فصلنامهٔ میراث ایران‌زمین
نشریهٔ علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری
دورهٔ ۱، شمارهٔ ۱، بهار ۱۴۰۵
شاپا چاپی: ۱۶۴۷-۱۰۲۴

# عوامل مؤثر بر پویایی پارچه‌های زربفت در عرصهٔ کارآفرینی

# Factors Affecting the Dynamism of Brocaded Fabrics in the Field of Entrepreneurship

**نرگس فخیمی**[۱] ✉
۱. کارشناسی ارشد طراحی پارچه و لباس، پژوهشگر بافت‌ها و دوخت‌های سنتی، ایران.
نویسنده مسئول: **nafakhimiart@gmail.com**

**Narges Fakhimi**[1] ✉
1. MA in Textile and Clothing Design, Researcher in Traditional Weaving and Embroidery, Iran. Corresponding Author: **nafakhimiart@gmail.com**

**اطلاعات مقاله**

**تاریخ‌ها**
دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۱۱
پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۰۹

**واژگان کلیدی**
شعربافی
زری‌بافی
کارآفرینی
پویایی
پارچه زربفت

**چکیده**

زری‌بافی به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین هنرهای سنتی نساجی ایران، تجلی‌گاه ذوق، هنر و استعداد مردم این سرزمین است که پیوندی عمیق با فرهنگ و تاریخ ایران دارد. پژوهش حاضر، سیر تاریخی پارچه‌های زربفت و وضعیت موجود آن را در ایران مورد واکاوی و بررسی قرار داده و هنر زری‌بافی را که علی‌رغم دارا بودن ارزش‌های فرهنگی، هنری و اقتصادی، شاهد کاهش پویایی و فعالیت خود در بازار داخلی و بین‌المللی بوده است، مدنظر داشته است. این مقاله پویایی و کارآفرینی را به‌عنوان نقطهٔ تمرکز برای پیشرفت در نظر گرفته است. پژوهش حاضر از نوع کاربردی و با رویکرد کیفی انجام شده و از طریق بررسی‌های کتابخانه‌ای و میدانی و با تمرکز بر شهر کاشان، چالش‌ها و فرصت‌های مرتبط با آن را شناسایی کرده و عوامل مؤثر بر پویایی پارچه‌های زربفت در عرصهٔ کارآفرینی را معرفی نموده است. از آنجا که تعداد هنرمندان این حرفه محدود است، برای استخراج داده‌ها از روش مطالعهٔ اسنادی، مصاحبهٔ نیمه‌ساختاریافته، گروه کانونی و پرسش‌نامه استفاده شده است. داده‌ها با بهره‌گیری از تحلیل PEST و مقیاس پنج‌نقطه‌ای لیکرت مورد بررسی قرار گرفته‌اند. گروه هدف شامل فعالان و هنرمندان زری‌بافی و صنایع وابسته است. این مقاله در پی ارزیابی چالش‌ها و فرصت‌های پویایی و کارآفرینی نشان داد که عوامل اقتصادی و اجتماعی بیشترین تأثیر را بر کارآفرینی در زمینهٔ زری‌بافی دارند و کارآفرینی نقش کلیدی در رفع چالش‌ها، افزایش بهره‌وری و احیای جایگاه این هنر در بازار ایفا می‌کند. همچنین برای پویایی هنر زری‌بافی، توجه ویژه به حمایت‌های ساختاری، توسعهٔ آموزش‌های مهارتی، بازاریابی نوین و فناوری تولید پیشنهاد می‌شود.

**History**
Received: March 31, 2026
Accepted: May 30, 2026

**Keywords**
Sharbafi
Zari weaving
Entrepreneurship
Dynamism
brocaded fabric

**Abstract:** Zari weaving, as one of the most distinguished traditional textile arts of Iran, embodies the taste, artistry, and creative capacity of the Iranian people and is deeply interwoven with the country's cultural and historical heritage. The present study examines the historical trajectory and current status of brocaded textiles in Iran, focusing on the art of zari weaving, which, despite its cultural, artistic, and economic value, has experienced a decline in vitality and market activity in both domestic and international contexts. This article positions dynamism and entrepreneurship as the central axes of development. Adopting an applied research design and a qualitative approach, the study draws on library and field research, with particular attention to the city of Kashan, in order to identify relevant challenges and opportunities and to introduce the factors influencing the dynamism of brocaded fabrics in the entrepreneurial sphere. Given the limited number of practitioners in this craft, data were collected through documentary study, semi-structured interviews, focus groups, and questionnaires. The data were analyzed using PEST analysis and a five-point Likert scale. The target population consisted of active zari weavers and professionals in related industries. The study's assessment of the challenges and opportunities surrounding dynamism and entrepreneurship indicates that economic and social factors exert the greatest influence on entrepreneurship in the field of zari weaving. It further demonstrates that entrepreneurship plays a key role in addressing challenges, increasing productivity, and revitalizing the position of this art in the marketplace. The findings also suggest that greater attention should be given to structural support, the expansion of skills-based training, modern marketing strategies, and production technologies in order to enhance the vitality of zari weaving as an art form.

**استناد:** فخیمی، نرگس (۱۴۰۵). عوامل مؤثر بر پویایی پارچه‌های زربفت در عرصهٔ کارآفرینی. *میراث ایران‌زمین*، ۱(۱)، ۳۵ـ ۴۹.
https://doi.org/

© ۱۴۰۵ (۲۰۲۶) نویسندگان مقاله، فصلنامهٔ میراث ایران‌زمین، مجلهٔ علمی گروه پژوهشی هنرهای ملی، پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری.

## مقدمه

هنر زری‌بافی، یکی از آثار نبوغ و هنر ایران، گنجینه‌ای از طرح‌ها و نقش‌های سنتی است که در کنار جذابیت بصری می‌تواند حامل پیام‌هایی از گذشتگان باشد. نقش‌ونگارهایی که در تار و پود پارچه تنیده شده‌اند، ریشه تاریخی و ثمره ذوق، رنج و پشتکار هنرمند را دارند و از مبانی فکری و منابع الهام‌بخش برخوردارند.

پارچه‌های زربفت از جمله کالاهایی هستند که افزون بر برخورداری از ظرفیت‌های قوی اقتصادی، یک تولید فرهنگی نیز به شمار می‌روند؛ چراکه به باور و خلاقیت انسان ایرانی جسمیت می‌بخشند و آن را قابل عرضه و مشاهده می‌کنند. این غنای فرهنگی، هنگامی که در کنار ساختار تجاری و اقتصادی آن قرار می‌گیرد، محصولی ممتاز و ویژه از برآیند آن حاصل می‌شود که تاکنون بدان پرداخته نشده است. این در حالی است که احیا و پویایی هنر زری‌بافی می‌تواند نقش کلیدی در رونق اقتصادی، توسعه کارآفرینی، جذب گردشگر و ایجاد اشتغال ایفا کند.

با وجود ظرفیت‌های بالای این هنر، محدود بودن کارگاه‌های فعال و میانگین سنی بالای بافندگان، آینده آن را در هاله‌ای از ابهام قرار داده است. پرسش اساسی اینجاست که چگونه می‌توان پویایی پارچه‌های زربفت را ایجاد کرد و از این پویایی به‌عنوان بستری برای رونق تولید، اشتغال و کارآفرینی بهره گرفت. برای پاسخ به این پرسش، لازم است عوامل مؤثر بر تولید، عرضه و فروش این پارچه‌ها شناسایی شوند و راهکارهایی برای بهره‌برداری از فرصت‌های فرهنگی و اقتصادی آن ارائه گردد.

بر این اساس، فرض بر این است که بهره‌گیری از ظرفیت‌های نهفته زری‌بافی و بازآفرینی نقوش سنتی می‌تواند، علاوه بر احیای این هنر، موجب توسعه گردشگری، گسترش صنایع وابسته و تقویت هویت فرهنگی شود. همچنین بازنگری در نظام آموزشی-کارگاهی و تقویت زیرساخت‌های مهارت‌آموزی از عوامل مؤثر بر افزایش بهره‌وری و جذب نسل جوان به این صنعت محسوب می‌شود.

این پژوهش با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر پویایی زری‌بافی و بررسی نقش آن در کارآفرینی فرهنگی، در پی ارائه الگویی عملی برای باززنده‌سازی این هنر و تبدیل آن به یک فعالیت اقتصادی پایدار است. با تمرکز بر این هدف، انتظار می‌رود نتایج تحقیق بتواند الگویی عملی برای باززنده‌سازی هنر زری‌بافی ارائه دهد؛ الگویی که نه تنها به حفظ هویت فرهنگی و انتقال آن به نسل‌های آینده کمک کند، بلکه بستر رشد اقتصادی، گسترش صنایع وابسته و ارتقای جایگاه ایران در بازار صنایع دستی جهانی را فراهم آورد.

## پیشینه تحقیق

مدت‌هاست که صنعت نساجی ـ به‌ویژه زری‌بافی ـ و زوال تدریجی آن در محافل صنعتی و اقتصادی کشور مورد بحث قرار گرفته است. آنچه نادیده گرفته می‌شود این است که صنعت زری‌بافی در حال اضمحلال است و هرچه زودتر باید برای جلوگیری از زوال کامل آن چاره‌ای اندیشید. بی‌شک اگر مشکلات در حال حاضر ریشه‌یابی نشود و علل و عواملی که باعث بروز این وضعیت شده‌اند مشخص نگردند، شاهد نابودی ریشه‌دارترین و قدیمی‌ترین صنعت خواهیم بود.

در بخش پیشینه، پژوهش مشابهی در زمینه عوامل مؤثر بر پویایی و کارآفرینی صنعت زری‌بافی مشاهده نشد و مشخص گردید بیشتر تحقیقات انجام‌شده در زمینه زری‌بافی، درباره نقوش در ادوار مختلف بوده است و در این میان، در مورد پویایی صنعت زری‌بافی تحقیقی صورت نگرفته است. در راستای پژوهش پیش‌رو می‌توان به تعدادی از پژوهش‌های هم‌راستا و هم‌جهت با این تحقیق اشاره کرد:

- توکلی در مقاله‌ای با عنوان «بررسی عوامل تأثیرگذار بر توسعه صادرات صنعت نساجی (مطالعه موردی: صنعت نساجی استان یزد)» در مجله دانش و توسعه، شماره ۳۱، تابستان ۱۳۸۹، مهم‌ترین عوامل مؤثر در توسعه صادرات محصولات این بخش را شناسایی و رتبه‌بندی می‌کند. بر اساس یافته‌های وی، عوامل کیفیت محصولات، نگرش راهبردی و مواد اولیه بیشترین تأثیر، و عوامل نقش دولت و دانش فنی کمترین تأثیر را بر توسعه صادرات نساجی دارند. در این پژوهش، درباره صنعت زری‌بافی که با سرمایه انسانی ماهر و مسن و هنری در حال منسوخ‌شدن مواجه است و خود یک فرصت بحرانی محسوب می‌شود، بحثی به میان نیامده است.
- علی صفری در سال ۱۳۹۳، در فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری در مقاله‌ای با عنوان «بررسی رابطه میان مدیریت دانش، کارآفرینی و عملکرد در سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری»، خلق دانش و مدیریت دانش را از عوامل برجسته برای رقابت‌پذیری سازمان‌ها و موفقیت سازمانی می‌داند. مدیریت دانش به‌عنوان تلاشی سیستماتیک و سنجیده برای توسعه، ترویج و کاربردی‌سازی دانش موجود در سازمان‌ها در راه ایجاد ارزش‌افزوده مثبت، جهت کسب موفقیت و نیل به اهداف تعریف شده است. در این پژوهش به تدوین نظام جامع احیای صنعت زری‌بافی همراه با تعریف چشم‌اندازها پرداخته نشده است.
- مریم روستا و همکاران در مقاله‌ای با عنوان «کارآفرینی اجتماعی فراتر از کارآفرینی اقتصادی» در سال ۱۳۸۷ در مجله تدبیر، ده عامل «صداقت، دلبستگی و شور و شوق، روشنی هدف، تعهد، شهامت، ارزش‌های مهم و اصلی، تمرکز بر مشتری، مشتاق بودن برای برنامه‌ریزی و

اقدام کردن، و انعطاف‌داشتن» را از عوامل حیاتی موفقیت می‌دانند. در این پژوهش، شناسایی فرصت‌های بین‌المللی برای معرفی محصولات، استفاده از بازاریابی هوشمند و برقراری روابط تجاری با سایر کشورها مورد بحث قرار نگرفته است.

- محسن شاطریان و همکاران در سال ۱۳۹۱ در فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال دوم، شماره ۸، در مقاله‌ای با عنوان «تحلیلی بر نقش سرمایه‌های انسانی در توسعه شهر کاشان» که یکی از بنیان‌های باثبات در برنامه‌ریزی همه کشورها در عصر حاضر را توسعه دانسته، به بررسی ابعاد سرمایه انسانی پرداخته و رابطه آن را با توسعه شهری مورد بررسی قرار داده است. در این پژوهش، درباره مشکلات اعطای وام برای تجهیز و به‌روزرسانی کارگاه‌ها بحثی به میان نیامده است.

همان‌گونه که شرح داده شد، مرور انجام‌شده بر روی مقالات موجود درباره صنعت زری‌بافی و تعداد اندک آنها نشان داد که محققان نیز در حال فراموش کردن این صنعت هستند و مستندات بسیار کمی برای بررسی مشکلات، کمبودها و چالش‌های آن وجود دارد. به همین دلیل، شناسایی چالش‌های این صنعت خود یک چالش اساسی است که برای عبور از آن، از چالش‌های صنایع دستی نزدیک به این حوزه و همچنین از مصاحبه‌ها کمک گرفته شده است.

## روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف در زمره تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد، زیرا با تمرکز بر حل یک مسئله واقعی در حوزه صنایع دستی و به‌ویژه زری‌بافی، به دنبال ارائه راهکارهای عملی و قابل اجرا برای احیا و پویایی این هنر است. از نظر ماهیت و روش، این مطالعه یک تحقیق کیفی با رویکرد اقدام انعکاسی (reflective action approach) است. روش اقدام انعکاسی بر مشارکت فعال هنرمندان و افراد درگیر در پدیده مورد مطالعه استوار است و با تعامل مستقیم با این افراد، به شناسایی مشکلات، تحلیل وضعیت، طراحی و آزمون راهکارها پرداخته شده است. دلیل انتخاب این رویکرد در پژوهش حاضر، ضرورت بهره‌گیری از تجربه‌های عملی و تخصصی بافندگان و فعالان صنایع وابسته به منظور شناسایی و تأیید عوامل مؤثر بر پویایی زری‌بافی بوده است.

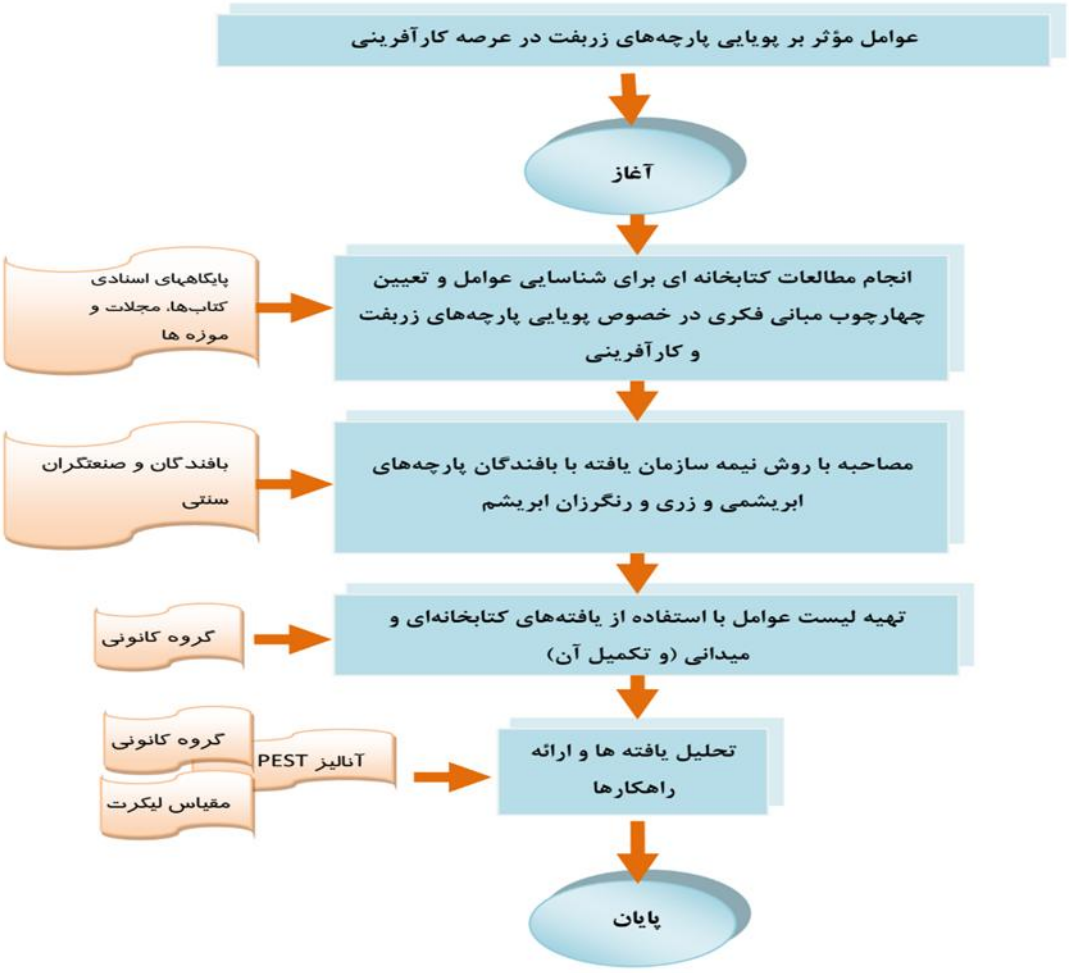
با توجه به تعداد اندک هنرمندان فعال در این رشته، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته (نیمه‌سازمان‌یافته) به عنوان ابزار اصلی گردآوری داده‌ها انتخاب شد. این نوع مصاحبه ساختاری منعطف دارد که بر پایه مجموعه‌ای از پرسش‌های از پیش طراحی‌شده انجام می‌شود، اما در جریان گفت‌وگو امکان طرح سؤالات تکمیلی و پیگیری پاسخ‌ها وجود دارد تا اطلاعات غنی‌تر و دقیق‌تری از تجربه عملی و دیدگاه‌های شرکت‌کنندگان به دست آید. در این پژوهش، مصاحبه با اکثر بافندگان فعال زری‌بافی انجام شد و برای تکمیل داده‌ها، تعدادی از هنرمندان مشاغل نزدیک و مرتبط (مانند رنگرزان ابریشم و بافندگان شعر) نیز مورد مصاحبه قرار گرفتند تا از تجربیات آن‌ها که از نظر فرایند تولید شباهت‌هایی با زری‌بافی دارد، استفاده شود.

به منظور اعتبارسنجی داده‌ها و تکمیل یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها، یک گروه کانونی متشکل از شش تیم فعال در حوزه زری‌بافی و صنایع وابسته تشکیل گردید. هدف از تشکیل این گروه، بحث جمعی پیرامون عوامل شناسایی‌شده، امتیازدهی به اهمیت آن‌ها و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر پویایی زری‌بافی بود. این جلسات امکان تبادل نظر میان شرکت‌کنندگان را فراهم آورد و به غنی‌تر شدن داده‌ها کمک کرد.

داده‌های گردآوری‌شده از مصاحبه‌ها و گروه کانونی با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی مورد بررسی قرار گرفتند. این فرآیند شامل مراحل زیر بود: مطالعه و بازخوانی کامل متن مصاحبه‌ها، کدگذاری اولیه برای استخراج مفاهیم کلیدی، دسته‌بندی کدها در قالب مقوله‌های اصلی و فرعی بر اساس شباهت‌ها و ارتباط‌های معنایی، و در نهایت استخراج مضامین نهایی که بیانگر عوامل کلیدی مؤثر بر پویایی زری‌بافی هستند. در پایان، یافته‌ها از طریق بازخورد مستقیم شرکت‌کنندگان و مقایسه با داده‌های منابع کتابخانه‌ای و مطالعات پیشین اعتبارسنجی شد و نتایج به‌دست‌آمده مبنای ارائه پیشنهادهای عملی این پژوهش قرار گرفت (شکل ۱).

## تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش، روش انتخاب‌شده، روش تحقیق کیفی است. از منظر داده‌ها و تحلیل آنها، روش اقدام انعکاسی به کار گرفته شده تا تطابق مناسبی با رویکرد مصاحبه مدنظر این تحقیق داشته باشد. مصاحبه‌ها بر اساس نتایج مطالعات کتابخانه‌ای آغاز شدند و از بازخورد آن‌ها برای جمع‌بندی نتایج استفاده گردید. نتایج جمع‌بندی‌شده که حاصل اعمال نظرات مصاحبه‌شوندگان برای هر بخش بود، بررسی و نتیجه نهایی از آن استخراج شد. به این ترتیب، نسبت به اخذ نتایج درست و قابل اعتماد از تحقیق اطمینان حاصل گردید و روایی تحقیق تأمین شد.




شکل ۱: ساختار کلی تحقیق (مأخذ: نگارنده)

با توجه به محدودیت‌های جامعه آماری، از گروه کانونی برای تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده شد و داده‌ها بر اساس تحلیل PEST با استفاده از مقیاس لیکرت رتبه‌بندی گردیدند. برای این منظور، یک گروه کانونی شامل بافندگان پارچه‌های زربفت و ابریشمی و برخی صنایع وابسته به آن، متشکل از ۱۲ استادکار حرفه‌ای و باتجربه، تشکیل شد و اقدامات زیر صورت پذیرفت:

۱. شناسایی و دسته‌بندی عوامل: کلیه عواملی که به هر نحو می‌توانست در نتایج این تحلیل تأثیر داشته باشد، از درون مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌ها شناسایی و دسته‌بندی گردید.

۲. نهایی‌سازی عوامل مرتبط: از میان عوامل دسته‌بندی‌شده، عواملی که بیشتر با موضوع تحقیق ارتباط داشتند در جلسه گروه کانونی نهایی شدند. در این مرحله، عواملی که به نظر جمع تأثیرات ناچیزی داشتند، از فهرست حذف شدند.

۳. امتیازدهی و رتبه‌بندی: در مباحثه‌های بعدی گروه کانونی، هر یک از شرکت‌کنندگان به هر عامل مرتبط، امتیازی از یک تا پنج اختصاص دادند. امتیاز یک برای کمترین اثر در ایجاد چالش و امتیاز پنج برای بیشترین اثر در ایجاد چالش در نظر گرفته شد. در پایان، میانگین امتیازات داده‌شده به هر یک از عوامل محاسبه و بر اساس نمره میانگین، عوامل رتبه‌بندی شدند.

۴. انتخاب عوامل مؤثر: نتایج بحث‌های انجام‌شده در گروه، منجر به انتخاب رتبه‌های اول تا سوم هر دسته به عنوان عوامل مؤثر گردید.

در این راستا، با توجه به وضعیت صنعت بافندگی پارچه‌های زری که در حال حاضر بر اساس دسته‌بندی سازمان میراث فرهنگی استان اصفهان به عنوان صنعتی «در خطر» معرفی شده است (isfahancht.ir)، عوامل مؤثر همان چالش‌هایی هستند که این صنعت را به وضعیت کنونی رسانده‌اند. پویایی صنعت بافندگی دستی و کارآفرینی گسترده‌ای که به واسطه آن در کشوری مانند هند و با تبعیت از یک برنامه‌ریزی مدون به دست آمده، نشان داد که با شناسایی چالش‌های اصلی و برنامه‌ریزی مدون می‌توان آن‌ها را برطرف نمود. لیکن در ایران، علیرغم وجود مشخصه‌های قدرتمندی نظیر زیرساخت‌های فرهنگی و نیروی انسانی، این صنعت از گردونه رقابت بین‌المللی عقب مانده است. به همین جهت، چالش‌های اصلی پویایی پارچه‌های زربفت و کارآفرینی در این صنعت با تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری‌شده شناسایی و معرفی شده‌اند. علاوه بر این، فرصت‌هایی که هنوز از دست نرفته و قابل بهره‌برداری هستند نیز بیان شده‌اند.

## چالش‌های صنعت زری‌بافی

با توجه به اینکه شناسایی صحیح چالش‌ها، مسیر حرکت به سمت هدف را نشانه‌گذاری می‌کند، شناسایی و دسته‌بندی چالش‌ها مهم‌ترین گام در فرآیند این پژوهش محسوب می‌شود. در این تحقیق، با مطالعه اسناد و مدارک کتابخانه‌ای شامل مقالات، گزارش‌های موردی، پایان‌نامه‌های دانشجویی و گزارش‌های ارائه‌شده از سوی مؤسسات و سازمان‌ها، چالش‌های صنعت زری‌بافی شناسایی و ثبت گردیدند. سپس به چالش‌های پرتکرار اهمیت بیشتری داده شد و نهایتا چالش‌هایی مدنظر قرار گرفت که در مصاحبه‌ها نیز مورد تأکید مصاحبه‌شوندگان قرار گرفته بودند و در گروه کانونی تأیید شدند.

چالش‌هایی که امروزه صنعت زری‌بافی در ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیکی با آن مواجه است، به ترتیب در جداول ۱ تا ۴ ارائه شده‌اند. چالش‌های پیش روی این صنعت، با توجه به موضوع تحقیق، از دو منظر کارآفرینی و پویایی مورد توجه قرار گرفته‌اند. کارآفرینی در ذات خود دارای چالش‌های بی‌شماری است که کارآفرین باید شجاعت روبه‌رو شدن با آن‌ها را داشته باشد و از پیش برای آن‌ها برنامه‌ریزی کرده باشد. برخی مراجع، روش «سعی و خطا» را برای عبور از سد این چالش‌ها معتبر می‌دانند و عامل پویایی را برای غلبه بر آن‌ها بسیار مهم قلمداد کرده‌اند (مؤسسه توسعه جهانی و کارآفرینی، ۲۰۱۷). نتایج حاصل از بررسی عوامل سیاسی مؤثر در پویایی و کارآفرینی صنعت زری‌بافی در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: عوامل مؤثر سیاسی تأثیرگذار بر پویایی و کارآفرینی صنعت زری‌بافی (مأخذ: نگارنده)

| عملکرد | عوامل مؤثر سیاسی |
|---|---|
| **پویایی** | ۱) عدم سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی منسجم و سازماندهی عملیاتی در ابعاد داخلی و خارجی |
| | ۲) عدم تدوین نظام جامع احیای صنعت زری بافی همراه با تعریف چشم‌اندازهای بلندمدت و برنامه‌های کوتاه‌مدت |
| | ۳) عدم تدوین و اجرای استانداردهای مورد قبول و مطلوب برای مواد اولیه و محصولات |
| | ٤) عدم حمایت بیمه‌ای هنرمندان و صنعتگران |
| | ٥) عدم تعیین بودجه برای احیای صنعت زری‌بافی |
| **کارآفرینی** | ٦) انجام اقدامات پراکنده درمدیریت رویدادهای تجاری |
| | ۷) ناکارآمدی سازمانهای متولی صنایع دستی و لزوم تجمیع آنها برای تمرکز متولیان ذیربط روی صنعت زری‌بافی |
| | ۸) برنامه‌ریزی جامع در زمینه اشتغال خانگی پایدار |
| | ۹) تشویق سرمایه‌گذاری بخش خصوصی برای بومی‌سازی چرخه تولید مواد اولیه تا محصول |
| | ۱۰) نبود بانک جامع هنرمندان و نشان‌های برتر تاریخی |
| | ۱۱) نبود برنامه‌ریزی منسجم سه شاخص اصلی کارآفرینی، صنایع دستی و هنرمندان |

جدول ۲: عوامل مؤثر اقتصادی تأثیرگذار بر پویایی و کارآفرینی صنعت زری‌بافی (مأخذ: نگارنده)

| عملکرد | عوامل مؤثر اقتصادی |
|---|---|
| **پویایی** | ۱) مشکلات اعطای وام برای تجهیز و به روز کردن کارگاه‌ها |
| | ۲) مشکلات و محدودیت‌ها در تأمین مواد اولیه به دلیل نوسان قیمت فلزات گران‌بها ( طلا و نقره) در دهه اخیر |
| | ۳)کیفیت ناپایدار مواد داخلی |
| | ٤) بی علاقگی بازماندگان هنر زری‌بافی به آموزش و گسترش کارگاه‌ها |
| | ٥) عدم وجود صنف و تشکل منسجم |
| | ٦) ناشناخته بودن هنر زری‌بافی برای هنرجویان صنایع دستی |

| عملکرد | عوامل مؤثر اقتصادی |
|---|---|
| | ۷) نیاز به ارتباط صنایع دستی با دانشگاه‌های داخلی و خارجی |
| **کارآفرینی** | ۸) نبود مشارکت نهادهای مدنی در کنار بازماندگان این هنر |
| | ۹) نبود نگاه فراتر از فروش سنتی و استفاده از تجارت الکترونیک |
| | ۱۰) عدم فعالیت غرفه‌های محصولات در سفارتخانه‌ها، فرودگاه‌ها و سایر اماکن متعلق به ایران |
| | ۱۱) عدم آگاهی از وضعیت بازار و رقبا |
| | ۱۲) عدم برقراری روابط تجاری دوجانبه و چندجانبه با سایر کشورها و سازمان‌ها و نهادهای خارجی یا بین‌المللی |
| | ۱۳) معطل ماندن سرمایه و زایل شدن سود به جهت به‌کارگیری روش‌های سنتی فروش و باقی ماندن کالاها در بازار |
| | ۱٤) عدم توجیه سودآوری و امکانات بالقوه و بالفعل این کار و در نتیجه از دست دادن سرمایه‌گذار |
| | ۱۵) عدم ثبات بازار ارز و پشتیبانی نامناسب از مقولهٔ صادرات در این حوزه (مباحث مربوط به بانک‌ها، حمل و نقل وگمرک به عنوان زیرساخت‌های ضروری صادرات) |

جدول ۳: عوامل مؤثر اجتماعی تأثیرگذار بر پویایی و کارآفرینی صنعت زری‌بافی (مأخذ: نگارنده)

| عملکرد | عوامل مؤثر اجتماعی |
|---|---|
| **پویایی** | ۱) نیاز به احیای رشته‌های در حال منسوخ شدن با تجهیز و راه‌اندازی کارگاه‌ها |
| | ۲) عدم شناخت مدل‌های کارآفرینی جهانی |
| | ۳) عدم توجه به کم‌توانان یا ناتوانان ذهنی که می‌توانند بخشی از ظرفیت مخاطبین آموزش را بعنوان یک رویکرد هنردرمانی در برگیرد |
| | ٤) نبود سیستم جامع اطلاعات آماری |
| | ۵) عدم وجود همایشهای کیفی |
| | ٦) کپی‌برداری طرحها و نقشها و در نتیجه از بین رفتن انگیزهٔ کارآفرینی |
| | ۷) نیاز به مستندنگاری ماندگاررشته زری‌بافی |
| | ۸) بها ندادن به هنرمندان بزرگ و فاصله گرفتن آنها از جایگاه واقعی‌شان |
| | ۹) فقدان آموزش مناسب برای شناسایی، بازارسازی، بازاریابی و تبلیغات در این صنعت |
| | ۱۰) نیاز به فرهنگ‌سازی و اهمیت صنایع دستی در بدنه دولت و میان مردم با کمک رسانه‌های جمعی |
| | ۱۱) عدم تمایل زنان وفراهم بودن شرایط اجتماعی در این حوزه |
| **کارآفرینی** | ۱۲) عدم دیدگاه‌های راهبردی برای حضور در بازارهای جهانی |
| | ۱۳) هزینه سنگین شرکت در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی |
| | ۱٤) عدم آموزشهای دانشگاهی جهت ارتباط‌گیری و ایجاد شبکه |
| | ۱۵) عدم برخورداری از مهارت و دانش فنی مسئولین در زمینه نگرش بازدهی اقتصادی مطلوب صنعت زری‌بافی |
| | ۱٦) نبود آشنایی با تجارت جدید عدم وجود یک شبکهٔ متمرکز، منسجم و غیردولتی هنرمندان این حوزه |
| | ۱۷) اهمیت ندادن به گردشگران و خریداران بالقوه |
| | ۱۸) عدم همکاری تورهای گردشگری و صنایع دستی |

| عملکرد | عوامل مؤثر اجتماعی |
|---|---|
| | ۱۹) عدم شناسایی فرصتهای بین‌المللی جهت معرفی محصولات در این حوزه |
| | ۲۰) عدم توجه و آگاهی هنرمندان به صادرات کالاهای خود |

جدول ۴: عوامل مؤثر تکنولوژیکی تأثیرگذار بر پویایی و کارآفرینی صنعت زری‌بافی (مأخذ: نگارنده)

| عملکرد | عوامل مؤثر تکنولوژیکی |
|---|---|
| **پویایی** | ۱) عدم دسترسی به مواد اولیه مناسب با کیفیت و قیمت‌های رقابتی |
| | ۲) مشکلات راه‌اندازی و حفظ کارگاه‌ها بصورت استاندارد و رعایت الزامات بهداشت حرفه‌ای |
| | ۳) نداشتن دید کاربردی برای تولید و فروش محصول |
| | ٤) فقدان مدیریت تولید بر مبنای تقاضا |
| | ٥) عدم نوآوری و تنوع در بسته‌بندی |
| | ٦) فقدان مشوق های لازم برای تولید محصولات باکیفیت و صادراتی |
| | ۷) اصرار به ثابت بودن فرم، طرح، نقش و تکنیک کار |
| | ۸) زمانبر بودن و عدم امکان تولید انبوه محصولات |
| | ۹) نیاز به تبلیغات آگاهی‌بخش، حساسیت‌زا، هدفمند و اثرگذار در رسانه‌ها (مانند پویانمای‌ها) |
| **کارآفرینی** | ۱۰) عدم رعایت استانداردهای جهانی در ورود به عرصه جهانی (مانند بارکد و شناسنامه کالا) |
| | ۱۱) عدم توجه به تولیدات خانگی و کارگاهی |
| | ۱۲) عدم تدوین راهبرد صحیح برای بازار هدف |
| | ۱۳) نیاز به ارزیابی سلیقه و نیاز سایر کشورها با توجه به تغییر سلیقه نسل جدید |
| | ١٤) عدم استفاده از شیوه‌های نوین بازاریابی |
| | ١٥) عدم استفاده از بازاریابی هوشمند و تجارت الکترونیک |
| | ١٦) عدم برقراری ارتباط تولیدکننده و مصرف‌کننده نهایی برای اطمینان بخشی به مشتری در راستای اصالت اثر و خدمات پس از فروش |

## شناسایی و معرفی چالش‌های اصلی

چالش‌های شناسایی‌شده در خصوص صنعت زری‌بافی بسیار زیاد و پراکنده بودند. برای تجزیه و تحلیل آن‌ها، سه مرحله مجزا صورت پذیرفت:

مرحله اول: دسته‌بندی چالش‌ها در دسته‌هایی که دارای جامعیت لازم برای بررسی تمام محیط کاری صنعت زربفت باشند. برای این منظور، با استفاده از روش تحلیل PEST، دسته‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیکی انتخاب شدند.

مرحله دوم: پالایش چالش‌ها و قرار دادن آن‌ها در دسته‌های مربوط.

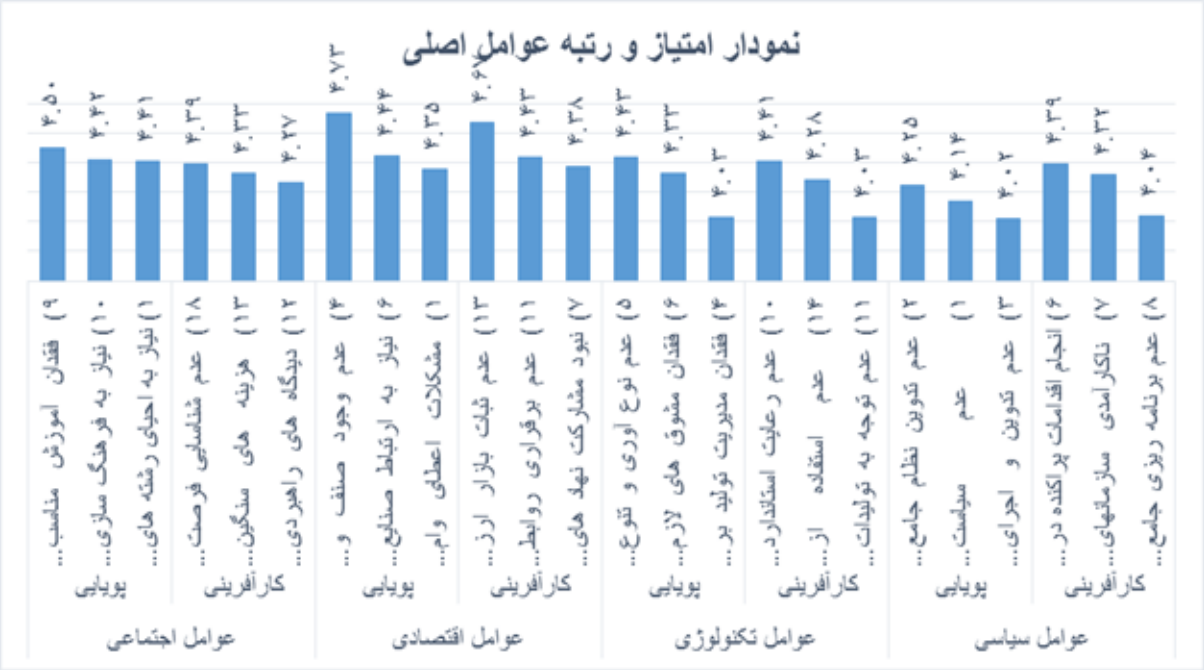
مرحله سوم و نهایی: آماده‌سازی چالش‌های شناسایی‌شده و تأییدشده در گروه کانونی برای تجزیه و تحلیل.

نهایتاً با استفاده از مقیاس پنج‌نقطه‌ای لیکرت و به کارگیری نرم‌افزار اکسل، چالش‌ها توسط اعضای گروه کانونی امتیازدهی شدند و چالش‌های اصلی شناسایی و معرفی گردیدند. چالش‌های اصلی همان عوامل مؤثری هستند که در ایجاد وضعیت کنونی دخالت حداکثری دارند و باید برای تغییر وضعیت موجود به سمت وضعیت مطلوب در اولویت قرار گیرند.

چالش‌های اصلی شناسایی‌شده (رتبه‌های اول تا سوم هر عامل) به عنوان نتایج تجزیه و تحلیل‌های انجام‌شده یا همان عوامل مؤثر معرفی گردیدند. این نتایج در جدول ۵ ارائه شده‌اند.

جدول ۵: امتیاز و رتبه عوامل اصلی شناسایی شده و حائز اهمیت در پویایی و کارآفرینی در صنعت زری‌بافی

| چالش | بعد | عوامل | امتیاز | رتبه درنوع چالش |
|---|---|---|---|---|
| **سیاسی** | **پویایی** | ۱) عدم سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی منسجم و سازماندهی عملیاتی در ابعاد داخلی و خارجی | **٤/١٤** | **۲** |
| | | ۲) عدم تدوین نظام جامع احیای صنعت زری‌بافی همراه با تعریف چشم‌اندازهای بلندمدت و برنامه‌های کوتاه‌مدت | **٤/۲٥** | **۱** |
| | | ۳) عدم تدوین و اجرای استانداردهای مورد قبول و مطلوب برای مواد اولیه و محصولات | **٤/۰۲** | **۳** |
| | **کارآفرینی** | ٦) انجام اقدامات پراکنده درمدیریت رویدادهای تجاری | **٤/۳۹** | **۱** |
| | | ۷) ناکارآمدی سازمان‌های متولی صنایع دستی و لزوم تجمیع آنها برای تمرکز متولیان ذیربط صنعت زری‌بافی | **٤/۳۲** | **۲** |
| | | ۸) عدم برنامه‌ریزی جامع در زمینه اشتغال خانگی پایدار | **٤/۰٤** | **۳** |
| **اقتصادی** | **پویایی** | ۱) مشکلات اعطای وام برای تجهیز و به روزکردن کارگاه‌ها | **٤/۳٥** | **۳** |
| | | ٥) عدم وجود صنف و تشکل منسجم | **٤/۷۳** | **۱** |
| | | ۷) نیاز به ارتباط صنایع دستی با دانشگاههای داخلی و خارجی | **٤/٤٤** | **۲** |
| | **کارآفرینی** | ۸) نبود مشارکت نهادهای مدنی در کنار بازماندگان این هنر | **٤/۳۸** | **۳** |
| | | ۱۲) عدم برقراری روابط تجاری دوجانبه و چندجانبه با سایر کشورها و سازمان‌ها و نهادهای خارجی یا بین المللی | **٤/٤۳** | **۲** |
| | | ۱٥) عدم ثبات بازار ارز و پشتیبانی نامناسب از مقولهٔ صادرات در این حوزه (مباحث مربوط به بانکها، حمل و نقل وگمرک به عنوان زیرساختهای ضروری صادرات) | **٤/٦۷** | **۱** |
| **اجتماعی** | **پویایی** | ۱) نیاز به احیای رشته‌های در حال منسوخ‌شدن با تجهیز و راه‌اندازی کارگاه‌ها | **٤/٤۱** | **۳** |
| | | ۹) فقدان آموزش مناسب برای شناسایی، بازارسازی، بازاریابی و تبلیغات در این صنعت | **٤/٥۰** | **۱** |
| | | ۱۰) نیاز به فرهنگ‌سازی و اهمیت صنایع‌دستی در بدنه دولت و میان مردم با کمک رسانه‌های جمعی | **٤/٤۲** | **۲** |
| | **کارآفرینی** | ۱۲) عدم وجود دیدگاه‌های راهبردی برای حضور در بازارهای جهانی | **٤/۲۷** | **۳** |
| | | ۱۳) هزینه سنگین شرکت در نمایشگاههای داخلی و خارجی | **٤/۳۳** | **۲** |
| | | ۱۹) عدم شناسایی فرصت‌های بین‌المللی جهت معرفی محصولات در این حوزه | **٤/۳۹** | **۱** |
| **تکنولوژیکی** | **پویایی** | ٤) فقدان مدیریت تولید بر مبنای تقاضا | **٤/۰۳** | **۳** |
| | | ٥) عدم نوآوری و تنوع در بسته‌بندی | **٤/٤۳** | **۱** |
| | | ٦) فقدان مشوق‌های لازم برای تولید محصولات باکیفیت و صادراتی | **٤/۳۳** | **۲** |
| | **کارآفرینی** | ۱۰) عدم رعایت استانداردهای جهانی در ورود به عرصه جهانی (مانند بارکد و شناسنامه کالا) | **٤/٤۱** | **۱** |
| | | ۱۱) عدم توجه به تولیدات خانگی و کارگاهی | **٤/۰۳** | **۳** |
| | | ۱٥) عدم استفاده از بازاریابی هوشمند و تجارت الکترونیک | **٤/۲۸** | **۲** |




شکل ۲: نمودار امتیاز و رتبه عوامل اصلی شناسایی شده و حائز اهمیت در پویایی و کارآفرینی در صنعت زری‌بافی (مأخذ: نگارنده)

## فرصت‌ها در صنعت زری‌بافی

صنایع دستی یکی از مظاهر فرهنگی و هنری محسوب می‌شود. صنعت زری‌بافی بازگوکننده خصوصیات تاریخی، اجتماعی و فرهنگی کشور است و می‌تواند عامل مهمی در شناساندن فرهنگ و تمدن باشد و برای جلب و جذب گردشگران مورد استفاده قرار گیرد. در واقع، ترویج هنرهای سنتی و صنایع دستی می‌توانند موجبات رشد و توسعه یکدیگر را فراهم سازند و جامعه را به سمت خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی با تأکید بر هدف تولید ثروت ملی، توسعه صادرات و حفظ و احیای هنرهای سنتی و صنایع دستی هدایت نمایند.

کالاهای فرهنگی استثنایی هستند و ما به خوبی می‌توانیم بین آن‌ها و دیگر کالاها تمایز قائل شویم. افراد با صنایع دستی به عنوان کالاهای فرهنگی به طریقی خاص ارتباط برقرار می‌کنند. مردم مایلند به خاطر لذتی که این کالاها به آن‌ها می‌دهند و به خاطر درآمدی که شاید از آن حاصل می‌شود، برای آن‌ها پول بپردازند. در حوزه صنایع دستی، اقدام کارآفرینانه به معنای فرآیند ایده‌پردازی، فرصت‌شناسی، ایجاد کسب‌وکارها و تأسیس مراکز و بنگاه‌های تولید و عرضه کالاها و خدمات مرتبط با حوزه صنایع دستی است که در این میان، فرصت‌شناسی بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

تعامل بین هنر، طراحی و صنایع دستی ظرفیت‌ها و قابلیت‌های جدیدی را ایجاد و معرفی کرده است. از آنجا که صنایع دستی صنعتی پویاست و نیازمند عرضه خدمات متنوع و گوناگون است، می‌توان با استفاده از ایده‌های نو و کارآفرینانه، ضمن بهره‌برداری از مزیت‌ها و ظرفیت‌های ناشناخته، باعث رونق صنعت گردشگری شد. توجه به تنوع طرح، نقش و فرم در تولید محصولات صنایع دستی، همراه با حفظ میراث فرهنگی اصیل و کهن و اصول طراحی سنتی، از ضروریات است.

از لحاظ اقتصادی و تجارت جهانی، محصولات صنایع دستی ایران در بازار رقابت از سایر کشورها عقب مانده و در بازارهای داخلی نیز دچار مشکلات اقتصادی و رکود شده است. نبود توجه کافی به جنبه‌های کاربردی و کارکردی صنایع دستی (مانند عدم دوام و استحکام، استفاده از مواد اولیه نامرغوب، و استفاده از کارگران غیرحرفه‌ای و فاقد مهارت‌های لازم) سبب شده است که محصولات صنایع دستی جنبه صرفا تزیینی پیدا کنند.

از لحاظ فرهنگی، صنایع دستی ایران دارای جایگاه رفیع و والایی در فرهنگ و هنر ایران و جهان است و از شاخصه‌های بارز فرهنگ و تمدن ایرانی شناخته می‌شود. عدم آشنایی با طراحی در هنرهای سنتی ایرانی، عدم توجه به جایگاه استادکاران در سطوح دانشگاهی، مدرک‌گرایی در سطوح مختلف آموزشی، و در نهایت ضعف در طراحی، ایده‌پردازی و خلاقیت، موجبات عدم دستیابی به اهداف مورد نظر در تولید محصولات صنایع دستی را بیش از پیش فراهم آورده است (فرایدی و اوپارا، ۲۰۰۷).

## معرفی و شناسایی فرصت‌ها در توسعه پایدار صنعت زری‌بافی

با وجود تعدد چالش‌ها، فرصت‌های مؤثر اندکی برای جلوگیری از فراموشی این صنعت باقی مانده است. فرصت‌های صنعت زری‌بافی به سه دسته بحرانی، کوتاه‌مدت و کافی قابل تقسیم هستند:

**دسته اول ـ فرصت‌های بحرانی:** فرصت‌هایی که در صورت عدم استفاده از آن‌ها، جبران‌پذیر نخواهند بود و به همین دلیل بحرانی قلمداد شده‌اند. استفاده از این فرصت‌ها باید فورا در دستور کار قرار گیرد. وجود طراحان و استادکاران بسیار ماهر اما سالخورده و در عین حال علاقه‌مند به انتقال تجربیات خود به نسل جوان برای زنده نگه‌داشتن این هنر، فرصتی است که اگر از دست برود، جبران‌ناپذیر خواهد بود. باید علل رکود هنر زری‌بافی بررسی و آسیب‌شناسی شود. بازتولید نقوش و بافت‌های تاریخی فرصت دیگری است که تا زمانی که اساتید و طراحان زبده این صنعت زنده هستند، هنوز می‌توان از آن استفاده کرد. در این راستا، هنوز امکان ارتباط بین طراحان قدیمی و ماهر پارچه‌های زربفت با بافندگان از بین نرفته است و می‌توان از تجربیات اساتید قدیمی این صنعت بهره گرفت.

**دسته دوم ـ فرصت‌های کوتاه‌مدت:** فرصت‌هایی که در شرایط کنونی دستیابی به آن‌ها دشوار است، اما نسبت به دسته اول وضعیت بهتری دارند. این دسته از فرصت‌ها در صورت عدم استفاده، به مرور با شرایط سخت‌تری مواجه خواهند شد و به همین جهت باید برنامه‌های کوتاه‌مدت برای بهره‌مندی از آن‌ها تدارک دیده شود. استفاده از پتانسیل قدرتمند صنعت زری‌بافی ایران برای بازپس‌گیری سهم بازار و رقابت با رقبای خارجی با بهره‌گیری از نوآوری و ابزارهای روزآمد نظیر تجارت الکترونیک، سفارشی‌سازی، کاربردی‌سازی محصولات و فراهم‌آوری زمینه تبادلات فرهنگی، نمونه‌هایی از این فرصت‌ها هستند.

**دسته سوم ـ فرصت‌های کافی:** فرصت‌هایی که می‌توان برای استفاده از آن‌ها برنامه‌ریزی بهتری انجام داد. استفاده از صنعت زری‌بافی برای رونق گردشگری فرهنگی، برگزاری جشنواره‌های زری‌بافی، برپایی نمایشگاه‌های دوره‌ای صنعت زری‌بافی و صنایع وابسته، ایجاد نیاز برای مشتریان داخلی از طریق معرفی پارچه‌های زربفت و کاربردهای روزآمد برای آن‌ها در سایه بازآفرینی نقوش سنتی، و بهره‌مندی از فقدان رقبای جدی، از جمله این فرصت‌ها به شمار می‌آیند. علاوه بر این‌ها، دسترسی به بازارهای هدف خارجی، امکان استفاده از فناوری‌های نوین برای بازارسازی، بازاریابی، تولید و عرضه محصولات نیز فرصتی مغتنم برای جلوگیری از فراموشی این صنعت است.

با توجه به اینکه فرصت‌های باقی‌مانده برای باززنده‌سازی صنعت زری‌بافی اندک هستند، امکان بررسی، امتیازدهی و تجزیه و تحلیل دقیق آن‌ها فراهم نبود. به همین دلیل، تمام فرصت‌های شناسایی‌شده بدون هرگونه تجزیه و تحلیلی در جدول ۶ ارائه شده‌اند. برای شناسایی و معرفی فرصت‌ها، همان فرآیند ترکیبی شناسایی و معرفی چالش‌ها (مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه و گروه کانونی) به کار گرفته شده است.

جدول ۶: انواع فرصت‌های شناسایی شده در پویایی و کارآفرینی صنعت زری‌بافی (مأخذ: نگارنده)

| ابعاد | فرایند | عوامل | نوع فرصت |
|---|---|---|---|
| **سیاسی** | **پویایی** | گسترش تبادلات فرهنگی از طریق برگزاری جشنواره‌ها، سمینارها | **کافی** |
| | | تحقیق برای تهیه استاندارد محصولات زربفت در انطباق با گواهینامه‌های صادراتی بازارهای هدف | **کافی** |
| | **کارآفرینی** | ایجاد یک دفتر متمرکز برای باززنده سازی صنعت زری‌بافی در سازمان میراث فرهنگی و متمرکز کردن تمامی فعالیت‌های مربوطه در این دفتر همراه با اختیارات کامل | **کافی** |
| **اقتصادی** | **پویایی** | نوآوری در تولید برای رقابت با رقبای خارجی | **کوتاه** |
| | | برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی و فروشگاه‌های دائمی محصولات زربفت | **کافی** |
| | **کارآفرینی** | بازارسازی داخلی برای محصولات تولید داخل | **کوتاه** |
| | | بازاریابی و بازارسازی خارجی برای محصولات زربفت ایرانی | **کوتاه** |

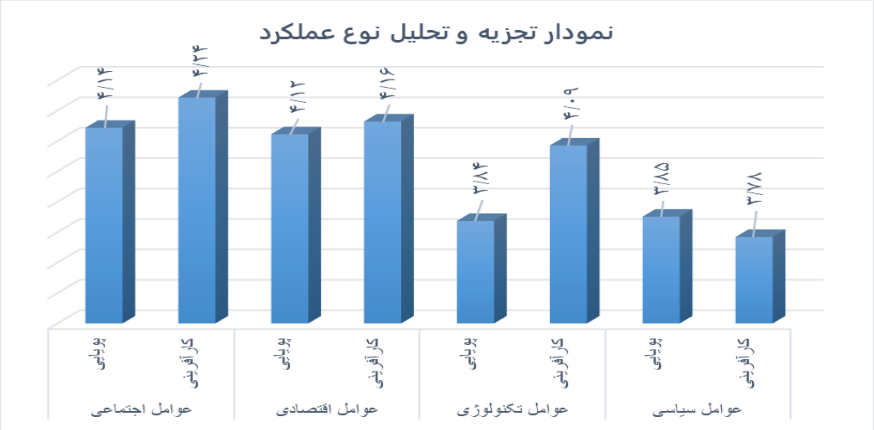
| ابعاد | فرایند | عوامل | نوع فرصت |
|---|---|---|---|
| اجتماعی | پویایی | بازتولید نقوش تاریخی | بحرانی |
| | | آموزش طراحی توسط اساتید طراح قدیمی در کارگاه‌های منتخب طی دوره های فشرده | بحرانی |
| | | تقدیر از بزرگان صنعت زربفت در حضور هنرمندان داخلی و خارجی همزمان با نمایش و فروش آثار صنعتگران زری بافی | کوتاه |
| | کارآفرینی | ایجاد کارگاه‌های آموزشی برای نوآموزان و استفاده از هنرمندان متبحر برای انتقال تجربه به آنان | بحرانی |
| تکنولوژیکی | پویایی | سفارشی‌سازی و کاربردی‌سازی محصولات زربفت | کوتاه |
| | | تحقیق در باره فرهنگ ملل و تولید محصولات منطبق با کاربری‌های مورد نظر آنان(مبل، پوشاک، پرده و ...) | کافی |
| | کارآفرینی | ایجاد پلتفرم تجارت الکترونیک برای محصولات بافندگان زری | کوتاه |

## تجزیه و تحلیل چالش‌ها و فرصت‌ها

با توجه به آنالیزهای انجام‌شده در مراحل قبل، چالش‌های اصلی پیش روی صنعت زری‌بافی ـ که همان عوامل مؤثر در پویایی پارچه‌های زربفت در عرصه کارآفرینی هستند ـ در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیکی شناسایی و معرفی شدند. علاوه بر این، فرصت‌های محدودی که برای استفاده در این صنعت باقی مانده است نیز معرفی گردید. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از آنالیزهای انجام‌شده، امتیاز نوع عملکرد و رتبه آن‌ها در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷: امتیاز نوع عملکرد در پویایی و کارآفرینی صنعت زری‌بافی

| نوع چالش | عملکرد | امتیاز نوع عملکرد | رتبه عملکرد در نوع چالش |
|---|---|---|---|
| سیاسی | پویایی | ۳/۸۵ | ۱ |
| | کارآفرینی | ۳/۷۸ | ۲ |
| اجتماعی | پویایی | ٤/١٤ | ۲ |
| | کارآفرینی | ٤/٢٤ | ۱ |
| اقتصادی | پویایی | ٤/١٣ | ۲ |
| | کارآفرینی | ۴/۱۶ | ۱ |
| تکنولوژیکی | پویایی | ۳/۸٤ | ۲ |
| | کارآفرینی | ٤/٠٩ | ۱ |

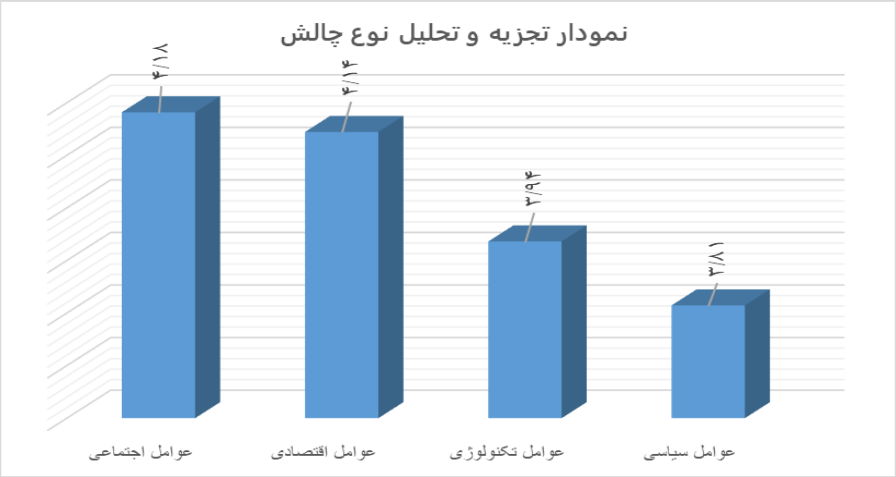



شکل ۳: نمودار تجزیه و تحلیل نوع عملکرد پویایی و کارآفرینی در صنعت زری‌بافی

جدول ۸: امتیاز و رتبه نوع چالش در پویایی و کارآفرینی صنعت زری‌بافی

| نوع چالش | امتیاز نوع چالش | رتبه نوع چالش |
|---|---|---|
| **سیاسی** | **۳/۸۱** | **٤** |
| **اجتماعی** | **۴/۱۸** | **۱** |
| **اقتصادی** | **٤/۱۵** | **۲** |
| **تکنولوژیکی** | **۳/۹٤** | **۳** |

الف) بر اساس یافته‌ها، عوامل اجتماعی، اقتصادی، تکنولوژیکی و سیاسی به ترتیب از درجه اهمیت بالاتری برخوردار هستند (جدول ۸)، در حالی که فاصله بین عوامل اجتماعی و اقتصادی با سایر عوامل معنی‌دار است. در یک دیدگاه کلان، باید عوامل اجتماعی و اقتصادی مرتبط با صنعت زری‌بافی مورد توجه ویژه قرار گیرند و پس از آن به عوامل تکنولوژیکی و سیاسی پرداخته شود. نکته حائز اهمیت آنکه فرصت‌های بحرانی نیز در بعد اجتماعی قرار گرفته‌اند که این موضوع نشان‌دهنده اهمیت ویژه عوامل اجتماعی است.




شکل ۴: نمودار امتیاز و رتبه نوع چالش در پویایی و کارآفرینی صنعت زری‌بافی

ب) در بین عوامل مورد بررسی، کارآفرینی در هر سه دسته اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیکی نسبت به پویایی از رتبه بالاتری برخوردار است. این موضوع نشان‌دهنده اهمیت پرداختن به مباحث کارآفرینی به منظور عبور از شرایط بحرانی صنعت زری‌بافی می‌باشد (جدول ۹). از سوی دیگر، رتبه پایین کارآفرینی در بعد سیاسی نیز حاکی از کم‌اهمیت بودن حمایت‌های سیاسی از این موضوع نسبت به سایر ابعاد مورد بررسی است. در این میان، کارآفرینی در ابعاد اجتماعی و اقتصادی باید در کانون توجهات قرار گیرد؛ با تمرکز بر جهانی‌سازی محصولات زربفت و توجه به ایجاد نهادهای مدنی و حمایت از هنرمندان موجود. علاوه بر این، کارآفرینی در بعد تکنولوژیکی نیز باید مورد توجه قرار داده شود. در این خصوص، باید به جهانی‌سازی همراه با ایجاد کارگاه‌های متعدد شخصی و بنگاهی و همچنین توسعه تجارت الکترونیک اهمیت داده شود.

جدول ۹: تجزیه و تحلیل رتبه چالش و عملکرد پویایی و کارآفرینی در صنعت زری‌بافی (مأخذ: نگارنده)

| نوع چالش | نوع عملکرد | رتبه عملکرد | رتبه نوع چالش |
|---|---|---|---|
| **اجتماعی** | **پویایی** | **۳** | **۱** |
| | **کارآفرینی** | **۱** | |
| **اقتصادی** | **پویایی** | **٤** | **۲** |
| | **کارآفرینی** | **۲** | |
| **تکنولوژیکی** | **پویایی** | **۷** | **۳** |
| | **کارآفرینی** | **٥** | |
| **سیاسی** | **پویایی** | **٦** | **٤** |
| | **کارآفرینی** | **۸** | |

ج) پس از کارآفرینی در ابعاد اجتماعی و اقتصادی، پویایی در ابعاد اجتماعی و اقتصادی در رتبه‌های بعدی عوامل دارای اهمیت قرار گرفته‌اند (جدول ۹). نکته حائز اهمیت آنکه کارآفرینی و پویایی هر دو در بعد اجتماعی دارای اولویت شده‌اند؛ این مسئله نشان‌دهنده اهمیت توجه به همه ابعاد اجتماعی در صنعت زری‌بافی می‌باشد. برای پویایی صنعت پارچه‌های زربفت، توجه به آموزش در همه جنبه‌های فنی، تجاری، اقتصادی و سیاست‌گذاری کلان برای رونق این صنعت، همراه با توجه به مباحث نوآوری در تولید و عرضه، باید مورد توجه قرار گیرد.

د) عمده‌ترین چالش‌ها بر اساس ابعاد مختلف:

- در بعد اقتصادی: عمده‌ترین چالش در حوزه پویایی، عدم وجود صنف و تشکل منسجم است و در حوزه کارآفرینی، بی‌ثباتی بازار و فقدان حمایت‌های صادراتی تشخیص داده شده‌اند.
- در بعد اجتماعی: در حوزه پویایی، فقدان آموزش مناسب برای شناسایی، بازارسازی، بازاریابی و تبلیغات؛ و در حوزه کارآفرینی، بی‌ثباتی بازار و عدم شناسایی فرصت‌های بین‌المللی جهت معرفی محصولات زری، عمده‌ترین چالش‌ها هستند.
- در بعد تکنولوژیکی: عدم رعایت استانداردهای جهانی در ورود به عرصه جهانی (مانند بارکد و شناسنامه کالا) رتبه برتر چالش‌های کارآفرینی تکنولوژیکی را به خود اختصاص داده است و نوآوری و تنوع در بسته‌بندی، چالش اصلی پویایی این صنعت می‌باشد.
- در بعد سیاسی: پویایی نیازمند رفع عمده‌ترین چالش این بعد، یعنی تدوین نظام جامع احیای صنعت زری‌بافی همراه با تعریف چشم‌اندازهای بلندمدت و برنامه‌های کوتاه‌مدت است. همچنین انجام اقدامات پراکنده در مدیریت رویدادهای تجاری، رتبه یک را در چالش‌های مرتبط با کارآفرینی سیاسی به خود اختصاص داده است.

از مجموعه چالش‌های برتر شناسایی‌شده مشاهده می‌شود که برای پویایی و کارآفرینی صنعت پارچه‌های زربفت در همه ابعاد مورد بررسی، باید نگاه درست و عمیقی به بازارهای صادراتی از طریق روش‌های مختلف بازارسازی و بازاریابی ایجاد شود و اقدامات فوری در این راستا صورت پذیرد. همه عوامل در نظر گرفته شده در پویایی امتیازی بیش از حد متوسط کسب نمودند و این امر مؤثر بودن این عوامل در پویایی صنعت زری‌بافی را نشان می‌دهد. این نتایج حاکی از آن است که وجود صنف، یک حرکت کارآمد در راستای تحقق اهداف افراد است و می‌تواند دغدغه‌ها و مشکلات پیش رو را حل کند. شناخت نظام بازار و نیازها و خواسته‌ها و رفع نیاز از طریق مبادلات مطلوب برای شکل‌گیری عرضه و تقاضا نیز از عوامل اصلی به شمار می‌رود. با این وجود، سیستم آموزشی-کارگاهی و افزایش مهارت تأثیر معناداری بر پویایی صنعت زری‌بافی دارد. از این رو، در راستای تحقق این هدف، ارتباط صنایع دستی با دانشگاه‌های داخلی و خارجی، ایجاد کارگاه‌های آموزشی برای نوآموزان و استفاده از هنرمندان متبحر، سفارشی‌سازی و کاربردی‌سازی محصولات زربفت، و ایجاد یک دفتر متمرکز برای باززنده‌سازی صنعت زری در سازمان میراث فرهنگی می‌تواند به عنوان حرکتی مؤثر مطرح شود. همچنین همه عوامل در نظر گرفته شده در کارآفرینی امتیازی بیش از حد متوسط کسب نمودند و این امر مؤثر بودن این عوامل را در کارآفرینی صنعت زری‌بافی نشان می‌دهد. این نتایج حاکی از آن است که نرخ ارز و نوسانات آن یکی از عوامل مهم و اساسی تعیین‌کننده قیمت و رقابت است و مؤلفه «عدم ثبات بازار ارز و پشتیبانی نامناسب از مقوله صادرات» در این حوزه دارای اولویت بالایی است. وجود روابط با برخی کشورها و شناخت آن‌ها از محصول زری می‌تواند به عنوان نقطه شروع شناسایی و ایجاد ارتباط با سایر کشورها باشد؛ این مؤلفه اهمیت تجربه مفید سایر کشورها برای دستیابی به توسعه پایدار را نشان می‌دهد. با در نظر گرفتن مدیریت رویداد و شناساندن صنعت زری‌بافی و محصولات آن به جامعه هدف داخلی و خارجی، می‌توان به معنادار بودن این عوامل تأثیرگذار در کارآفرینی پی برد. در این راستا، برای شناخت فرصت‌های ویژه تجارت خارجی، نه تنها به کسب دانش کافی در مورد محصول، بلکه به آگاهی از ویژگی‌های منحصربه‌فرد هر یک از بازارهای مختلف نیاز است. شناسنامه محصول عامل بسیار مهمی در شناساندن و نهایتا خرید محصول، به‌ویژه توسط گردشگران و خریداران خارج از کشور، ایفا می‌کند. رویدادهای تجاری شامل برگزاری و شرکت در نمایشگاه‌ها، مذاکره با هیئت‌های تجاری در داخل و خارج کشور، و حضور در مجامع تجاری و بازرگانی برای برقراری ارتباط، از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند.

## نتیجه‌گیری

در این پژوهش، نقش و کارکرد دو عامل مهم تأثیرگذار بر توسعه پایدار صنعت زری‌بافی، یعنی پویایی و کارآفرینی، بررسی شد. مقایسه تعداد فرصت‌های باقی‌مانده بحرانی و کوتاه‌مدت در خصوص توسعه پایدار نشان می‌دهد که پرداختن به استفاده از فرصت‌های پویایی، مقدم بر استفاده از فرصت‌های کارآفرینی است. در واقع، اهمیت صنعت زری‌بافی در ایجاد اشتغال، تربیت نیروهای خلاق و هنرمند، ایجاد بازارهای جدید و توسعه بازارهای موجود از طریق ایجاد پویایی در این صنعت قابل دستیابی است.

بازتولید نقوش و بافت‌های تاریخی فرصتی است که تا زمانی که اساتید و طراحان زبده این صنعت زنده هستند، هنوز می‌توان از آن استفاده کرد. افزون بر این، هنوز امکان ایجاد ارتباط بین طراحان قدیمی پارچه‌های زربفت با بافندگان از بین نرفته است و می‌توان از تجربیات اساتید قدیمی این صنعت بهره گرفت. در این راستا باید توجه داشت که یکی از عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری، استفاده از بافت‌های تاریخی به

عنوان نمادی از سوابق فرهنگی و مدنی و تبادلات فرهنگی است. برنامه‌ریزی برای بهره‌برداری از فرصت‌های بحرانی موجود و در رأس آن‌ها ایجاد کارگاه‌های زری‌بافی برای انتقال تجربه هنرمندان قدیمی به نسل جوان، می‌تواند چالش‌های مرتبط با آموزش، ارتباط صنعت و دانشگاه، و حضور در بازارهای خارجی را مرتفع سازد و به رونق اقتصادی و توسعه گردشگری منجر شود.

خاطرنشان می‌شود که توانمندسازی منابع انسانی مرتبط با صنعت زری‌بافی و کلیه صنایع وابسته به آن (از نوغانداری تا تهیه گلابتون و بافت پارچه‌های متنوع) با قابلیت جذب خریداران داخلی و خارجی، تنها زمانی اتفاق می‌افتد که صنعت زری‌بافی در فرصت باقی‌مانده احیا گردد. بدیهی است احیای این صنعت تنها با استفاده از فرصت آموزش و انتقال تجربه اساتید باقی‌مانده به نسل جوان در کارگاه‌ها و سپس در دانشگاه‌ها انجام می‌شود. این نتایج حاکی از آن است که وجود صنف، حرکتی کارآمد در راستای تحقق اهداف افراد است و می‌تواند دغدغه‌ها و مشکلات پیش رو را حل کند. شناخت نظام بازار و نیازها و خواسته‌ها و رفع نیاز از طریق مبادلات مطلوب برای شکل‌گیری عرضه و تقاضا نیز از عوامل اصلی به شمار می‌رود. با این وجود، سیستم آموزشی-کارگاهی و افزایش مهارت تأثیر معناداری بر پویایی صنعت زری‌بافی دارد. از این رو، در راستای تحقق این هدف، ارتباط صنایع دستی با دانشگاه‌های داخلی و خارجی، ایجاد کارگاه‌های آموزشی برای نوآموزان و استفاده از هنرمندان متبحر، سفارشی‌سازی و کاربردی‌سازی محصولات زربفت، و ایجاد یک دفتر متمرکز برای باززنده‌سازی صنعت زری در سازمان میراث فرهنگی می‌تواند به عنوان حرکتی مؤثر مطرح شود. علاوه بر این، نرخ ارز و نوسانات آن نیز یکی از عوامل مهم و اساسی تعیین‌کننده قیمت و رقابت است و مؤلفه «عدم ثبات بازار ارز و پشتیبانی نامناسب از مقوله صادرات» در این حوزه دارای اولویت بالایی است. وجود روابط با برخی کشورها و شناخت آن‌ها از محصول زری می‌تواند به عنوان نقطه شروع شناسایی و ایجاد ارتباط با سایر کشورها باشد؛ این مؤلفه اهمیت تجربه مفید سایر کشورها را برای دستیابی به توسعه پایدار نشان می‌دهد.

با در نظر گرفتن مدیریت رویداد و شناساندن صنعت زری‌بافی و محصولات آن به جامعه هدف داخلی و خارجی، می‌توان به معنادار بودن این عوامل تأثیرگذار در کارآفرینی پی برد. در این راستا، برای شناخت فرصت‌های ویژه تجارت خارجی، نه تنها به کسب دانش کافی در مورد محصول، بلکه به آگاهی از ویژگی‌های منحصربه‌فرد هر یک از بازارهای مختلف نیاز است. شناسنامه محصول عامل بسیار مهمی در شناساندن و نهایتا خرید محصول، به‌ویژه توسط گردشگران و خریداران خارج از کشور، ایفا می‌کند. رویدادهای تجاری شامل برگزاری و شرکت در نمایشگاه‌ها، مذاکره با هیئت‌های تجاری در داخل و خارج کشور، و حضور در مجامع تجاری و بازرگانی برای برقراری ارتباط، از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. تجارب کشورهای موفق همگی مؤید این نکته مهم است که ایجاد و گسترش این صنعت، سهم بزرگی در پویایی ایفا می‌کند. فرصت‌های بحرانی و چالش‌های اصلی شناسایی‌شده نشانگر آن است که در صورت عدم توجه ویژه به این هنر ظریف، امکان فراموشی کامل این صنعت دور از انتظار نخواهد بود.

بر مبنای نتایج حاصله، می‌توان برنامه‌ریزی‌هایی به شرح زیر صورت پذیرد:

الف) آموزش‌های بدیع و نو با توجه به حضور اساتید بازمانده این صنعت برای انتقال دانش و تجربه آن‌ها به نسل جوان در کارگاه‌ها و سپس در دانشگاه‌ها، و توجه کافی به جنبه‌های کاربردی و کارکردی صنعت زری‌بافی.

ب) شناخت عوامل مؤثر در طراحی و تولید با قرار دادن این هنر رو به زوال در لیست رشته‌های دانشگاهی و مراکز آموزشی. در این راستا، عدم آشنایی با طراحی در هنرهای سنتی ایرانی، عدم توجه به جایگاه استادکاران در سطوح دانشگاهی، مدرک‌گرایی در سطوح مختلف آموزشی، و در نهایت ضعف در طراحی، ایده‌پردازی و خلاقیت، موجبات عدم دستیابی به اهداف مورد نظر در تولید محصولات صنایع دستی را بیش از پیش فراهم آورده است.

ج) ایجاد تسهیلات برای راه‌اندازی کارگاه‌ها و انجمن‌های فعال با برنامه‌ریزی برای بهره‌برداری از فرصت‌های بحرانی موجود و در رأس آن‌ها، مقابله با چالش‌های مرتبط با آموزش، ارتباط صنعت و دانشگاه، حضور در بازارهای خارجی، ایجاد رونق اقتصادی و توسعه گردشگری.

د) جهانی‌شدن و تجارت صنعت زری‌بافی با توانمندسازی منابع انسانی مرتبط با این صنعت و کلیه صنایع وابسته به آن (از نوغانداری تا تهیه گلابتون و بافت پارچه‌های متنوع) با قابلیت جذب خریداران داخلی و خارجی. رویکردها و دیدگاه‌های جهانی نشان‌دهنده تغییر در نگرش صنعت زری‌بافی و ارتباط آن با هنر و طراحی شده است.

هـ) حمایت سریع از ایده‌های جدید

در نهایت، توجه به تولیدات صنایع دستی و هنرهای بومی، نوآوری در طرح‌های اصیل، و توجه به تنوع در طرح، نقش و فرم در تولید محصولات زری، همراه با حفظ میراث فرهنگی اصیل و کهن و اصول طراحی سنتی، از راهکارهای مهم به شمار می‌رود.

## منابع


بهمن‌پور، فریدون (۱۳۶۸). پوشاک در ایران باستان، (هاجر ضیا و سیگارودی ، مترجم). تهران: امیرکبیر.

بیکر،پاتریشیا (۱۳۸۵). منسوجات اسلامی، (مهناز شایسته‌فر،مترجم). تهران: انتشارات مؤسسه مطالعات هنر اسلامی.

پوپ، آرتور (۱۳۸۰). شاهکارهای هنر ایران، (پرویز ناتل خانلری، مترجم). تهران: انشارات علمی و فرهنگی.

توکلی، احمد, دهقانی سانیج، جلال (۱۳۸۹). بررسی عوامل تاثیرگذار بر توسعه صادرات صنعت نساجی (مطالعه موردی: صنعت نساجی استان یزد). دانش و توسعه، ۱۸(۳۱)، ۵۹-۷۵. https://doi.org/10.22067/pm.v17i31.27248

دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۲). لغت‌نامه. تهران: دانشگاه تهران.

روستا، مریم، حیدری، محمد مهدی (۱۳۸۷). کارآفرینی اجتماعی فراتر از کارآفرینی اقتصادی. مجله تدبیر، -(۱۹۳)، ۳۲-۳۵.

زکی، محمد حسن (۱۳۶۳). تاریخ صنایع ایران بعد از اسلام، (محمد علی خلیلی،مترجم). تهران: اقبال.

شاطریان، محسن، اشنویی، امیر، گنجی‌پور، محمود (۱۳۹۱). تحلیلی بر نقش سرمایه‌های انسانی در توسعه شهر کاشان، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۲(۸)، ۵۲-۴۳.

صفری، علی، شورج، فردین، صالح‌زاده، رضا (۱۳۹۳)، بررسی رابطه میان مدیریت دانش، کارآفرینی و عملکرد در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۹(۲۸)، ۹۵-۱۱۳. https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23223294.1393.9.28.5.3

وولف، هانس (۱۳۸۴). صنایع دستی کهن ایران، (سیروس ابراهیم‌زاده، مترجم). تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

Sundaresan, S., Thangamani, K., & Arunraj A. (2017). Detailed study on the comfort properties of zari fabric. *Textile Engineering & Fashion Technology, 1*(1), 33-40.

Gupta, M., & Arora, V. (2017). Ashavali brocades from traditional to modern times. *International Journal of Home Science, 3*(2), 353-358

Garg, R., & Sidhpuria, M. (2015). Strategic interventions to enhance competitiveness: a case of Surat zari industry in India. *AI & SOCIETY*, *30*(2), 235-249.

Okpara, F. O. (2007). The value of creativity and innovation in entrepreneurship. *Journal of Asia entrepreneurship and sustainability*, *3*(2), 1.

Rakesh, C. (2014). Pest analysis for micro small medium enterprises sustainability. *J. Manag. Commer*, *1*, 18-22.

Krafft, J. (2006). Introduction: What do we know about Industrial Dynamics? *Revue de l'OFCE*, (5), 13-19.

Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control*. Prentice Hall.