتاً خوب حدود ۴۰۰ هزار تومان در یک دوره بافت کرایه داده می‌شد، در حالی برای نقشه معمولی حدود ۱۰۰ هزار تومان در این دوره در نظر

گرفته می‌شد. نقشه‌های به‌روز و بازارپسند صرفاً در شیوه تولید مزدی در اختیار بافندگان قرار می‌گرفت. به عقیده یکی از کارفرمایان فرش، برای نقشه‌ای با بازارپسندی بالا (مثلاً طرح جمشیدی) لازم است حدود ۲۰ میلیون تومان به طراح ساکن در شهر قم پرداخت شود. با توجه به این که ظرفیت فروش هر طرح بافته‌شده در بازار محدود است، با این طرح بیشتر از حدود ۲۰ فرش نمی‌توان بافت. بنابراین، در اجاره نقشه‌های گران و بازارپسند، فروشندگان حساسیت زیادی را مورد ملاحظه قرار می‌دادند. در این حالت برای اجاره چنین نقشه‌ای با فرض بافت ۲۰ فرش، هر بافنده باید یک میلیون تومان بابت اجاره نقشه بپردازد؛ ولی بافندگان روستایی توان پرداخت این مبلغ را نداشته و معمولاً نقشه‌های قدیمی را ترجیح می‌دادند.

#### ۴.۵. فروش برحسب شیوه تولید

در شیوه خویش‌فرمایی، پس از بافت، بافنده برای فروش فرش، معمولاً به فروشنده‌ای که از وی نقشه یا دیگر نهاده‌ها تهیه شده بود (خریداری یا اجاره) مراجعه می‌کرد و به دو صورت زیر فرش را عرضه می‌کرد:

الف) فروش نسبتی یا درصدی (حق‌العمر کاری یا اجرت فروش): بیشتر بافندگان به این شکل فرش خود را عرضه می‌-

پرداخت فرش، فروشنده فرش را در بازار فرش شهرهای دیگر، به‌ویژه شهر قم جهت فروش عرضه می‌کرد. به این دلیل بازار فرش ابریشم زنجان عمدتاً در شهر قم بود که نقشه‌های بازار پسند و پرتقاضا عمدتاً از طریق طراحان شهر قم تأمین می‌شد و در بازار صادرات نیز به عنوان فرش قم به فروش می‌رسید. در حقیقت، در بازار فرش، هر شهری طرح و نقشه مخصوص به خود را دارد و بازار متناسب با آن شکل یافته است. فرش‌ها در شهر قم یا به صورت داخلی به فروش می‌رسیدند و یا به کشورهای دیگر صادر می‌شدند. شهرها و کشورهای عمده واردکننده فرش ابریشم ایران عبارت بودند از: دبی، آلمان، ژاپن، روسیه و دیگر کشورهای حوزه خلیج فارس.

شایان ذکر است که فرش‌های ابریشمی با کیفیت و بازار پسند در اکثر موارد پس از پرداخت اولیه به شهر قم فرستاده می‌شدند و در آنجا عملیات کامل روی فرش صورت می‌گرفت. پس از آماده‌شدن فرش یا در شهر قم به فروش می‌رسیدند و یا به دلیل سفارش مشتری مجدد به شهر زنجان آورده شده و به مشتری تحویل داده می‌شد. مصرف فرش ابریشمی در بازار محلی شهر زنجان بسیار پایین بود و کمتر از ۵٪ از بازار فرش ابریشم تولید شده در استان را به خود اختصاص می‌داد. پیدا کردن بازار فروش برای بافندگان خویش‌فرما دارای پیچیدگی و حساسیت بسیاری زیادی بود؛ زیرا آن‌ها فاقد دانش بازاریابی کافی و شبکه اجتماعی قوی با دیگر کنش‌گران بازار داخلی و خارج از کشور بودند. بنابراین، در صورت بافت حتی فرش با کیفیت و نقشه بالا، مجبور بودند آن را در بازار محلی ارائه کنند که قیمت بالایی به ازای آن پرداخت نمی‌شد. به عقیده یکی از کارفرمایان، بافندگان خویش‌فرما اغلب نمی‌توانند بازار مناسبی را پیدا کنند؛ به عنوان مثال، یکی از بافندگانی که فرش را به صورت خویش‌فرما تولید کرده بود؛ یعنی هزینه‌های مواد اولیه را خود پرداخت کرده بود، یک فرش ۶ متری را باید ۱۸ میلیون تومان می‌فروخت، در صورتی که برای بافت همان فرش در شیوه کارفرمایی مزدی که هزینه‌های مواد اولیه بر عهده کارفرما بود، ۳۰ میلیون تومان به او دستمزد تعلق می‌گرفت. فروش فرش علاوه بر مهارت در بازاریابی، به شرایط بازار، بافت بافنده، کیفیت مواد اولیه، نقشه و سلیقه کارفرما و فروشنده بستگی داشت.

کردند. در این حالت، بافنده فرش را به صورت امانت در اختیار فروشنده نهاده‌ها جهت فروش قرار می‌داد و فروشنده پس از فروش فرش، درصدی از مبلغ دریافتی را به عنوان حق‌العمل (با توافق بافنده) برداشت می‌کرد. به عقیده عده‌ای از فروشندگان و کارفرمایان، فروشنده درصد دریافتی از فروش را موقع تحویل فرش، تعیین می‌کرد، این مبلغ معمولاً ۲۰٪ از مبلغ فروش فرش بود؛ ولی بعضی از فروشندگان تا ۵۰٪ را نیز دریافت می‌کرده بودند.

ب) فروش مستقیم فرش به خریدار در بازار: این روش کمتر بین بافندگان دیده می‌شد. همچنین، بیشتر فروشندگان خریدار این فرش‌ها در بازار شهر قم قرار داشتند و فروشندگان بازار فرش شهر زنجان، به دلیل ریسک بالای این شیوه و عدم نقدینگی کافی، کمتر تمایل به خرید مستقیم فرش نشان می‌دادند. ریسک بالای این روش به این معنی بود که نفع یا ضرر طرفین بسته به اوضاع بازار داشت، چون ممکن بود فروشنده فرش را از بافنده می‌خرید؛ ولی به دلیل وضعیت نامناسب بازار مجبور می‌شد با قیمت کمتری آن را بفروشد و یا برعکس فرش خریداری شده را با قیمت بالاتری به بازار شهر یا ملی عرضه کند.

در شیوه خویش‌فرمایی، همان طور که تأمین نهاده‌ها بر عهده بافنده روستایی می‌باشد، فروش و بازاریابی نیز بر عهده خود بافنده بود. در این شیوه پس از بافت، بافنده فرش تولیدی را یا خود به طور مستقیم جهت فروش به شهر عرضه می‌کرد و یا به دلال محلی می‌فروخت. دلال محلی خریدار فرش، در بیشتر موارد همان تأمین‌کننده نهاده‌ها بود. پس از عرضه و فروش فرش به خریداران آن (فروشندگان فرش) در شهر زنجان مسؤلیت فروش آن بر عهده فروشنده‌ها قرار می‌گرفت و رفتار آن‌ها بستگی به رونق بازار فرش ابریشم داشت؛ به گونه‌ای که در صورت مناسب بودن بازار، تقاضای بالا و خرید و فروش زیاد، این فروشندگان فرش‌های خریداری شده را در فروشگاه خود به مشتریان عرضه می‌کردند. در این حالت، تنها عملیات لازم قبل از عرضه فرش به مشتریان، پرداخت کردن فرش بود. از سوی دیگر، در صورت نامناسب بودن بازار فروش، فروشنده باید خودش بازار مناسب را به‌ویژه خارج از شهر زنجان پیدا می‌کرد و معمولاً فرش‌ها با قیمت پایین‌تری به فروش می‌رسیدند. در این حالت بعد از





در شیوه کارفرمایی، فرش پس از بافت تحویل کارفرما داده می‌شود و کارفرما مانند یکی از حالت‌های ذکر شده در بازار شهر زنجان یا شهر قم فرش را به دست خریدار می‌رساند. هر چند شبکه ارتباطی آن‌ها به صورت قوی با خریداران و صادرکنندگان فرش در شهر قم بود.

#### ۴.۶. مقایسه مزد دریافتی بافنده در دو شیوه تولیدی

##### خویش‌فرمایی و کارفرمایی

مقایسه هزینه و قیمت فروش در سه روش تولید مزدی، سهم‌بری و خویش‌فرمایی نشان داد که با فرض استفاده از نقشه یکسان در سه روش (استفاده از طرح جمشیدی به منظور مقایسه سه روش تولید موجود به دلیل نشان‌دادن اهمیت عوامل دیگر از جمله شناخت بازار و وجود رابطه برای فروش، کیفیت بافت (رجشمار بالا، عدم وجود بالازدگی و پایین‌زدگی) در قیمت فرش تولیدی است، در حالی که در عمل بافندگان در شیوه خویش‌فرمایی توان خرید یا اجاره نقشه‌های گران‌قیمت و بازارپسند همانند طرح جمشیدی را ندارند) و استفاده از نهاده‌های با کیفیت عالی در روش مزدی و نهاده‌های خوب در روش سهم‌بری و نهاده‌های نامرغوب در روش خویش‌فرمایی اختلاف چندانی در مجموع هزینه‌های خرید نهاده‌ها وجود ندارد که یکی از دلایل آن این است که در صورتی که ابریشم نامرغوب خریداری شود، امکان وجود ابریشم‌های غیرقابل استفاده در آن بسیار است. در این حالت ابریشم با ضخامت‌های مختلف به خریدار داده می‌شود و بافنده مجبور است که برای جلوگیری از بالازدگی و کاهش کیفیت فرش از ابریشم‌های یک‌دست‌تر استفاده کند. بنابراین، نسبت به سایر حالت‌ها ابریشم بیشتری استفاده می‌شود. از این رو، به دلیل دورریختگی بالا در روش خویش‌فرمایی هزینه نهاده‌ها افزایش می‌یابد. مقایسه مجموع هزینه‌های انجام‌شده برای خرید نهاده‌ها و پرداخت مزد به بافنده در روش مزدی نشان داد که کارفرما پس از پرداخت مزد بافنده و کسر هزینه خرید

نهاده‌ها حدود ۲۰ میلیون تومان ارزش افزوده کسب می‌کند. مقایسه هزینه‌ها در روش سهم‌بری نشان داد که به دلیل تساوی سود دریافتی از فروش، این حالت به نفع بافنده می‌باشد؛ ولی در عمل اکثر کارفرمایان در این روش از نقشه‌هایی استفاده می‌کنند که بازارپسندی کمتری دارد؛ زیرا هزینه‌ای که برای اجاره نقشه بازارپسند می‌کنند، بالاتر از سایر نقشه‌ها است.

با مقایسه مجموع هزینه‌ها در روش خویش‌فرمایی نتایج نشان داد که بافنده با کسر هزینه‌های خرید نهاده‌ها حدود ۱۰ میلیون تومان سود دریافت می‌کند. مقایسه سه روش تولیدی نشان می‌دهد که روش مزدی از نظر دستمزد هم به نفع بافنده و هم به نفع کارفرما می‌باشد؛ زیرا ارزش افزوده بالاتری دارد؛ زیرا کارفرما با داشتن منابع مالی، اطلاعاتی و نهاده‌ای بالا محصول باکیفیت‌تر تولید کرده و با شناخت بازار محصول را با قیمت مناسب به فروش می‌رساند. بنابراین، بافنده روستایی نیز با برخورداری از منابع مالی کافی برای خرید نهاده‌های باکیفیت همانند روش مزدی و داشتن منابع اطلاعاتی کافی برای شناخت نیاز بازار و تهیه نقشه‌های بازارپسند و شناخت بازار برای فروش فرش می‌تواند سود اصلی تولید را که عاید کارفرما می‌شود، از آن خود کند. میزان ارزش افزوده با توجه به طرح و اندازه متفاوت است، در صورتی که طرح جمشیدی اعلا با تراکم بالا تولید شود، سود بیشتری نسبت به این نقشه عاید کارفرما و بافنده می‌شود؛ زیرا در تراکم بالا تعداد گره‌ها بالاتر و نخ ابریشم نازک‌تر است، بافت سخت‌تر بوده و فرش استحکام بالاتری دارد و با تفاوت قیمت بیشتری نسبت به این طرح به فروش می‌رسد، در صورتی که سه نوع فرش ذکر شده در جدول (۶) صادر شوند، در صورت وجود واسطه برای فروش مبلغ فرش صادراتی با فرش فروخته‌شده در قم حدود یک الی دو میلیون تومان متفاوت است.

#### جدول ۶- مقایسه مجموع هزینه‌ها و مزد دریافتی برای فرش ابریشم طرح جمشیدی خوب براساس شیوه تولید در سال ۱۳۹۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

نوع شیوه تولیدی	کیفیت فرش	مجموع هزینه‌ها (تومان)	مزد دریافتی بافنده	قیمت در بازار (تومان)
کارفرمایی (مزدی)	عالی	۷,۹۴۸,۰۰۰	۳۰-۳۵ میلیون تومان	۶۰,۰۰۰,۰۰۰
کارفرمایی (سهم‌بری)	خوب	۷,۲۵۲,۰۰۰	۲۰ میلیون تومان	۴۰,۰۰۰,۰۰۰
خویش‌فرمایی	نامرغوب	۷,۳۳۶,۰۰۰	۱۸ میلیون تومان	۱۸,۰۰۰,۰۰۰

## ۵. بحث و نتیجه‌گیری

اهمیت شیوه‌های تولید فرش دست‌باف در کیفیت، بازاریابی و فروش، با توجه به نقش مهم و کلیدی فرش در تأمین معیشت خانوارهای روستایی، ضرورت بررسی شیوه‌های تولید آن را توسط خانوارهای روستایی مشخص می‌کند. بررسی شیوه‌های تولید فرش دست‌باف ابریشمی در شهرستان زنجان نشان داد که در روستاهای شهرستان زنجان دو شیوه تولید کارفرمایی و خویش‌فرمایی وجود دارد. این یافته اگرچه دو نوع شیوه‌های تولیدی کارفرمایی و خویش‌فرمایی گزارش شده از سوی لطیفی و همکاران (۱۳۹۲) را تأیید می‌کند، برخلاف آن مطالعه، نظام تولید به شیوه مشارکتی (تعاونی) در شهرستان زنجان مشاهده نمی‌شود.

بررسی روش‌های تولید فرش نشان داد که بیشتر بافندگان به شیوه کارفرمایی فعالیت دارند، این یافته با نتایج حاصل از مطالعه میرکتولی (۱۳۸۸)، مبنی بر این که بیشتر بافندگان به شیوه کارفرمایی فعالیت دارند، هم‌خوانی دارد، در حالی که اکثریت بافندگان در بخش قره پشتلو و زنجانرود به شیوه کارفرمایی مشغول هستند، در بخش مرکزی شیوه خویش‌فرمایی بیشتر رواج دارد. در بخش مرکزی که بافت فرش رواج چندانی ندارد و تعامل مستقیم مردم با بازار شهر زنجان بیشتر است، کارفرماها نیز سرمایه‌گذاری کمتری در نقاط روستایی آن کرده‌اند. در بخش زنجانرود، بافت فرش بیشتر به صورت فصلی است و شیوه کارفرمایی نسبت به بخش قره‌پشتلو که بافت فرش شغل اصلی مردم است، رواج بیشتری دارد. در بررسی دقیق‌تر مناطق روستایی بر حسب شیوه‌های تولید نتایج نشان داد که در روستاهای دورافتاده مانند قره‌تپه و حاجی سیران بافت به شیوه کارفرمایی اصلاً وجود ندارد، در حالی که در روستاهایی از قبیل مشکین، همایون و بزوشا شیوه کارفرمایی رواج بیشتری دارد. بنابراین، کارفرمایان در مناطقی که بافت فرش شغل اصلی مردم روستا است و مناطق روستایی در دسترس‌تری است، مراجعه می‌نمایند، زیرا در روش کارفرمایی، کارفرما در حین بافت بر تولید نظارت دارد، به این دلیل مکان‌های با دسترسی بیشتر برای تولید انتخاب می‌کند.

تأمین نهاده‌ها و فروش محصول تولیدی با توجه به نوع شیوه تولید متفاوت می‌باشد. در شیوه تولید خویش‌فرمایی

همان‌گونه که مورد بحث قرار گرفت، تأمین نهاده‌ها بر عهده بافنده است و نظارت بر بافت و کیفیت آن بر عهده بافنده بوده و فروشندگان و کارفرمایان دیگر نظارتی بر بافت ندارند. همین مورد سبب می‌شود که بافندگان از برخی عیوب احتمالی در فرش به دلیل نبود اطلاعات در آن زمینه جلوگیری نکرده و سبب کاهش کیفیت فرش، همچنین کاهش قیمت و عدم بازاریابندی آن می‌شود. در این روش فروش فرش بافته‌شده نیز بر عهده بافنده می‌باشد که در این شیوه تولید نیز فروش به دو حالت (۱) فروش نسبتی یا درصدی که پس از فروش قبلی با بافنده به عنوان حق‌العمل کاری یا اجرت فروش به فروشنده داده می‌شد. در این حالت بافنده با وجود پرداخت هزینه نهاده‌ها و بافت فرش سهم قابل توجهی از فروش فرش را به علت عدم شناخت بازار فروش، به فروشنده می‌دهد. (۲) در روش دیگر فرش به خریداران در بازار شهر زنجان یا شهرهای دیگر از جمله قم فروخته می‌شد که فروش به بازاریان قم رواج بیشتری نسبت به بازاریان شهر زنجان به دلیل ریسک بالا و نقدینگی کم بازاریان زنجان داشت. در این حالت نیز سود کمتری عاید بافنده می‌شود، به این دلیل که فروشنده فرش را به مبلغ کمتری از بافنده خریداری کرده، در عوض با سود بیشتری به کشورهای دیگر صادر می‌کند.

در شیوه تولید کارفرمایی، تأمین نهاده‌های تولید بر عهده کارفرما بود. شیوه تولید کارفرمایی به دو حالت مزدی و سهم‌بری انجام می‌گرفت. تفاوت در دو حالت مزدی و سهم‌بری در فروش فرش بود. در شیوه مزدی، بافنده پس از بافت، فرش را به کارفرما تحویل داده و مزد خود را با توجه به شرایط بازار، کیفیت بافت و مدت زمان بافت در همان لحظه و طبق نظر شورای مزد دریافت می‌کرد؛ ولی در شیوه سهم‌بری بافنده با کارفرما در سود و زیان بافت سهیم بوده و پس از فروش فرش ۵۰٪ از مبلغ حاصل از فروش را دریافت می‌کرد. همچنین، کیفیت نهاده‌ها در شیوه سهم‌بری نسبت به مزدی پایین‌تر بوده و نقشه‌های قدیمی‌تری نسبت به مزدی بافته می‌شد. در شیوه مزدی کارفرما با شناخت بازار اقدام به بافت نقشه مناسب با نهاده‌های مرغوب کرده و محصول تولیدی با قیمت بالایی به فروش می‌رساند و سود بیشتری عاید بافنده نسبت به سایر روش‌ها می‌شود، در حالی که بافنده در مبلغ



حاصل از فروش به صورت مساوی با کارفرما سهم می‌برد؛ ولی به دلیل کیفیت پایین نهاده‌ها و رجشمار پایین فرش که سبب آسان‌تر بودن بافت آن نسبت به شیوهٔ مزدی شده است، سود کمتری عاید بافنده و کارفرما می‌شود.

مقایسهٔ دو شیوهٔ تولیدی موجود در روستاهای شهرستان زنجان نشان داد که کیفیت نهاده‌ها در دو شیوهٔ متفاوت بوده؛ به گونه‌ای که در شیوهٔ خویش‌فرمایی در مقایسه با کارفرمایی کیفیت نهاده‌ها از جمله نخ و نقشه پایین بوده که این یافته با نتایج حاصل از مطالعهٔ میرکتولی (۱۳۸۸) که در روش دستمزدی به کمیت بیشتر از کیفیت توجه دارند، هم‌خوانی ندارد. دلیل کیفیت بالای نهاده‌ها در شیوهٔ کارفرمایی به خاطر توان ارتباطاتی، دانشی و مالی بالای کارفرما برای تهیهٔ نهاده‌ها با کیفیت بالا است. کارفرما به دلیل برخورداری از منابع مالی و داشتن سرمایه‌های اجتماعی بالا و ارتباط با سایر شهرها و تاجران، همچنین برخورداری از منابع اطلاعاتی کافی از کیفیت نهاده‌ها اطلاعات کافی داشته و در نهایت، محصول تولیدی از کیفیت زیادی برخوردار است. این یافته با نتایج حاصل از مطالعهٔ کیانی ابری و خاقانی (۱۳۸۵) مبنی بر وجود ارزش‌افزودهٔ بالاتر در شیوهٔ کارفرمایی نسبت به خویش‌فرمایی به دلیل داشتن سرمایهٔ بالاتر و بازاریابی بهتر توسط کارفرما تطابق دارد. همچنین، از دلایل دیگر آن وجود انحصار در دسترسی به نهاده‌های با کیفیت به‌خصوص نقشه است؛ به طوری که نقشه‌های به‌روز و بازارپسند فقط در اختیار کارفرمایان قرار دارد. همچنین، مقایسهٔ دو شیوهٔ تولیدی نشان می‌دهد که در شیوهٔ خویش‌فرمایی بافندگان توان یافت بازار مناسب برای فرش خود را ندارند، در نتیجهٔ فرش تولیدی یا به فروش نمی‌رسد و یا به اجبار، با قیمت پایین به فروش می‌رسد. بنابراین، فروش فرش به مهارت زیادی در بازاریابی نیاز دارد؛ علاوه بر این، شرایط بازار، کیفیت بافت بافنده، کیفیت مواد اولیه، نقشه و سلیقهٔ کارفرما و فروشنده از عوامل مهم تأثیرگذار در بازاریابی است.

در تأمین نهاده‌های بافت فرش، بافندگان روستایی وابستگی شدیدی به فروشندگان نهاده‌ها که خود در بیشتر موارد نقش کارفرما را نیز ایفا می‌کنند (در روش خویش‌فرمایی) و کارفرمایان (در روش کارفرمایی) دارند. بازار فروش فرش نیز با بازار تأمین نهاده از لحاظ نوع و کیفیت

نهاده، به‌ویژه نقشه، نخ و و پود در هم تنیده است. این دو بازار از سوی کارفرمایان و فروشندگان نهاده‌ها و فروشندگان فرش کنترل می‌شوند و بافندگان در هر دو بازار تأثیرگذاری ضعیفی داشته، قدرت چانه‌زنی پایینی دارند. در نتیجه، حاشیهٔ بازار فرش از تولید تا خرید به وسیلهٔ خریدار نهایی فرش بالا بوده و در این زنجیره ارزش‌افزودهٔ پایینی به بافندگان روستایی می‌رسد. سود بالا در روش کارفرمایی مزدی به دلیل برخورداری کارفرما از منابع بالای اطلاعاتی، مالی و نهاده‌ای است؛ به گونه‌ای که از کانال‌های وسیع ارتباطی برای شناخت بازار و کیفیت نهاده‌ها برخوردار بوده، همچنین از منابع مالی کافی برای خرید نهاده‌های با کیفیت و مرغوب و سرمایه‌گذاری بیشتر در تولید فرش برخوردار است. سود کارفرما و درآمد بالاتر بافندگان (مزد پرداختی از سوی کارفرما به بافندگان در ازای بافت) در این روش در مقایسه با درآمد حاصل از روش خویش‌فرمایی نیز خود تابعی از زمان، دانش، دقت و نیروی انسانی صرف‌شده از سوی بافندگان؛ تجربه، دانش، سرمایهٔ مالی و سرمایهٔ اجتماعی بالای کارفرما در بازار فرش؛ انحصار دسترسی به نهاده‌های با کیفیت (به‌ویژه نقشه) و بازار فروش در دست کنش‌گران بازار؛ عدم وجود تشکل قوی در حمایت از بافندگان خویش‌فرما و از این قبیل است. بنابراین، فرضیهٔ برتری شیوهٔ کارفرمایی مزدی نسبت به دیگر شیوه‌ها را نمی‌توان تأیید کرد؛ به طوری که بافندگان روستایی خویش‌فرما نیز در صورت برخورداری از منابع اطلاعاتی، مالی و نهاده‌ای کافی، همچنین تأثیرگذاری بر شبکهٔ بازار از طریق تشکل‌های خود، می‌توانند حاشیهٔ بازار را کاهش دهند و ارزش‌افزودهٔ بیشتری را در زنجیرهٔ ارزش فرش ابریشم به دست آورند، این یافته با نتایج حاصل از مطالعهٔ امانیان بیدختی و صادقی نیا (۲۰۱۵) مطابقت دارد.

### تشکر و قدردانی

پژوهش حاضر برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد الهام احمدی‌فرد، گروه آموزش کشاورزی، ارتباطات و توسعه روستایی، دانشکده مهندسی کشاورزی، دانشگاه زنجان است.

### یادداشت‌ها

- 1 Amanian Bidokhti & Sadeginia
2. RRA: Rapid Rural Appraisal
3. PRA: Participatory Rural Appraisal
4. Grounded Theory

## کتاب‌نامه

1. Ahmadi, F. (1391/2012). Investigating handmade carpet production and distribution system in the Kurdistan Province. *Supply Chain Management*, 14(35), 42-49. [In Persian]
2. Anaraki, Z. (1391/2012). *Assessing capacity building needs of market-oriented extension for individual and cooperative poultry farms in Qom province* (Unpublished master's thesis). University of Zanjan, Iran. [In Persian]
3. Asayesh, N., & Faraji, M. (1387/2008). Investigating handmade carpets production and distribution system in order to provide appropriate solution based on changing the Push system to the Pull system. *Goljam*, 11, 41-56. [In Persian]
4. Bidokhti, P. A., & Sadeginia, S. (2015). The role of rural cooperatives in increasing income and investment in handicrafts domains. *Journal of Research and Rural Planning*, 4(3), 33-35.
5. Chavosh Bashi, F. (1392/2013). Iranian carpet economy: Investigating the status of carpet in national economy and its role in job making and national production. *Art Research Journal*, 1(2), 53-60. [In Persian]
6. Farhikhteh, S., & Farhikhteh, F. (2013). Studying the role of using electronic commerce in development of handy-woven carpet exports compared to using the traditional methods. *African Journal of Business Management*, 7(25), 24-44.
7. Karami Dehkordi, E. (1394/2015). *The capacities and needs of rural communities for the integrated and participatory watershed management in Ghezeltape watershed, Zanjan Province*. Zanjan: Natural Resources and Watershed Management Administration of Zanjan Province, Iran. [In Persian]
8. KianiAbri, M., & Khaghani, H. (1385/2006). Comparing value add of handmade carpet in the entrepreneurial and self production condition. *Goljam*, 4-5, 87-112. [In Persian]
9. Latifi, S., Sadi, H., ShabanaliFami, H., & Moshref, M. (2014). Investigating socio-economic impact of rural handmade carpet cooperatives in Hamadan province. *Journal of Applied Studies in Geographical Sciences*, 14(32), 117-139. [In Persian]
10. Mazhari, M., Shahnoshi, N., & RafeeDarani, H. (1388/2009). Assessing handmade carpet production systems using multi criteria techniques: A case study in the East Azarbayjan Province. *Goljam*, 13, 59-72. [In Persian]
11. Mirkatoli, J. (1388/2009). Investigating socio-economic reasons of Turkaman carpet quality reduction. *Geographycal Research*, 94, 51-66. [In Persian]
12. Razzaque, M. A., & Raihan, S. (2008). Trade-development-poverty linkages: Reflections from selected Asian and Sub-Saharan African countries. Volume I – Country Case Studies. CUTS International, Jaipur, India.
13. Statistical Center of Iran. (1390/2011). *Family questionnaires form*. Retrieved from [www.amar.org.ir/Default.aspx?tabid=155](http://www.amar.org.ir/Default.aspx?tabid=155). [In Persian]