



عکس‌ها:
ایرنا | وحیدسرای

گزارش «سرزمین من»
از سی و دومین نمایشگاه ملی صنایع دستی

خودنمای هنر ایران زمین



MASOOME SOTOODEH
معصومه ستوده | روزنامه‌نگار

مدرس آکونوریم، پایدار / گردشگری مسئولانه

یک میلیون و ۶۴۸ هزار مترمربع ایران پهناور، در نمایشگاه بین‌المللی تهران قابل مشاهده بود. همه اقوام ایرانی در سی و دومین نمایشگاه ملی صنایع دستی گرد هم جمع شدند تا تصویر کاملی از هنرمندی اقوام ایرانی را نشان بدهند. نمایشگاه هم‌فال بود و هم تماشا. تبلیغات درست و هدفمند در جریان برگزاری نمایشگاه ملی صنایع دستی، موجب شد این نمایشگاه با استقبال گسترده مردم روبه‌رو شود. به تریبی که این استقبال، مسئولان برگزاری نمایشگاه را شوکه کرده بود. موج استقبال مردمی در روز یابانی نمایشگاه به اوج خود رسید. نکته جالب توجه، حیرت‌باز دیدگندگان از نمایشگاه بود. مدیر یت مناسب موجب شده بود هنر تمام اقوام ایرانی به خوبی در معرض نمایش قرار گرفته و مردم با هنرهای ناشناخته اقوام ایرانی بهتر آشنا شوند.



تقوم محصولات

سی و دومین نمایشگاه ملی صنایع دستی را باید نمایشگاهی متفاوت با دیگر نمایشگاه‌های برگزار شده دانست. تنوع و گستردگی محصولات و توجه به نیازهای مشتریان وجه تمایز این نمایشگاه است. اگر تصویری سنتی در ذهن‌تان در مورد چنین رویداد هنری وجود دارد، بهتر است تا آن راه فراموشی بسپارید. در کنار این محصولات گران، محصولاتی وجود داشتند که ضمن بهره‌گیری از صنایع دستی، قیمت بسیار مناسبی داشتند و به‌عنوان یک وسیله زینتی با استقبال گسترده مردم و به‌ویژه زنان مواجه شده بود. نمونه بارز این محصولات را می‌توان در گردنبند، انگشتر، گوشواره و دستبندهایی دید که نمونه‌ای از صنایع دستی را استفاده کرده بودند. صنعتگران زن استان سیستان و بلوچستان در غرفه‌شان در کنار فروش لباس‌هایی که سوزن دوزی شده بودند و قیمت بسیار بالایی داشتند محصولات زینتی را به فروش می‌رسانند که سوزن دوزی داشت. به‌جای نگین در دستبند، گوشواره و گردنبند یک سوزن دوزی زیبا جا خوش کرده بود که با قیمت ۳۰ تا ۴۰ هزار تومان

دستباف بسیار بالا بود به ترتیبی که یک فرد برای خرید آن ناچار بود که یک‌سال حقوقش را پرداخت کند. به همین دلیل، بیشتر بازدید کنندگان در این غرفه بیشتر شیفته زیبایی فرش‌ها شده بودند و با آن‌ها عکس یادگاری می‌گرفتند.

خانم ایزانلو از شهر بجنورد در استان خراسان شمالی که در حال تبلیغ و فروش برند «فرش و گلیم آقاخان» بود به مجله «سرزمین من» گفت: «وضعیت موجود اقتصادی موجب شده ما برای فروش محصولات دچار مشکل شویم. این حرفه، حرفه خانوادگی ماست و برای حفظ این شغل خون‌دل خوردیم. در شرایط کنونی که ۸۰ بافنده داریم نیازمند این هستیم که مسئولان حمایت بیشتری از صنعت فرش انجام بدهند. بهتر است شرایط صادرات فراهم شود در غیر این صورت فرش‌های هندی و چینی بازار را به خود اختصاص می‌دهند. وجود آشفتنگی در صنعت فرش موجب شد تصمیم بگیرم در این مورد دایره‌المعارفی تدوین کنم تا مردم واژه‌های این صنعت را فرا بگیرند و آن را به درستی استفاده کنند.»

گرانی محصولات

وجود گلیم، قالی، پشه، میناکاری، خاتم‌کاری، قلم‌کاری، قلم‌زنی، فیروزه‌کاری، حصیربافی، سفالگری، سوزن‌دوزی، گیوه‌بافی و نم‌دبه این نمایشگاه جلوه خاصی داده بود که البته قیمت آن‌ها سر به فلک می‌کشید و خرید آن در توان قشر متوسط جامعه نبود کمالین که یک سینی فیروزه با قندان و گیره‌های لیوان، چهار میلیون تومان قیمت داشت. همین قیمت بالا موجب شده بود مردم فقط تماشاگر زیبایی این محصولات باشند و از خرید صرف‌نظر کنند. غرفه‌ای از اصفهان در دستاوردی جدید، سرویس خوابی منقش به طرح‌های اسلیمی گل، مرغ و خاتم‌کاری را در معرض فروش گذاشته بود که ۱۲ میلیون تومان قیمت داشت.

در غرفه کرمان، پشه‌دوزی در ابعاد یک متر مربع به قیمت سه و نیم میلیون تومان به فروش می‌رسید که تابلوی آن رقم کمتری را به خود اختصاص داده بود و حدود دو میلیون و ۷۰۰ هزار تومان قیمت داشت. اوج این گرانی در غرفه قالی دیده می‌شد. قیمت فرش‌های



به فروش می‌رسید که با استقبال گسترده مواجه شده بود؛ زیرا یک سرویس سوزن‌دوزی زینتی مورد استفاده بانوان، قیمتی حدود ۲۰۰ هزار تومان داشت که رقم قابل قبولی بود و به همین دلیل مشتری زیادی داشت. خانم هنرمند دیگری با ورشجوی برنج، دستبندهای زیبایی را ساخته و به فروش می‌رساند که قیمت آن بین ۳۰ تا ۱۰۰ هزار تومان بود. اوج این نوآوری را می‌توان در محصولات زینتی از جنس نمد دید. بانم گل‌سر، دستبند و... را ساخته بودند. همچنین مردم جنوب کشور با صدف، گوش‌ماهی و حتی حلازون‌ها محصولات دستبند، تل، گوشواره و انگشتر ساخته بودند و با قیمت مناسبی فروختند. البته نوآوری به این محصولات خلاصه نشد و نمونه آن در تهیه کیف به وضوح مشاهده می‌شد. در غرفه‌ای از استان کردستان، کیف‌هایی از جنس پوست گرگ، بره و روباه با قیمت‌هایی حدود ۱۰۰ تا ۳۰۰ هزار تومان به فروش می‌رسید.

استارت‌ها

نوآوری به محصولات جدید و بدیع زینتی محدود نشد. نحوه فروش محصولات صنایع دستی تغییر مهمی را تجربه کرده بود. حضور استارت‌آپ‌ها در این عرصه بسیار مشهود بود. در نمایشگاه کمتر غرفه‌ای پیدامی‌شد که کارت ویزیت ندهد و سایتی را برای سفارش محصولات معرفی نکند. یکی از سایت‌های موفق در حوزه صنایع دستی، سایت رابین است که روشی مدرن را در فروش محصولات در پیش گرفته است. سعید عباسی‌پنی، مسئول سایت رابین در مصاحبه با «سرزمین من» گفت: «حدود سه سال است که این سایت راه‌اندازی شده است. خوشبختانه در این مدت موفق شدیم سفارش‌های خوبی بگیریم. نکته جالب این که ما حتی از آمریکا هم سفارش داریم، واقعاً نمی‌دانیم در شرایطی که کشور در تحریم قرار دارد چطور محصول رایباید به دست مشتریان برسانیم.» وی در ادامه افزود: «واقعاً باور نداشتم که کارمان با استقبال روبه‌رو شود. به هر حال گسترده‌گی فضای مجازی ایجاب می‌کرد که ما در این حوزه ورود کرده و تبلیغ کنیم. اگر قرار است محصولاتمان را بفروشیم نباید این عرصه را فراموش کنیم. در جامعه امروز مایاپاد از این فرصت استفاده کنیم و صنایع دستی را معرفی کنیم در شرایط موجود توجه و تمرکز بر این حوزه می‌تواند در آمد سرشاری را نصیب کشور کرده و بستر اشتغال را فراهم کند.»

دستاور دی به نام شبکه

وجه تمایز دیگر نمایشگاه ملی صنایع دستی امسال، حضور پررنگ مرکز جهاد دانشگاهی به‌عنوان مجری



طرح ملی توسعه مشاغل خانگی از سوی وزارت کار بود. جهاد دانشگاهی در آستانه دو سالگی اجرای طرح، شاهد بارور شدن ایده‌هایش در حوزه عملکرد شبکه بود. بسیاری از تولیدکنندگان این شبکه در محل نمایشگاه حضور داشتند و محصولاتشان را با قیمت خوبی به فروش رساندند. این سوال برای بسیاری مطرح شد که چه دلیلی موجب شده این طرح موفقیت بیشتری را به ارمغان بیاورد و لیکن در ضایع را بر لبان تولیدکننده بنشانند؟ سیروس دشتی، معاون توانمندسازی، تحقیقات اشتغال، کار آفرینی سازمان تجاری سازی فناوری و اشتغال دانش آموختگان جهاد دانشگاهی در مصاحبه با «سرزمین من» به دلایل این موفقیت اشاره کرد و گفت: «طرح ملی توسعه مشاغل خانگی از سوی وزارت کار استارت خورده و از طرح‌های مهم اشتغال‌زایی است. با اجرای این طرح، مشکل افرادی که جویای کارند، برطرف می‌شود. با توجه به شرایط خاص اقتصادی در کشور ما همچون تحریم اقتصادی، رکود صنایع و بیکاری تعدادی از شاغلان، موضوع راه‌اندازی صنایع خرد و کوچک به‌عنوان یک راهکار در دستور کار قرار گرفت. در صورت اجرای این طرح، شرایطی فراهم می‌شود که افراد جویای کار بتوانند کار مناسبی پیدا کنند. به همین دلیل سیاست توسعه مشاغل خانگی و



عکس: باشگاه خبرنگاران جوان



موضوع صادق است اما تمرکز ما فقط صنایع دستی نیست صنایع دستی یکی از کسب‌وکارهای خانگی است که تنوع بالایی دارد. ما در حوزه‌های مختلف همچون نوغان‌داری، تولید قارچ خانگی و حتی مشاغل جدید در حوزه آی‌تی هم ورود پیدا کردیم. برای تضمین فروش سفارش دولتی و شرکتی گرفتیم تا به کارکنان خود هدیه بدهند. برای سفارش محصولات که امکان هدیه دادن آن وجود دارد، رایزنی صورت می‌گیرد. از سوی دیگر برگزاری نمایشگاه و... خیلی به فروش محصولات کمک می‌کند. بحث صادرات از طریق پیشران‌هایی که در حوزه صادرات هستند در حال بررسی است که شرایط فرهنگی کشورهای همسایه را بررسی می‌کنند و متوجه می‌شوند که چه کالایی در کشورهای اطراف مشتری دارد. در این شرایط بعد از سنجش بازار قرار است که شبکه کسب‌وکار خانگی به صادرات متصل شود، چنان که در بحث نساجی سنتی از کشور تاجیکستان سفارش گرفتیم. حتی از کشورهای اروپایی سفارش داریم. فعلاً محدوده کار ما گسترده نیست اما تلاش می‌کنیم که حوزه کاری‌مان را افزایش دهیم تا سود بیشتری نصیب تولید کننده شود.»

مهدی علی‌یاری کارشناس سازمان تجاری سازی

در توسعه مشاغل، موضوع تولید نیست بلکه موضوع ما فروش است. مسئله فروش نیازمند توجه به مولفه‌های کیفیت و رقابت‌پذیری است که در کسب‌وکار باید به آن توجه کرد. موضوعی که در کسب‌وکار خرید، کمتر به آن توجه می‌شود. به همین دلیل باید حمایت ویژه‌ای از تولیدکنندگان صورت بگیرد. به این ترتیب مشکل دسترسی به بازار حل خواهد شد. بنابراین ما خدمات مشاوره را از طریق پیشران‌ها که در واقع متخصص بازارند، به این افراد ارائه می‌کنیم. در چنین شرایطی این افراد تمام انرژی خود را صرف پیاده کردن استانداردها می‌کنند. حتی ما در تامین مواد اولیه به آن‌ها کمک می‌کنیم در نتیجه فروش این افراد حالت تضمینی پیدا می‌کند. پیشران به این افراد کمک می‌کند تا به بازار دسترسی پیدا کنند. در چنین شرایطی این افراد تولیدکنندگان صرف این سیستم می‌شوند. این طرح در یک فرایند سه مرحله‌ای اجرا شده و امید است که در همه استان‌های کشور اجرایی شود.»

دشتی در پاسخ به این سؤال که در شرایط اقتصادی فعلی چگونه می‌خواهید تعدد مشتریان صنایع دستی را افزایش دهید، گفت: «در حوزه صنایع دستی این

کسب‌وکار خود در اولویت کاری قرار گرفت. وزارت کار به منظور اجرای این سیاست نیازمند یک مجری بود تا بتواند با نگاه توسعه‌ای این سیاست را اجرایی کند. به همین دلیل جهاد دانشگاهی به واسطه سازمان تجاری سازی فناوری، اشتغال دانش‌آموختگان و نمایندگان در همه استان‌ها به‌عنوان مجری این طرح انتخاب شد. در ادامه این همکاری، ۲۰ هزار نفر در ۹ استان کشور تحت پوشش قرار گرفتند و بحث اشتغال‌زایی آن‌ها به صورت جدی دنبال شد. در این نمایشگاه دستاوردهای این افراد ارائه می‌شود.»

وی در ادامه افزود: «این طرح سه مرحله دارد که در ابتدا مزیت‌شناسی شده و مزیت هر استان مشخص می‌شود. به صورتی که ۷۱ عنوان شغلی تعیین شده و روی آن برنامه‌ریزی شده است. حتی یک سایت به نشانی inhb.ir طراحی شده است که متقاضیان در این سایت ثبت‌نام کرده و متناسب با عناوین شغلی بحث توانمندسازی در مورد افراد اجرایی می‌شود. با توجه به عناوین شغلی بحث آموزش این افراد دنبال شده و از طریق بعضی پشتیبان‌ها این افراد مورد حمایت واقع شده و به بازار متصل می‌شوند. شما لازم است تا به این نکته توجه کنید که مشکل ما



عکس: وحید سرابی | باشگاه خبرنگاران جوان



می توانیم به این طرح نمره ۱۸ را بدهیم. در این طرح وزارت کار، کار فرما بوده و جهاد دانشگاهی مجری طرح است.»

سخن‌اثر

سی و دومین نمایشگاه ملی صنایع دستی در حالی به کار خود پایان داد که امیدهای جدیدی برای توسعه صنایع دستی در کشور به وجود آمده بود. توسعه صنایع دستی با توجه به وجود تحریم و فروش نفت در شرایط دشوار فعلی می‌تواند وضعیت اقتصادی موجود را بهبود ببخشد. البته این مهم در صورتی محقق می‌شود که مسئولان کشور توجه بیشتری را معطوف توسعه صنایع دستی بکنند تا از این طریق بتوانند در آمد ارزی مناسبی را برای کشور به ارمغان بیاورند. در این صورت کشور از در آمدی به اندازه در آمد نفت برخوردار خواهد شد و مهم‌ترین که مشکل بیکاری بسیاری از جوانان در استان‌های کشور حل خواهد شد. تحقق این مهم نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و مدون و نه شعاری، در سطح کلان است.

می‌کنند. روش دیگر این است که تولیدکننده مواد اولیه را داشته و بعد از تولید محصول آن را به پشتیبان می‌فروشد. بابت آموزش و پشتیبانی از تولیدکننده پولی گرفته نمی‌شود. قراردادی با وزارت کار بسته شده و پول از آن‌ها گرفته شده است. این ارتباط نتیجه برد-برد دارد. پشتیبان تولیدکننده‌اش بیشتر می‌شود و محصولات بیشتری را می‌تواند بخرد. بعضی پشتیبان‌های ملی و محلی در سایت معرفی شدند. ما به تولیدکننده بحث برندسازی و شبکه‌سازی را آموزش می‌دهیم. از طریق این شبکه تولیدکننده و فروشنده‌ها به هم وصل شدند. برای هر محصولی یک زنجیره ارزش معرفی شده است. مشکل ما این است که تولیدکنندگان خرد پرندشان را به فروش نمی‌رسانند و آن را جایی ثبت نکردند. «علی یاری در ادامه افزود: «این طرح سال ۱۳۹۶ کلید خورد و قرار است که شهریور ماه امسال به پایان برسد. در حال حاضر ۲۰ هزار نفر را پوشش دادیم و خوشبختانه دستاورد مالی خوبی برای تولیدکنندگان ۹ استان به همراه داشته است، زیرا به خاطر وجود شبکه، مشکل فروش تولیدکنندگان حل شده است. به همین دلیل

فناوری و اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی در مصاحبه با «سازمان تجارتی سازی» گفت: «سازمان تجارتی سازی فناوری و اشتغال به اختصار ستفا نامیده می‌شود. سازمان چند معاونت دارد که معاونت پارک‌ها و مراکز رشد، معاونت شرکت‌ها و معاونت تجاری سازی فناوری، اشتغال و معاونت توانمندسازی، تحقیقات و کار آفرینی است. این سازمان، چند طرح را به صورت همزمان اجرا می‌کند. یک طرح، طرح اشتغال زایی مشاغل خانگی است که در ۹ استان کشور به صورت پایلوت اجرا می‌شود. در استان‌های خراسان رضوی، جنوبی و شمالی، کردستان و کرمانشاه، ایلام، چهارمحال و بختیاری، لرستان و آذربایجان غربی این طرح اجرا شده است.

در این طرح برخلاف رویه سابق برای اشتغال زایی که پول پاشی صورت می‌گرفت، اصل کار بر خود کفایی استوار شده است. بر اساس نیاز بازار، پیشران محصولات را به تولیدکننده از طریق شبکه اطلاع داده و تولیدکننده محصول را تولید می‌کند. چند مدل وجود دارد گاهی پشتیبان مواد اولیه را به تولیدکننده می‌دهد و محصول را به صورت مزدی خریداری