

مجله توسعه و سرمایه / سال دوم / شماره ۴ / پاییز و زمستان ۱۳۸۸ / صفحات ۹۵-۱۱۵

## بررسی مشکلات مصرف، تولید و صادرات فرش دستباف استان کرمان رهیافت تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

فاطمه ایرانی کرمانی \*

دکتر حمیدرضا حری \*\*

دکتر زین العابدین صادقی \*\*\*

تاریخ پذیرش: ۸۸/۶/۲۲

تاریخ دریافت: ۸۷/۱۰/۲۴

### چکیده

از سال ۱۳۷۳ روند کاهش صادرات فرش دستباف در کشور آغاز شدند و متأسفانه این روند تاکنون ادامه دارد. اما به دلیل ویژگی فرش کرمان، صادرات فرش کرمان بیشتر کاهش یافته است. بدین منظور در این مقاله سعی شده است مشکلات اقتصادی صنعت فرش دستباف کرمان مورد بررسی قرار گیرد.

روش تحقیق این مطالعه از نوع توصیفی مبتنی بر روش علی و معلولی است. این مطالعه به صورت مقطعی در سال ۱۳۸۶ صورت گرفته و برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. برای این که مقایسه‌ای بین مشکلات سه بخش تولید، مصرف و صادرات فرش صورت گیرد با استفاده از نظر کارشناسان، پرسشنامه‌ای طراحی شده است. ۱۱۴ پرسشنامه بین تولیدکنندگان، صادرکنندگان و سایر دست‌اندرکاران فرش دستباف استان کرمان توزیع، و با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی این مشکلات رتبه‌بندی شده است. بر اساس نتایج این مطالعه رتبه اول مشکلات مصرف، تولید و صادرات فرش دستباف استان کرمان، مربوط به بخش دولتی، رتبه دوم مربوط به بازار، رتبه سوم مربوط به رقیبان و رتبه چهارم مشکلات مربوط به بخش خصوصی است.

\* عضو هیات علمی گروه اقتصاد دانشگاه شهید باهنر کرمان Email: irani-fatemeh87@mail.uk.ac.ir

\*\* استادیار گروه اقتصاد دانشگاه شهید باهنر کرمان Email: horryhr@mail.uk.ac.ir

\*\*\* استادیار گروه اقتصاد دانشگاه شهید باهنر کرمان Email: Z\_Sadeghi@mail.uk.ac.ir

**واژه‌های کلیدی:** صنعت فرش، تحلیل سلسله مراتبی، صادرات فرش، استان کرمان، فرش دستباف.

**طبقه بندی JEL:** D12, D21, F10

### ۱- مقدمه

از روزگاران گذشته نام کرمان با فرش، آن هم نوع مرغوب آن همراه بوده است. ویژگی‌های فرش کرمان در ادبیات عامیانه کشور ما نیز نفوذ کرده است به گونه‌ای که ایرانیان، مردم مقاوم و پراستقامت و پیرناشدنی را به «قالی کرمان» مثل می‌زنند. استان کرمان، که با وجود هوایی خشک و زمینی کم آب، دارای آب و هوایی خشن است از دیرباز یکی از مراکز مهم فرشبافی کشور ما به شمار می‌رفته است تاریخ فرشبافی کرمان به قرن‌ها پیش و قبل از دوران صفویه می‌رسد.

در کرمان و شهرهای راور، جوپار، بافت، ماهان، بم، جیرفت، رفسنجان، زرنند، سیرجان، گلپاف و سایر شهرها و قرا و قصبات این استان، مردم فرشبافی را به عنوان شغلی اصلی انتخاب کرده‌اند و با علاقه زیاد به آن می‌پردازند. بدین دلیل است که طرح و نقش و بافت فرش‌های این استان همواره تازگی و زیبایی و تنوع خود را حفظ کرده است.

به طور کلی دو دسته متمایز از نظر مشخصات بافت و طرح در استان کرمان وجود دارد که شامل فرش‌های دست‌باف شهری باف و فرش‌های عشایری باف است. ویژگی‌های فرش‌های شهری باف را می‌توان به شرح زیر طبقه‌بندی که:

۱- اندازه فرش‌ها معمولاً بزرگ است. ۲- نقوش به کار رفته از روی نقشه فرش بافته می‌شود. ۳- فرش‌ها اغلب ظریف باف، رجشمار آنها زیاد است. ۴- طرح‌ها دارای خطوط گردان و اسلیمی است.

فرش‌های عشایری باف در مناطقی نظیر بافت، سیرجان، شهر بابک و جیرفت بافته می‌شود. ویژگی‌های فرش‌های عشایری به شرح زیر است:

۱- ابعاد قالی عموماً کوچک است. ۲- در بافت قالی از دارهای افقی استفاده می‌شود. ۳- رج شمار فرش کم، و اغلب آنها درشت باف است. ۴- خطوط نقشه معمولاً شکسته و هندسی است. ۵- طرح‌ها بدون استفاده از نقشه و معمولاً به صورت ذهنی بافته می‌شود. در سال‌های اخیر، رکود صنعت فرش کشور بر صنعت فرش استان کرمان نیز سایه افکنده است و شاید بتوان گفت که رکود صنعت فرش کرمان نسبت به تولید فرش در سایر نقاط کشور بیشتر است. به این دلیل در این مقاله سعی می‌شود مشکلات اقتصادی صنعت فرش دستباف کرمان مورد بررسی قرار گیرد.

## ۲- مطالعات انجام شده در موضوع صنعت فرش دستباف در ایران

مهینی زاده در سال ۱۳۷۱ و در تحقیقی با عنوان «نقش صنعت فرش دستباف در توسعه اقتصادی استان یزد و بررسی موانع و امکانات توسعه آن» موانع توسعه صنعت قالی بافی استان یزد را چنین بر می‌شمرد:

الف) موانع فرهنگی و عقیدتی که شامل ارزش‌های شغلی، ارزش‌های خانواده، ارزش‌های مذهبی و ارزش‌های تولید- مصرفی می‌شود.

ب) موانع اقتصادی تحت تأثیر عوامل درونی که شامل تورم و کاهش قدرت خرید مردم، افزایش قیمت تمام شده واحد تولید، ضعیف شدن کیفیت مواد اولیه و کمبود امکانات، فقر اقتصادی قالی بافان، اختلاف دستمزد بین مراکز تولید صنعتی با دستمزد در قالی بافی سنتی، گسترش صنایع فرش ماشینی به عنوان کالای جان‌شین، تغییر الگوی مصرف و پراکندگی جغرافیایی کارگاه‌های تولیدی است.

ج) موانع اقتصادی تحت تأثیر عوامل بیرونی که سطح و کشش تقاضای فرش دستباف در بازارهای وارداتی<sup>۱</sup>، وضعیت رکود و رونق اقتصادی در بازارهای عمده وارد کننده فرش، نرخ بهره بانکی در بازارهای خارجی و میزان عرضه فرش‌های نفیس یزدی که ارزش سرمایه‌گذاری دارد، سیاست‌های تهدیدی یا تشویقی کشورهای وارد کننده در

<sup>۱</sup>- منظور کشش تقاضای خارجی قالی است.

مورد واردات فرش دست‌باف، عرضه فراوان فرش‌های مرغوب از سوی کشورهای رقیب را شامل می‌شود.

صادقی در سال ۱۳۷۴ در مقاله‌ای با عنوان «بررسی سهم اشتغال در صنعت فرش دست‌باف به نسبت جمعیت فعال کشور به دلیل در دست نداشتن آمار و برآوردی از میزان اشتغال در صنعت فرش دست‌باف، صادرات این کالا را از نظر مقداری به عنوان نزدیک‌ترین برآورد برای تولید و اشتغال در نظر گرفت تا از این طریق به میزان اشتغال دست یابد.

وی با در نظر گرفتن تخمین‌ها و فرض‌هایی نهایتاً به این نتیجه رسید که در حالی که جمعیت فعال کشور طی سال‌های مورد بررسی همواره و به طور ملایم افزایشی بوده است، سهم شاغلان صنعت فرش در آن از روند ثابتی برخوردار نبوده، بلکه با نوسانات بسیار روبه‌رو بوده است. بعد از انقلاب اسلامی این نوسانات عمدتاً ناشی از موانع قانونی وضع شده در مقررات صادرات و واردات بوده که به کاهش صادرات فرش و به تبع آن کاهش تولید منجر شده و نهایتاً روند نزولی شاغلان در صنعت فرش دست‌باف ایجاد کرده است. لذا می‌توان گفت که سهم شاغلان صنعت فرش دست‌باف به نسبت کل جمعیت فعال کشور (و هم‌چنین کل جمعیت شاغل کشور) از روند افزایشی برخوردار نبوده است. لذا توسعه صنعت قالی‌بافی باعث افزایش درآمد افراد کم درآمد می‌شود که درآمد اضافی خود را صرف مواد صنعتی جدید یعنی افزایش تقاضا برای کالاهای صنعتی و کارخانه‌ای می‌کنند.

علمی در مقاله‌ای در سال ۱۳۷۴ در بحث ضرورت تأسیس مرکز تحقیقات و پژوهش‌های فرش ایران می‌نویسد: ضرورت حمایت از مصرف‌کنندگان در برابر فرش‌های تقلیدی و غیراصیل تعدادی از پژوهشگران و محققان را در کشورهای اروپایی و ژاپن ترغیب کرده است که به گردآوری طرح‌ها و سبک‌های هندی و نقاشی ملل مشرق زمین مبادرت کنند، تا به کمک این طرح‌ها به سادگی بتوانند فرش‌های تقلیدی را از فرش‌های اصیل باز شناسند. بسیاری از ایرانیان علاقه‌مند در کشورهای خارج، کتاب‌ها و مقالات

ارزشمندی در مورد با ویژگی‌های فرش ایران و طرح‌ها و نقشه‌های آن در نشریات مختلف درج کرده‌اند که از آنها می‌توان برای شناخت گوشه‌هایی از تاریخ فرش ایرانی کمک گرفت.

کم توجهی به اهمیت تحقیق درباره فرش موجب شده است که در آمارهای رسمی بازرگانی خارجی کشور تنها به ذکر وزن و ارزش فرش‌های صادر شده اکتفا شود و هیچ‌گونه کوششی به منظور گردآوری مشخصات فرش‌های صادر شده، طرح‌های عمده به کار رفته، مترای فرش‌ها و سایر اطلاعات اساسی انجام نگیرد. در حالی که گمرک جمهوری اسلامی ایران می‌توانست اظهارنامه‌های خاصی برای فرش‌های صادراتی تنظیم کند که با اظهارنامه‌های کالاهای صادراتی معمولی متفاوت باشد و دقیق‌ترین اطلاعات را در مورد فرش‌های صادراتی منعکس سازد. تحقیقات در مورد فرش، به ویژگی‌های بافت فرش یا تعداد دارهای قالی مستقر در نقاط مختلف کشور و سهم هر یک از استان‌ها در بافت فرش منحصر نیست؛ بلکه این تحقیقات می‌تواند بسیار گسترده و فراگیر باشد.

در زمینه بازاریابی برای فرش دستباف خاطر نشان می‌سازد که تاکنون هیچ مرکز یا سازمان مشخصی وظیفه مطالعه یا تحقیق و بررسی در مورد نیازهای مختلف بازارهای مصرف را عهده‌دار نشده است تا ذوق و سلیقه‌ی ملتهای گوناگون در مورد ویژگی‌های فرش‌هایی را که مایلند برای تزئین محل کار یا اتاق نشیمن خود به کار ببرند، مورد بررسی قرار دهد.

سید قلعه در سال ۱۳۷۷، طی مقاله‌ای ضمن اشاره به مشکلات تولید و صادرات فرش دستباف ایران به منظور حل حداقلی پاره‌ای از این مشکلات راه‌حل‌های زیر را ارائه می‌نماید:

۱- تأسیس بندر آزاد به منظور صادرات فرش ایران: هزینه‌های جاری به اضافه هزینه کرایه بندرهای آزاد کشورهای اروپایی بسیار زیاد است و اینک رقمی معادل (۱۰ تا ۱۵ درصد) از فروش کل در عملکرد سالانه برآورد می‌شود. اولین و ساده‌ترین راه برای دوری از پرداخت این هزینه‌های سرسام‌آور ساخت بندرهای آزاد در کشورهای تولید

کننده فرش دست‌باف است. با یک بررسی اجمالی به نظر می‌رسد که کشور ایران در میان دیگر کشورهای بافنده از موقعیت ممتازی برای ساختن این بندرها برخوردار است؛ زیرا ایران میان تمامی ۱۸ کشور بافنده هنوز هم به عنوان کشور مادر فرش دست‌باف در جوامع بین‌المللی مطرح است و از نظر مالی پشتوانه دارد و از نظر سوق‌الجیشی دارای موقعیت بسیار مناسبی است.

۲- معرفی مرجع مربوط برای سامان بخشیدن به اوضاع نابسامان فرش دست‌باف ایران  
۳- برچیدن بساط شناسنامه فرش ایران: تجربه ثابت کرده است که مواد چسبنده این شناسنامه‌ها از غلظت زیادی برخوردار است و این امر موجب می‌شود این مواد جذب قالی شود و محلی را، که شناسنامه روی آن چسبانده می‌شود، در مدت ۳، ۵ سال فاسد کند. این مسئله به فرش‌های ریزبافت، کرک و ابریشم و ابریشمی آسیب بیشتری وارد می‌کند. همچنین عده‌ای از بافندگان همراه با مواد اولیه مرغوب از الیاف مصنوعی نیز استفاده می‌کنند. شناسنامه باید کارنامه‌ای مبین واقعیت‌ها و حقایق باشد. حال این سؤال مطرح است در کدامین شناسنامه فرش ما به این واقعیت تلخ اعتراف می‌شود. اگر روزی یک فرش که با شناسنامه‌ای معتبر از گمرگ ایران ترخیص شده است، در کشور مقصد تأیید شود که برخلاف اظهارات شناسنامه در این قالی‌ها همراه با مواد اولیه مرغوب از الیاف مصنوعی هم استفاده شده است، مسئولیت چنین فاجعه‌ای مستقیماً گریبان‌گیر دولت خواهد بود.

۴- جدا کردن وزارت اقتصاد از وزات دارایی: پس از پیروزی انقلاب اسلامی قوانین صادرات فرش ایران بر اساس سلیقه‌های مسئولان مملکتی، دست‌خوش تغییر و تحولات شده و امکان برنامه‌ریزی که مطابق با مسائل بازرگانی و اقتصادی کشورهای خریدار باشد از صادرکنندگان سلب گردیده است. وزارت اقتصاد و وزارت دارایی امروز در کشور ما در یک وزارت ادغام شده‌اند. این یک سیستم قدیمی است که در دنیای امروز جواب‌گوی حل و فصل مسائل مالیاتی، اقتصادی و بازرگانی ما در داخل و خارج کشور نمی‌تواند باشد. در حالی که وزارت اقتصاد باید خط و مشی اقتصاد و بازرگانی داخلی و خارجی دولت را بر اساس مصلحت نظام و کشور ترسیم کند و وزارت دارایی مسؤل

گرفتن درآمدهای دولت از جمله مالیات، تنظیم لوایح مالیاتی و تنظیم بودجه کل کشور باشد.

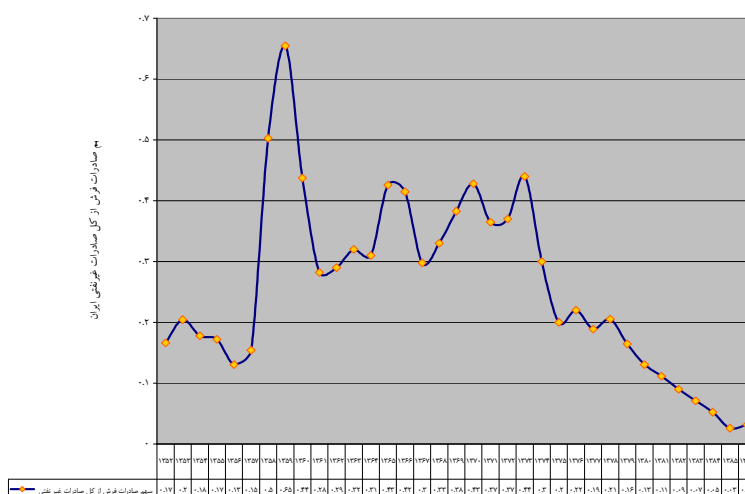
پیراسته در سال ۱۳۷۹، تحقیقی تحت عنوان راه‌های سوق دادن صنایع کوچک و متوسط به روستاها و نقش صنایع روستایی در خودکفایی کشور و با تسمک به نمونه‌برداری آماری و سرشماری روستایی در حاشیه کویر ناین انجام داده است. این مطالعه پس از حل مسأله بهینه‌یابی مقید با استفاده از روش سیمپلکس به تجزیه و تحلیل حساسیت تأثیرات تغییر در هر یک از منابع و نهاده‌های این صنعت دستی بر تابع هدف می‌پردازد. تابع هدف را در این الگو حداکثر نمودن منافع بافندگان تشکیل می‌دهد. با توجه به اینکه اغلب خانواده‌ها به صورت صاحب‌کاران اقتصادی عمل می‌کنند و مدیریت تهیه و خرید نهاده‌ها و بافت فرش را به عهده دارند، این فرض که منافع بافندگان با منافع خانواده‌ها منافاتی ندارد، معقول به نظر می‌رسد. نتایج این تحقیق در دوره زمانی مورد مطالعه به قرار زیر است:

- ۱- الگوی بافت و تهیه فرش‌های ناین، که در گذشته ای نه چندان دور بیش از چهار پنجم محصول خود را صادر می‌کرده است، علی‌رغم نواقص ساختار بازار فرش و سایر شرایط نامناسب حاکم بر تولید تقریباً یک الگوی بافت بهینه است.
- ۲- بر اساس مشاهدات و واقعیات تجربه شده، مهاجرت نیروی انسانی از حاشیه کویر و رکود صنعت فرش آن دارای روابط متقابلند. اهمیت نسبی صنعت فرش در این منطقه باعث شده است که تداوم وضعیت رکودی شدید حاکم بر آن به کوچروی خانوارها منجر شود و کوچ استادکاران مجرب و بافندگان ماهر به افت کیفیت بافته‌ها در منطقه بینجامد.
- ۳- به دلیل استفاده مبرم از نیروی کار اعضای خانوار، زیاد بودن سهم ریالی نیروی کار در ارزش ایجاد شده و تفاوت بسیار زیاد ارزش منتسب (قیمت سایه‌ای کار بافندگان) با دستمزد آنها نیروی انسانی دارای نقشی ارزنده در این صنعت دارد. به هر حال به دلیل زیاد بودن هزینه‌های فرصتی استفاده از نیروی انسانی در چنین بخشی از اقتصاد، اشتغال چنین بافندگانی تلویحاً زیان خالص اجتماعی را نشان می‌دهد.
- ۴- از امکانات و تواناییهای تولیدی در منطقه ناین استفاده مطلوب به عمل نمی‌آید. عدم کفایت اشتغال نیروی انسانی، عدم استفاده از ظرفیت دارهای موجود و عدم به

کارگیری مواد رنگ طبیعی و پشم قابل استحصال از دام منطقه، اوضاع بهینه را به منظور استفاده مناسب و اقتصادی از تمام نهاده‌ها فراهم نکرده است.

۵- حاشیه کویر نه تنها قادر به تأمین تمام نهاده‌های صنعت فرش خود به جز نیروی انسانی از نظر کمی و کیفی است، بلکه می‌تواند مازاد توان خود را صادر کند. این امر مستلزم شناخت بیشتر و جستجو در جهت راه‌های توسعه بخش دامداری و اصلاح دام موجود در منطقه است که این امر به نوبه خود تحقیقات بیشتری را ایجاب می‌کند که از نظر مثبت و نگهداری جمعیت، ارتقای سطح توسعه و استاندارد زندگی در این منطقه محروم ایران می‌تواند بسیار مؤثر افتد و از سرعت روند تخریبی بلندمدت مهاجرت از حاشیه کویر تا اندازه‌ی زیادی کاسته شود.

### ۳- تجارت فرش



منبع: گمرک ایران، بانک مرکزی و محاسبات تحقیق

نمودار ۱: روند تغییرات سهم صادرات واقعی فرش دست‌باف ایران طی دوره زمانی ۱۳۵۲ تا ۱۳۸۶  
 نمودار، سهم صادرات فرش دست‌باف را از کل صادرات غیرنفتی ایران طی دوره زمانی ۱۳۵۲ تا ۱۳۸۶ نشان می‌دهد. این سهم از ۱۷ درصد در سال ۱۳۵۲ شروع می‌شود و



به ۱۵ درصد در سال ۱۳۵۷ می‌رسد. در سال ۱۳۵۸ این سهم به ۵۰ درصد و در سال ۱۳۵۹ به ۶۵ درصد می‌رسد. در سال ۱۳۶۰ این سهم به ۴۴ درصد کاهش می‌یابد. این سهم از سال ۱۳۶۱ تا سال ۱۳۶۴ شروع به کاهش می‌کند. از سال ۱۳۶۵ تا سال ۱۳۷۳ سهم صادرات فرش دارای نوسان زیادی است به گونه‌ای که این سهم بین ۳۰ تا ۴۴ درصد تغییر می‌کند. از سال ۱۳۷۴ روند کاهشی سهم صادرات فرش دستباف دوباره آغاز می‌شود و تا سال ۱۳۸۶ ادامه دارد. از سال ۱۳۷۵ تا سال ۱۳۷۸ این سهم بیشتر ۲۰ درصد است. ولی این سهم از سال ۱۳۷۹ کمتر از ۲۰ درصد است به طوری که در سال ۱۳۸۶ به ۳ درصد می‌رسد. دلیل کاهش سهم صادرات فرش دستباف از کل صادرات غیر نفتی افزایش صادرات محصولات پتروشیمی از سال ۱۳۷۹، است. با وارد مدار شدن واحدهای جدید پتروشیمی صادرات محصولات پتروشیمی، در سالهای اخیر افزایش یافته و با افزایش سهم این محصولات در سبد صادرات غیر نفتی کشور، سهم فرش دستباف کم شده است.

#### ۴- روش تحقیق

این مطالعه بر اساس هدف از نوع کاربردی و توسعه‌ای است و به صورت مقطعی در سال ۱۳۸۵ صورت گرفته است. برای گردآوری اطلاعات در بخش نظری تحقیق از شیوه کتابخانه‌ای استفاده، و در بخش عملی تحقیق نیز اطلاعات لازم از طریق پرسشنامه گردآوری شده است.

#### ۴-۱- مبانی نظری روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی

فرایند تحلیل سلسله مراتبی یا (AHP)<sup>۱</sup> از روش‌هایی است که به منظور تصمیم‌گیری و انتخاب یک گزینه از میان گزینه‌های متعدد تصمیم با توجه به شاخص‌هایی به کار می‌رود که تصمیم‌گیرنده تعیین می‌کند. این روش در سال ۱۹۸۰ به همت توماس ساتی<sup>۲</sup> ابداع و ارائه شد. روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی شیوه‌ای برای ساماندهی اطلاعات و

<sup>۱</sup> - Analytic Hierarchy Processs (AHP).

<sup>۲</sup> -Thomas Saaty.

قضاوت‌ها و به کار بردن آنها در تصمیم‌گیری بر اساس توانایی، احساسات و منطق موضوع مورد نظر ارائه می‌دهد. پس از آن قضاوت‌ها را در قالب نتیجه‌ای با هم ترکیب می‌کند که با انتظارات درونی همخوانی دارد. این فرایند برای حل مسائل پیچیده با سلسله مراتبی از معیارها و نتایج و با استخراج قضاوت‌ها در جهت پیشبرد تقدم‌ها به ما کمک می‌کند. از این فرایند برای تصمیم‌گیری گزینه‌ها و تخصیص منابع می‌توان استفاده کرد (صامتی و همکاران، ۱۳۸۲).

#### ۴-۲- کاربرد روش تحلیل سلسله مراتبی

در این مطالعه تلاش شده است تا مهمترین مشکلات فرش دست‌باف کرمان در بخش تولید، مصرف داخلی و صادرات اولویت‌بندی شود. با استفاده از پاسخ‌های پرسشنامه مربوط به این تحقیق، که در پیوست یک آمده، تعداد ۱۱۴ عدد پرسشنامه جمع‌آوری شده است. پس از استخراج پاسخ‌های پرسشنامه‌ها بر اساس مشکلات بخش تولید، مصرف و صادرات به طور جداگانه، خلاصه نتایج زیر به دست آمد:

#### ۴-۲-۱. بخش تولید

از تعداد ۱۱۴ پرسشنامه قابل استفاده و برگشت شده، تعداد ۱۱۳ مورد به پرسش‌های بخش تولید پاسخ داده‌اند. این بخش دارای هفت مشکل عمده بخش تولید فرش است که توسط پاسخگویان شاغل در امر تولید، توزیع، فروش و صادرات فرش، مشکلات این بخش رتبه‌بندی شده است.

**هدف:** اولویت‌بندی مشکلات فرش دست‌باف کرمان در بخش تولید، مصرف داخلی

و صادرات

**معیارها:** مهمترین موانع و مشکلاتی که در سر راه تولید، مصرف داخلی و خارجی فرش دست‌باف کرمان است با توجه به اینکه این موانع می‌تواند از سوی چه مرجعی به وجود آمده باشد؛ به موارد زیر تقسیم شده است که معیارهای ما را تشکیل می‌دهد.

۲- بازار

۱- دولت

۳- رقیبان

۴- بخش خصوصی

بر این اساس مشکلات بخش تولید فرش بر اساس نظر ۱۱۳ پاسخگو به قرار زیر بوده است:

جدول ۱: متوسط رتبه های نسبی تولید ارائه شده توسط پاسخگویان بر اساس منبع ایجاد مشکل

منبع مشکل	دولت	بخش خصوصی	بازار	رقیبان
دولت	۱	۰/۷۴۶	۰/۷۷۶	۰/۸۱۹
بخش خصوصی	۱/۳۴۰	۱	۱/۰۴۰	۱/۰۹۷
بازار	۱/۲۸۸	۰/۹۶۲	۱	۱/۰۵۵
رقیبان	۱/۲۲۱	۰/۹۱۱	۰/۹۴۸	۱

منبع: محاسبات تحقیق

**زیرمعیارها:** به دلیل اینکه در این مطالعه، مشکلات فرش دست‌باف کرمان در سه بخش تولید، مصرف داخلی و صادرات مورد بررسی قرار گرفته، زیرمعیارها بر اساس سه بخش متفاوت در نظر گرفته است.

**زیرمعیارهای بخش تولید:** معیار دولت در بخش تولید دارای زیر معیارهایی به شرح ذیل است:

۱- کمبود توجه لازم دولت به تولید فرش از جنبه‌های برنامه‌ریزی و حمایت‌های مالیاتی

۲- کمبود اتحادیه های صنفی و حمایتی از کارکنان این صنعت

معیار بازار در بخش تولید دارای زیر معیارهایی به شرح ذیل دارد:

۱- زیاد بودن قیمت مواد اولیه (پشم، نخ و رنگ)

۲- کیفیت ضعیف مواد اولیه (پشم و نخ) به دلیل اینکه مواد اولیه مرغوب صادر می

شود.

معیار رقیبان در بخش تولید دارای زیرمعیار ذیل است:

۱- وجود رقیبان خارجی با سرمایه زیاد.

معیار بخش خصوصی در بخش تولید دارای زیرمعیارهای ذیل است:

۱- عدم تنوع در نقشه های موجود به دلیل از بین رفتن صنعت نقش قالی به مرور زمان

۲- عدم اقبال عمومی از سوی جوانان برای ورود به صنعت فرش

۴-۲-۲. بخش مصرف (بازار داخلی)

از تعداد ۱۱۴ پرسشنامه، ۱۱۱ مورد به پرسش های بخش مصرف (بازار داخلی) پاسخ داده اند. این بخش دارای پنج مشکل عمده بخش مصرف (بازار داخلی) فرش است که توسط پاسخگویان شاغل در امر تولید، توزیع، فروش و صادرات فرش مشکلات این بخش رتبه بندی است. متوسط نظرا این ۱۱۱ پاسخگو به قرار زیر است:

جدول ۲: متوسط رتبه های نسبی ارائه شده توسط ۱۱۱ پاسخگو به هر سؤال بخش مصرف

شماره سوال	۱	۲	۳	۴	۵
۱	۱	۰/۸۶۱	۰/۷۸۶	۰/۶۷۳	۰/۶۸۰
۲	۱/۱۶۱	۱	۰/۹۱۳	۰/۷۸۱	۰/۷۹۰
۳	۱/۲۷۲	۱/۰۹۶	۱	۰/۸۵۶	۰/۸۶۵
۴	۱/۴۸۷	۱/۲۸۰	۱/۱۶۹	۱	۱/۰۱۱
۵	۱/۴۷۰	۱/۲۶۶	۱/۱۵۶	۰/۹۸۹	۱

منبع: محاسبات تحقیق

مشکلات این بخش نیز بر اساس چهار منبع مشکل، شامل مشکلات بخش دولتی، مشکلات بخش خصوصی، مشکلات بازار و مشکلات رقیبان یا جانشین های فرش دسته بندی شده است. بر این اساس مشکلات بخش مصرف (بازار داخلی) فرش بر اساس نظر ۱۱۱ پاسخگو به قرار زیر بوده است:

**جدول ۳: متوسط رتبه های نسبی مصرف ارائه شده توسط پاسخگویان بر اساس**

**منبع ایجاد مشکل**

منبع مشکل	دولت	بخش خصوصی	بازار	رقبا
دولت	۱	۰/۸۴۴	۱/۱۶۱	۱/۷۹۰
بخش خصوصی	۱/۱۸۴	۱	۱/۳۷۵	۰/۹۳۵
بازار	۰/۸۶۱	۰/۷۲۷	۱	۰/۶۸۰
رقبایان	۱/۲۶۶	۱/۰۶۹	۱/۴۷۰	۱

منبع: محاسبات تحقیق

**زیرمعیارهای بخش مصرف**

معیار دولت در بخش مصرف شامل زیرمعیار ذیل است:

۱- عدم تبلیغات مناسب برای جا انداختن فرش دستباف به عنوان یک ثروت

معیار بازار در بخش مصرف شامل زیر معیار ذیل است:

۱- قیمت تمام شده کم فرش ماشینی نسبت به فرش دستباف.

معیار بخش خصوصی، بخش مصرف شامل زیرمعیارهایی به شرح ذیل است:

۱- عدم توجه تولیدکنندگان فرش دستباف به سلیقه‌ها و نیازهای جدید در بازار

۲- عدم بازاریابی داخلی مناسب توسط تولیدکنندگان برای احیای مجدد استفاده از

فرش دستباف.

معیار رقبایان در بخش مصرف شامل زیر معیار زیر است:

۱- تنوع بسیار زیاد قالی ماشینی از جنبه‌های نقش، ابعاد و متناسب بودن با سلیقه

مصرف کنندگان

**۴-۲-۳. بخش صادرات (بازار خارجی)**

از تعداد ۱۱۴ پرسشنامه ۱۱۰ مورد به پرسش های بخش صادرات پاسخ داده اند. این

بخش دارای پنج مشکل عمده بخش صادرات فرش است که توسط پاسخگویان شاغل در

امر تولید، توزیع، فروش و صادرات فرش مشکلات این بخش رتبه بندی شده است. متوسط

نظر این ۱۱۰ پاسخگو به قرار ذیل است:

جدول ۴: متوسط رتبه های نسبی ارائه شده توسط ۱۱۰ پاسخگو به هر سوال بخش صادرات

شماره سوال	۱	۲	۳	۴	۵
۱	۱	۰/۹۰۴	۰/۵۷۲	۰/۶۰۰	۰/۶۲۶
۲	۱/۱۰۷	۱	۰/۶۳۳	۰/۶۶۴	۰/۶۹۳
۳	۱/۷۴۸	۱/۵۸۰	۱	۱/۰۴۹	۱/۰۹۵
۴	۱/۶۶۷	۱/۵۰۶	۰/۹۵۴	۱	۱/۰۴۴
۵	۱/۵۹۷	۱/۴۴۳	۰/۹۱۳	۰/۹۵۸	۱

منبع: محاسبات تحقیق

مشکلات این بخش نیز بر اساس چهار منبع مشکل، شامل ۱- مشکلات بخش دولتی در بازاریابی بین‌المللی و برگزاری نمایشگاه‌ها و مسائل گمرکی ۲- مشکلات بخش خصوصی مثل توان سرمایه‌ای کم آنها و عدم سرمایه‌گذاری در تحقیقات و بازاریابی‌های جدید ۳- مشکلات بازار شامل عدم توجه به سلیقه و نیازهای مشتریان از جمله تنوع در نقش و رنگ ۴- مشکلات وجود رقیبان جدید در زمینه صادرات از جمله چین و هند با قیمت تمام شده کمتر یا جانشین‌های فرش دسته‌بندی شده است. بر این اساس مشکلات بخش صادرات فرش بر اساس نظر ۱۱۰ پاسخگو به قرار ذیل بوده است:

جدول ۵: متوسط رتبه های نسبی صادرات ارائه شده توسط پاسخگویان بر اساس منبع ایجاد مشکل

منبع مشکل	دولت	بخش خصوصی	بازار	رقبا
دولت	۱	۰/۸۳۴	۰/۸۷۱	۱/۳۹۱
بخش خصوصی	۱/۱۹۹	۱	۱/۰۴۴	۱/۶۶۷
بازار	۱/۱۴۸	۰/۹۵۸	۱	۱/۵۹۷
رقیبان	۰/۷۱۹	۰/۶۰۰	۰/۶۲۶	۱

منبع: محاسبات تحقیق

### زیرمعیارهای بخش صادرات

معیار دولت در بخش صادرات شامل زیر معیارهای ذیل است:

- ۱- کمبود سرمایه گذاری لازم توسط دولت در زمینه بازاریابی، برگزاری نمایشگاه و تحقیقات
  - ۲- مسائل گمرکی
- معیار بازار در بخش صادرات دارای زیر معیار ذیل است:
- ۱- عدم توجه تولیدکنندگان به نیازهای مشتریان در زمینه ایجاد، تنوع نقش و رنگ
- معیار بخش خصوصی در بخش صادرات شامل زیر معیار ذیل است:
- ۱ - کم بودن توان سرمایه ای صادرکنندگان فرش در زمینه بازاریابی، تحقیقات و ایجاد بازارهای جدید
- معیار رقیبان در بخش صادرات شامل زیر معیار ذیل است:
- ۱- وجود رقبای جدید نظیر چین و هند و تولید فرش با قیمت تمام شده کم

### ۵- رتبه بندی مشکلات چهارگانه

بر اساس رتبه بندی مشکلات چهارگانه با استفاده از روش AHP متوسط مشکلات سه بخش تولید، مصرف (بازار داخلی) و صادرات (بازار خارجی) فرش دستباف کرمان به صورت زیر است:

همان طور که در مبانی نظری آمد، برای اینکه بتوان مشکلات کلی صنعت فرش را از هر سه جهت تولید، مصرف (بازار داخلی) و صادرات رتبه بندی کرده می توان از روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی یا AHP استفاده نمود. به این منظور ابتدا نتیجه هر یک از ماتریسهای رتبه بندی مشکلات بخش های سه گانه تولید، مصرف (بازار داخلی) و صادرات با توجه به شاخص های مربوط به هر یک از چهار منبع ایجاد مشکل به شرح ذیل به دست آمده است:

جدول ۶: نتیجه ماتریس متوسط نظر مربوط به بخش تولید

شاخص	منبع مشکل	ردیف
۰/۲۰۶	دولت	۱
۰/۲۷۶	بخش خصوصی	۲
۰/۲۶۶	بازار	۳
۰/۲۵۲	رقیبان	۴

منبع: محاسبات تحقیق

جدول ۷: نتیجه ماتریس متوسط نظر مربوط به بخش مصرف

شاخص	منبع مشکل	ردیف
۰/۲۳۲	دولت	۱
۰/۲۷۵	بخش خصوصی	۲
۰/۲۰۰	بازار	۳
۰/۲۹۴	رقیبان	۴

منبع: محاسبات تحقیق

جدول ۸: نتیجه ماتریس متوسط نظر مربوط به بخش صادرات

شاخص	منبع مشکل	ردیف
۰/۲۴۶	دولت	۱
۰/۲۹۵	بخش خصوصی	۲
۰/۲۸۲	بازار	۳
۰/۱۷۷	رقیبان	۴

منبع: محاسبات تحقیق



سپس این سه بردار به شکل یک ماتریس چهار و سه به صورت زیل درمی آمد:

صادرات	مصرف	تولید	
۰/۲۴۶	۰/۲۳۲	۰/۲۰۶	دولت
۰/۲۹۵	۰/۲۷۵	۰/۲۷۶	بخش خصوصی
۰/۲۸۲	۰/۲۰۰	۰/۲۶۶	بازار
۰/۱۷۷	۰/۲۹۴	۰/۲۵۲	رقیبان

منبع: محاسبات تحقیق

**ماتریس نتایج متوسط نظر مربوط به بخش های تولید، مصرف و صادرات**

برای اینکه بتوان متوسط نظریات را محاسبه کرد، باید ماتریس زوجی اهمیت نسبی

مشکلات بخش های سه گانه را به شرح زیر به دست آورد:

**جدول ۹: ماتریس زوجی اهمیت نسبی مشکلات تولید، مصرف و صادرات فرش**

صادرات	مصرف	تولید	
۵/۰۰	۰/۵۰	۱	تولید
۷/۰۰	۱	۲/۰۰	مصرف
۱	۰/۱۴	۰/۲۰	صادرات

با استفاده از محاسبات روش فرایند تحلیل سلسله مراتبی، بردار نتیجه ماتریس بالا نیز به

شرح زیر محاسبه شده است:

**جدول ۱۰: نتیجه ماتریس زوجی اهمیت نسبی مشکلات تولید، مصرف و صادرات فرش**

تولید	۰/۳۳۴
مصرف	۰/۵۹۱
صادرات	۰/۰۷۵

نهایتاً از ضرب ماتریس «نتایج متوسط نظر مربوط به بخش های تولید، مصرف و صادرات» در حاصل «ماتریس زوجی اهمیت نسبی مشکلات تولید، مصرف و صادرات فرش»، ماتریس شاخص های خلاصه زیر به دست می آید. مرتب شده این ماتریس رتبه های متوسط مشکلات چهار منبع دولتی، خصوصی، بازار و رقیبان در سه بخش تولید، مصرف (بازار داخلی) و صادرات فرش به شرح زیر را به دست می دهد:

جدول ۱۱: رتبه بندی متوسط مشکلات چهار گانه با استفاده از روش AHP

رتبه	منبع مشکل	شاخص
۱	دولت	۰/۲۲۴
۲	بازار	۰/۲۲۸
۳	رقیبان	۰/۲۷۱
۴	بخش خصوصی	۰/۲۷۷

## ۶- نتیجه گیری

با توجه به نتیجه از عملیات میدانی این تحقیق، که خلاصه آن در بخش های مختلف این فصل به تفصیل بیان شد، نتایج زیر را می توان بیان کرد:  
با توجه به جدول فوق، رتبه اول مشکلات به بخش دولتی مربوط است که شامل زیر معیارهای ذیل است:

۱- کمبود توجه لازم دولت به تولید فرش از جنبه های برنامه ریزی و حمایت های مالیاتی

۲- کمبود اتحادیه های صنفی و حمایت از کارکنان این صنعت

۳- کمبود تبلیغات مناسب برای جا انداختن فرش دست باف به عنوان یک ثروت

۴- کمبود سرمایه گذاری های لازم توسط دولت در زمینه بازاریابی، برگزاری نمایشگاه

و تحقیقات

رتبه دوم مشکلات به بازار مربوط است که شامل زیر معیارهای ذیل است:

- ۱- زیاد بودن قیمت مواد اولیه (پشم، نخ و رنگ)
- ۲- قیمت تمام شده کم فرش ماشینی نسبت به فرش دستباف
- ۳- عدم توجه تولیدکنندگان به نیازهای مشتریان در زمینه ابعاد، نوع، نقش و رنگ رتبه سوم مشکلات فرش دستباف کرمان به معیار رقیبان مربوط است که مهمترین زیر معیارهای آن عبارت است از:
  - ۱- وجود رقیبان خارجی با سرمایه زیاد.
  - ۲- تنوع بسیار زیاد قالی ماشینی از جنبه‌های نقش، ابعاد و متناسب بودن با سلیقه مصرف کنندگان.
  - ۳- وجود رقبای جدید نظیر چین و هند و تولید فرش با قیمت تمام شده کم. نهایتاً رتبه آخر (چهارم) مشکلات فرش دستباف کرمان به بخش خصوصی مربوط است که مهمترین زیر معیارهای آن عبارت است از:
    - ۱- عدم تنوع در نقشه‌های موجود به دلیل اینکه صنعت نقش قالی به مرور زمان از بین رفته است.
    - ۲- عدم اقبال عمومی از سوی جوانان برای ورود به صنعت فرش
    - ۳- عدم توجه تولیدکنندگان فرش دستباف به سلیقه‌ها و نیازهای جدید در بازار
    - ۴- عدم بازاریابی داخلی مناسب توسط تولیدکنندگان برای احیای مجدد استفاده از فرش دستباف
    - ۵- کم بودن توان سرمایه‌ای صادرکنندگان در زمینه بازاریابی، تحقیقات و ایجاد بازارهای جدید

## منابع و مآخذ

- به آذین، م. ۱. (۱۳۵۶) *قالی ایران*، شرکت سهامی کتاب های جیبی، تهران
- یاسبان، فاطمه (۱۳۸۲)، تأثیر رونق صادرات بر بخش کشاورزی در ایران (بیماری هلندی)، مجموعه مقالات اولین سمینار ملی تحقیقات فرش دستباف، مرکز تحقیقات فرش دستباف ایران، تهران.
- پیراسته، حسین (۱۳۸۴)، *تحلیلی اقتصادی از تولید و صادرات فرش منطقه بیرجند خراسان*، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، تهران.
- چیپ سازان، امیرحسین، محمد صادق اسدی و حمید کارگر (۱۳۸۲)، *آموزش دانشگاهی فرش دستباف، چالش ها و چشم اندازها*، انتشارات سخن گستر، مشهد.
- دادگر، لیلا (۱۳۸۰) *فرش ایران: مجموعه ای از موزه فرش ایران*، موزه فرش ایران، بنیاد یادگارهای فرهنگی، تهران.
- داشگر، احمد (۱۳۷۶)، *فرهنگ جامع فرش: یادواره (دانشنامه ایران)*، سازمان چاپ و انتشارات یادواره اسدی، تهران.
- شجری، هوشنگ و مرجان قوامی (۱۳۸۲)، *صادرات فرش دستباف ایران به اتحادیه اروپا و اثر رقابت خارجی بر آن*، مجموعه مقالات اولین سمینار ملی تحقیقات فرش دستباف، مرکز تحقیقات فرش دستباف ایران، تهران.
- صابری، ابراهیم (۱۳۸۲)، *جایگاه فرش دستباف در اشتغال شهری و روستایی*، مجموعه مقالات اولین سمینار ملی تحقیقات فرش دستباف، مرکز تحقیقات فرش دستباف ایران، تهران
- صامتی، مجید، سامتی، مرتضی و مریم اصغری (۱۳۸۲) *اولویت های بخش صنعت استان اصفهان بر اساس روش فرایند سلسله مراتبی*، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۷.
- فصلنامه کرمان (پاییز و زمستان ۱۳۷۱)، *فرش ایران*، نقش مواج و زیبایی هنر بر بستر پر شیب و تاب کار، تولید و زندگی، مرکز کرمان شناسی کرمان، کرمان ۱۲۰، ۱۲۶.
- قلی زاده، احد (۱۳۸۲)، *نگاهی به قوانین و مقررات مربوط به تولید و صادرات فرش دستباف*، مجموعه مقالات اولین سمینار ملی تحقیقات فرش دستباف، مرکز تحقیقات فرش دستباف ایران، تهران.
- مجابی، سید علی (۱۳۸۱) *مقدمه ای بر تاریخ فرش دستباف ایران*، از ظهور تا پایان قرن نوزدهم، مرکز تحقیقات فرش دستباف ایران، تهران.
- مهرگان، محمد رضا (۱۳۸۵)، *پژوهش عملیاتی پیشرفته*، چ دوم، نشر کتاب دانشگاهی، تهران.
- نصیری، محمد جواد (۱۳۷۴)، *سیری در هنر قالی بافی ایران*، چ اول ناشر: مؤلف، تهران.
- وزارت بازرگانی، مرکز ملی فرش ایران (۱۳۸۰) *اولین سمینار ملی تحقیقات فرش دستباف*، مجموعه مقالات: ج دوم. تهران.
- وزارت بازرگانی، مرکز ملی فرش ایران (۱۳۸۶) *دومین سمینار ملی تحقیقات فرش دستباف*، چکیده مقالات، تهران.

- هراتی خلیل آبادی، جواد (۱۳۸۲)، بررسی جایگاه فرش دست‌باف در توسعه اقتصادی کشور و دلایل کاهش سهم صادرات جهانی فرش ایران، مجموعه مقالات اولین سمینار ملی تحقیقات فرش دست‌باف، مرکز تحقیقات فرش دست‌باف ایران، تهران.
- یآوری، حسین (۱۳۸۴)، مبانی شناخت قالی ایران، نشر رجاء با همکاری ماهنامه تخصصی قالی ایران، تهران.