

بررسی نظام تولید و توزیع فرش دستباف در استان کردستان

فریدون احمدی^۱

دانشگاه پیام نور، تهران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۱/۱/۲۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۱/۲/۳۱

چکیده

تحقیق حاضر با هدف تعیین وضعیت فعلی نظام تولید و توزیع فرش دستباف براساس دو نظریه تأمین کششی و رانشی در استان کردستان انجام گرفته است. جهت دستیابی به این هدف تعداد ۱۰۰ نفر از فعالان این صنعت به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند. تحقیق حاضر بر حسب هدف کاربردی و براساس شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی است. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که در استان کردستان فرش دستباف در حوزه تولید و توزیع مبتنی بر نظام رانشی است تا کششی. بدین 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 سفارشی به مشتری و رعایت و مراقبت جهت ممانعت از پارگی، رطوبت و پوسیدگی فرش، چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرد. البته به زعم 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.

واژه‌های کلیدی: زنجیره تأمین، فرش دستباف، نظام تولید و توزیع، کششی، رانشی.

۱- مقدمه

اقتصاد داخلی تولید و آنچه از خارج وارد می‌گردد در مرحله نهایی باید به‌صورت کالاهای قابل مصرف در اختیار مصرف‌کنندگان قرار گیرد. بخش تولید با استفاده از نهادهای تولیدی به عرضه کالا می‌پردازد. کالا به‌عنوان نهاده، مورد استفاده قرار گرفته و در آخرین مرحله به دست مصرف‌کنندگان می‌رسد. تولیدات داخلی و واردات، دو منبع تأمین کالای مورد استفاده بخش توزیع هستند. بخش توزیع در عمده‌ترین سطح، یکی از سه رکن اساسی نظام اقتصادی جامعه می‌باشد و هر نظام اقتصادی متشکل از سه کارکرد عمده تولید، توزیع و مصرف در نظر گرفته می‌شود. وجود ارتباط عقلایی و درست، در فرآیند این سه کارکرد، تعیین‌کننده سلامت و صلاحیت ساختار اقتصادی جامعه بوده و موجب سیاست‌گذاری و سرمایه‌گذاری‌های ضروری و لازم در هر کارکرد شده و فراهم‌کننده تصمیم‌گیری‌های استراتژیک در جهت اصلاح روند و پیشبرد فرآیند عملکرد نظام اقتصادی آن جامعه خواهد بود. نظام اقتصادی هر جامعه‌ای متأثر از شرایط حاکم بر محیط درونی و بیرونی،

از نظر اقتصاد ملی، بازرگانی به‌منظور وساطت حرفه‌ای برای مبادله کالا و خدمات به‌کار برده می‌شود و از نظر اقتصاد خصوصی، بازرگانی را جریان خرید حرفه‌ای کالا به‌منظور فروش سودآوری تعریف کرده‌اند. بازرگانی وظایفی را به‌عهده دارد که عمده آنها عبارتند از: از بین بردن فاصله زمانی و مکانی موجود بین عرضه و تقاضا، پوشاندن فاصله زمانی بین خرید کالا و پرداخت بها و ارزش آن، برقراری توازن بین اختلاف قیمت زمانی و مکانی و نیز افزایش سطح تولید و مطمئن ساختن تولیدکننده از نظر دارا بودن بازار فروش. هر اندازه که شبکه بازرگانی در بعد ملی و بین‌المللی در انجام این وظایف با دقت و سرعت بیشتری عمل کند، به همان میزان از درجه اعتبار و کارایی بیشتری برخوردار است. بخش توزیع، حلقه رابط تولید و مصرف است. آنچه توسط

۱- دکتری مدیریت دولتی، استادیار دانشگاه پیام نور، پست‌الکترونیکی: freyedon@yahoo.com ، نشانی: تهران، خیابان لشکرک، ساختمان

دستباف براساس دو رویکرد مطرح در زنجیره تأمین یعنی نظام کششی و رانشی مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد.

۲- زنجیره تأمین

زنجیره تأمین، به عرضه شبکه‌ای از مراحل و فعالیت‌هایی که وظیفه آن توسعه محصولات جدید، تدارک مواد خام از فروشندگان، انتقال مواد میان واحدها، ساخت محصولات و توزیع محصولات نهایی به مشتریان و در نهایت خدمات پس از فروش می‌باشد [۵]. یک زنجیره تأمین شامل کلیه مراحل است که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در برآورده ساختن تقاضای مشتریان نقش دارد. زنجیره تأمین نه تنها تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان، بلکه انبارهای توزیع، خرده فروش‌ها و حتی مشتریان را نیز در بر می‌گیرد [۶]. کاربرد این نگرش در تمامی نواحی وظیفه‌ای سازمان‌ها مانند برنامه‌ریزی استراتژیک، برنامه‌ریزی تولید، کنترل موجودی، برنامه‌ریزی توزیع، برنامه‌ریزی حمل و نقل، مکان‌یابی، چیدمان و ... مشاهده می‌شود. شکل (۱) نمایشی کلی از یک زنجیره تأمین را نشان می‌دهد.

۲-۱- انواع سیستم‌های مدیریت زنجیره تأمین

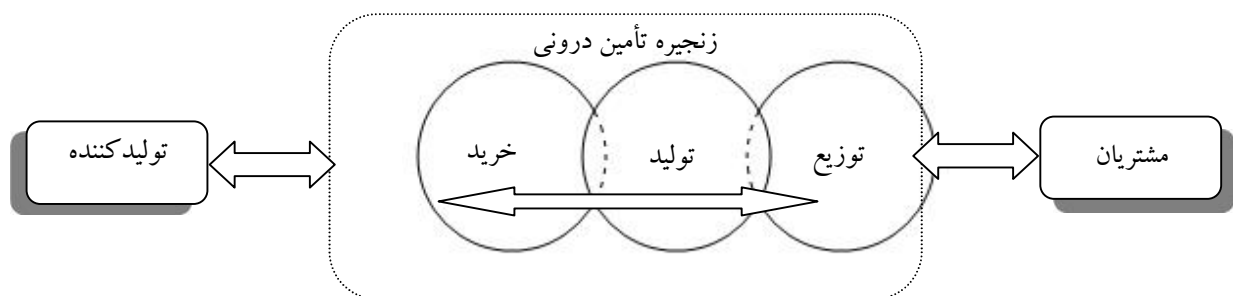
یکی از روش‌های دستیابی به رقابت‌پذیری، توان پاسخگویی به خواسته‌های بازار می‌باشد. هر یک از سیستم‌های مدیریت زنجیره تأمین می‌توانند، عملکردهای متفاوتی در برابر خواسته‌ها و ناهنجاری‌های بازار از خود نشان دهند. به‌طور کلی، سیستم‌های مدیریت زنجیره تأمین به دو دسته سیستم زنجیره تأمین فشاری^۱ و زنجیره تأمین کششی^۲ تقسیم‌بندی می‌شوند.

در زنجیره تأمین فشاری (شکل (۲))، تصمیمات تولید بر

ضوابط و ساختارهای اجتماعی، سلیقه‌ها و علاقه‌های شخصی، درآمد، سطح و نوع تولید و سایر ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که در مجموع، رفتار اقتصادی در آن جامعه را به وجود می‌آورد.

یکی از مهم‌ترین پتانسیل‌ها و توانمندی‌های تولیدی کشور چه برای مصرف داخلی و چه برای مصرف خارجی (صادرات) فرش است که دارای مشتریانی در داخل و خارج از کشور می‌باشد و نکته قابل توجه این است که برای حفظ بازار موجود و تقویت آن براساس اصول و مبانی بازاریابی نباید بی‌تفاوت بود و براساس سلیقه و خواست مشتریان نسبت به طراحی، تولید و توزیع این محصول باید عمل نمود. بنابراین در خصوص فرش دستباف هم لازم است خواست و سلیقه مشتری از ابعاد مختلف در نظر گرفته شود و بر آن اساس فرش دستباف، طراحی و بافته شود. در بررسی اقتصاد کشور، فرش دستباف از زمان‌های دور تاکنون همواره از جایگاه رفیعی برخوردار بوده است. علاوه بر ابعاد فرهنگی، ملی و اجتماعی فوق‌الذکر، بعد از درآمد و ارزآوری نفت به‌عنوان کالای صادراتی ایران، تا سال ۱۳۸۱، فرش دستباف به‌عنوان دومین کالای صادراتی از نظر ارزش اقتصادی و ارزآوری در صدر دیگر کالاهای صادرات غیرنفتی مطرح بوده است.

در صورتی که نظام فعلی تولید و توزیع فرش دستباف مبتنی بر تولید کالا و روانه کردن آن به بازارها بدون توجه به سلیقه مشتریان باشد در اصلاح به آن نظام (push) گفته می‌شود، و بابت تولید این کالا متحمل هزینه‌های مالی و غیر مالی زیادی شده و عدم توجه به سلیقه و خواست مشتری باعث می‌شود که سهم خود را در بازار از دست بدهد و تقاضا برای فرش ایرانی کاهش یابد. در این تحقیق تلاش شده است تا وضعیت فعلی نظام تولید و توزیع فرش



شکل (۱): نمایشی از زنجیره تأمین

1- Push

2- Pull

زنجیره تأمین از مکانیزم‌های انتقال سریع اطلاعات استفاده می‌کند تا اطلاعات مربوط به تقاضای مشتری را به سطوح بالاتر انتقال دهد. این امر باعث کاهش زمان تحویل، کاهش سطح موجودی‌ها، افزایش توانایی مدیریت منابع، کاهش انحرافات در سیستم و در نهایت کاهش هزینه‌ها می‌شود [۴].

۲-۲- زنجیره تأمین فرش دستباف

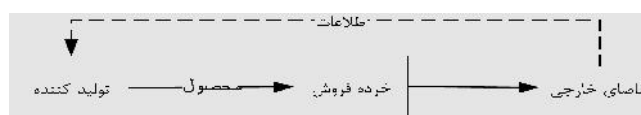
زنجیره تأمین فرش دستباف از ۸ عنصر تشکیل شده است که در سه حلقه طبقه‌بندی شده‌اند. این حلقه‌ها شامل حلقه تأمین مواد اولیه، حلقه تولید و حلقه توزیع و فروش می‌باشند. حلقه تأمین مواد اولیه از ۵ قسمت مواد اولیه، ریسندگی، چله‌کشی، رنگرزی و طراحی نقشه تشکیل شده است. شروع زنجیره تأمین فرش دستباف با تأمین مواد اولیه شامل پشم، پنبه و ابریشم می‌باشد. پس از آماده‌سازی مواد اولیه، برای ریسندگی به کارخانجات ریسندگی انتقال می‌یابد تا نخ تولید شود، سپس نخ برای رنگرزی به کارگاه‌های رنگرزی فرستاده می‌شود. هم‌زمان با این فعل و انفعالات، طرح و نقشه فرش نیز آماده شده و چله‌کشی روی دار انجام می‌گیرد.

حسب پیش‌بینی‌های بلندمدت تقاضا صورت می‌گیرد. معمولاً، یک سطح از زنجیره تأمین سفارشات رسیده از سطح زیرین خود را برای پیش‌بینی تقاضای مشتری نهایی به کار می‌برد. لذا زمان بیشتری برای زنجیره تأمین فشاری صرف می‌کند تا با تغییرات بازار هماهنگ شود. این امر هنگامی که تقاضا برای یک کالا از بین می‌رود موجب عدم توانایی در برآورده‌سازی الگوهای متغیر تقاضا و از رده خارج شدن موجودی زنجیره تأمین می‌شود [۳].

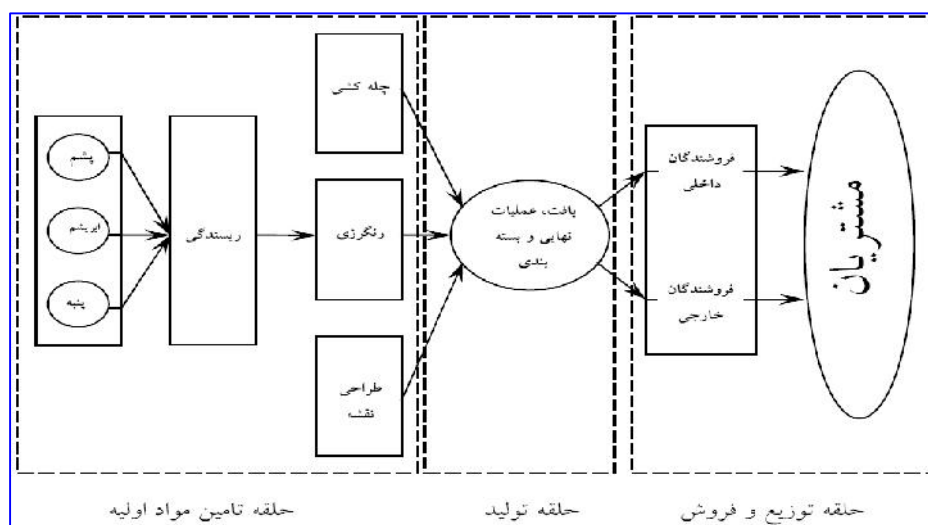
علاوه بر این، انحرافات سفارشات رسیده از خرده فروش به انبار (و مشابه آن سطوح بالاتر زنجیره تأمین) بسیار بیشتر از انحرافات تقاضای مشتری نهایی که همان اثر شلاقی می‌باشد. این افزایش در انحرافات سبب افزایش سطح موجودی‌ها به دلیل موجودی اطمینان بیشتر، سطوح خدمت غیرقابل قبول و از رده خارج شدن موجودی می‌شود. لذا در زنجیره تأمین فشاری معمولاً با افزایش هزینه‌ها مواجه شده و در زنجیره تأمین کششی (شکل (۳))، تولید براساس تقاضا صورت می‌گیرد، به‌گونه‌ای که هماهنگ با تقاضای واقعی مشتری نهایی (به‌جای پیش‌بینی تقاضا) می‌باشد. بدین منظور،



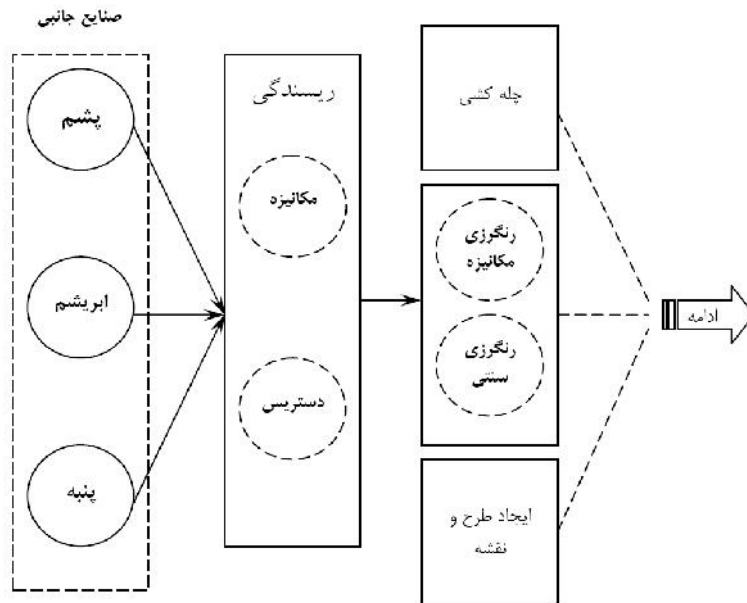
شکل (۲): زنجیره تأمین فشاری



شکل (۳): زنجیره تأمین کششی



شکل (۴): زنجیره تأمین فرش دستباف



شکل (۵): جزئیات حلقه تأمین مواد اولیه زنجیره تأمین

تشکیل شده است. عملیات بافت با استفاده از مواد اولیه و تجهیزات آماده شده نظیر دار، نقشه و ... انجام می‌گیرد. در عملیات نهایی یا تکمیلی بر روی فرش پرداخت نهایی انجام می‌گیرد. به منظور حفظ و نگهداری فرش بافته شده در جریان حمل و نقل‌هایی که در فرآیند توزیع صورت می‌گیرد، لازم است این فرش‌ها بسته‌بندی شده و سپس ارسال گردند. مشکلاتی نظیر پارگی فرش، رطوبت، امکان پوسیدگی فرش و غیره از جمله معایبی است که لزوم بسته‌بندی مناسب فرش را مورد تأکید قرار می‌دهد. به علاوه تغییرات دما، رطوبت، فشار و غیره نیز بر روی رنگ و ابعاد فرش تأثیر می‌گذارد.

یکی از عمده‌ترین ویژگی‌های فرش دستباف، تولید آن به صورت پراکنده در شهرها و روستاها است، مکان‌هایی که تولیدکنندگان آن از سطح دانش بالایی برخوردار نبوده و تخصصی در امر فروش ندارند. بنابراین تولیدات خود را به افراد دیگری فروخته و از طریق این افراد محصولات خود را به دست مصرف‌کننده یا عمده‌فروشان دیگر می‌رسانند. عملکرد افراد توزیع‌کننده نقش مهمی را در نحوه قیمت‌گذاری کالا ایفا می‌کنند.

توزیع فرش دستباف در بازار داخل به طور عمده از دو طریق صورت می‌گیرد؛ دسته اول تولیدکنندگان عمده هستند که مسئولیت توزیع فرش دستباف تولید شده را برعهده داشته و به طور عمده محصول را به فروشگاه‌هایی که

در مهم‌ترین مرحله زنجیره تأمین، فرش با هنر قالیبافان با دست بافته می‌شود تا بالاترین ارزش افزوده در زنجیره تأمین حاصل شود. در پایان، فرش دستباف تهیه شده آماده‌سازی و بسته‌بندی می‌شود تا از طریق شبکه توزیع در اختیار مشتریان قرار گیرد [۲]. شمای کلی زنجیره تأمین به صورت شکل (۴) رسم می‌گردد:

عناصر موجود در حوزه تأمین در دو گروه طبقه‌بندی شده و مورد بررسی قرار گرفته‌اند: گروه اول: تأمین‌کنندگان اصلی و گروه دوم: صنایع جانبی. تأمین‌کنندگان اصلی به صنایع و اصنافی گفته می‌شود که به صورت مستقیم و برای تولید فرش ایجاد شده‌اند و به فرش وابسته‌اند و بر آن تأثیر می‌گذارند. به عنوان مثال، چله‌کشی یکی از فعالیت‌های تأمین‌کنندگان اصلی تولید فرش می‌باشد. صنایع جانبی به صنایعی گفته می‌شود که به صورت غیرمستقیم در تأمین مواد اولیه تولید فرش دستباف سهیم هستند. در تولید فرش دستباف صنایعی چون تولید پشم خام، ابریشم، پنبه خام و رنگ‌سازی جزو صنایع جانبی هستند. شکل (۵) به صورت شماتیک نحوه تعامل زیر حلقه‌های موجود در حلقه تأمین را نمایش می‌دهد. بعد از اینکه تهیه مواد اولیه در حلقه تأمین و همچنین انجام عملیات دار و چله‌کشی و آماده‌سازی طرح و نقشه فرش، حلقه تولید در زنجیره تأمین فرش دستباف آغاز به کار می‌کند. حلقه تولید به عنوان بخشی از زنجیره تأمین فرش دستباف، حلقه واسطه‌ای بین حلقه تأمین و حلقه توزیع می‌باشد که از سه قسمت بافت، عملیات نهایی و بسته‌بندی

زیر نظر آنها فعالیت می‌کنند و یا نمایندگی‌های فروش تحویل می‌دهند و دسته دوم تولیدکنندگان تجاری هستند که فرش را از تولیدکنندگان جزء خریداری نموده و مسئولیت توزیع با آنها می‌باشد. در توزیع به‌منظور مصرف خارجی نیز دو گروه نقش اصلی را دارند: تولیدکنندگان عمده (نهاد، سازمان و افراد حقیقی) و تجار.

در توزیع خارجی محصولات از طریق پست، خطوط هوایی، زمینی یا دریایی به خارج از کشور فرستاده می‌شوند و در آنجا با وسایل حمل و نقل باری به مکان‌های توزیع ارسال می‌شوند. در خارج از کشور، فرش دستباف در فروشگاه‌های خصوصی، فروشگاه‌های زنجیره‌ای، نمایندگی‌ها، نمایشگاه‌های کفپوش یا فرش دستباف که به‌صورت دوره‌ای و یا فروشگاه‌های مبلمان عرضه می‌شوند، که بعضاً مالکان آنها، تولیدکنندگان یا تجاری می‌باشند که به امر توزیع نیز می‌پردازند [۱].

تحقیق حاضر جهت دستیابی به اهداف زیر انجام پذیرفته است:

- ۱- شناخت نظام موجود تولید فرش دستباف ایران
- ۲- شناخت نظام موجود توزیع فرش دستباف ایران
- ۳- بررسی امکان‌پذیری تبدیل نظام توزیع رانشی به کششی فرش دستباف

۳- روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق بر حسب هدف کاربردی و براساس شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق شامل تمامی فعالان بخش فرش دستباف اعم از

طراحان، تولیدکنندگان، رفوگران، توزیع‌کنندگان، فروشندگان نیز مصرف‌کنندگان فرش دستباف در سطح استان کردستان می‌باشد. تعداد ۱۰۰ نفر براساس فرمول نمونه‌گیری (فرمول (۱)) به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شده است. اطلاعات مورد نیاز این تحقیق از دو روش کتاب‌خوانی و میدانی جمع‌آوری شده است. از روش کتاب‌خوانی برای تدوین مبانی نظری و از روش میدانی برای جمع‌آوری داده‌های اولیه مربوط به نمونه آماری استفاده شده است. در روش میدانی ابزار مورد استفاده پرسشنامه بوده است که برای تعیین روایی محتوایی آن از نظرات افراد خبره و آگاه به موضوع و برای احراز پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ به‌دست آمده برابر ۰,۸۷۱۴ می‌باشد که این مقدار بیش از ۰,۷ بوده و لذا پایایی لازم را دارد. جهت توصیف متغیرهای جمعیت شناختی و متغیرهای اصلی تحقیق از آمار توصیفی و برای مشخص نمودن وضعیت فعلی نظام تولید و توزیع فرش دستباف و امکان تغییر آن در آمار استنباطی از آزمون تی تک عاملی (one sample t-test) بهره گرفته شده است.

$$n \geq \frac{Z^2 \alpha \times P \times (1-P)}{d^2} = \frac{1.96^2 \times 0.05 \times 0.5}{0.1^2} = 94 \quad (1)$$

۴- یافته‌های تحقیق

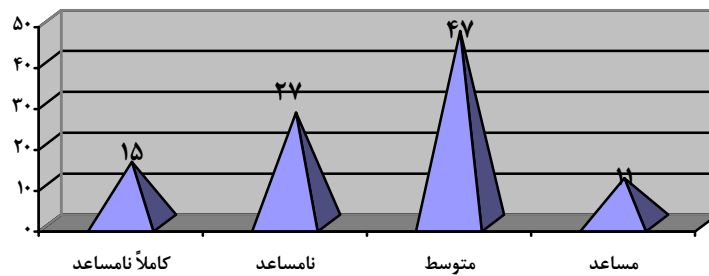
۴-۱- وضعیت فعلی نظام تولید فرش دستباف

براساس اطلاعات جمع‌آوری شده از پرسشنامه، فراوانی آزمودنی‌ها براساس پاسخ به گویه‌های معرف نظام تولید

جدول (۱): فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب پاسخ به گویه‌های معرف نظام تولید الگوی زنجیره تأمین

| زیاد | متوسط | کم | خیلی کم | گویه |
|------|-------|-----|---------|---|
| ۵ | ۲۰ | ۲۵ | ۵ | به‌کارگیری نظر و سلیقه مشتریان در انتخاب نوع مواد اولیه مصرفی |
| ۰ | ۱۰ | ۱۵ | ۳۰ | مد نظر قرار دادن نظر و سلیقه مشتریان در نوع ریسندگی مواد اولیه |
| ۰ | ۲۵ | ۲۵ | ۵ | لحاظ نمودن نظر و سلیقه مشتریان در امر رنگ‌رزی مواد اولیه |
| ۱۰ | ۲۵ | ۱۰ | ۱۰ | تولید براساس تقاضای عمده فروش |
| ۱۵ | ۲۵ | ۱۰ | ۵ | مد نظر قرار دادن نظر و سلیقه مشتریان در انتخاب نوع طرح و نقشه |
| ۱۵ | ۳۰ | ۵ | ۵ | مد نظر قرار دادن نظر و سلیقه مشتریان در انتخاب شکل دلخواه فرش |
| ۰ | ۴۰ | ۱۰ | ۵ | مد نظر قرار دادن نظر و سلیقه مشتریان در تعیین اندازه فرش دلخواه |
| ۰ | ۲۵ | ۲۵ | ۵ | به‌کارگیری نظر و سلیقه مشتریان در تعیین رنگ فرش مورد دلخواه |
| ۰ | ۳۰ | ۲۰ | ۵ | به‌کارگیری نظر و سلیقه مشتریان در تعیین رج‌شمار و تراکم بافت |
| ۱۵ | ۳۰ | ۵ | ۵ | لحاظ نمودن نظر و سلیقه مشتریان در نوع کاربری فرش |
| ۶۰ | ۲۶۰ | ۱۵۰ | ۸۰ | جمع (تعداد) |
| ۱۱ | ۴۷ | ۲۷ | ۱۵ | درصد |

نمودار (۱): درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب پاسخ به گویه‌های معرف نظام تولید الگوی زنجیره تأمین



بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده از پرسشنامه، در یک نگاه کلی فراوانی آزمودنی‌ها بر اساس پاسخ به گویه‌های معرف نظام توزیع فرش دستباف برگرفته از زنجیره تأمین مطابق جدول و نمودار (۲) است.

مطابق جدول و نمودار (۲)، حدود ۲۴ درصد پاسخ دهندگان وضعیت موجود نظام توزیع فرش دستباف را کاملاً نامساعد، ۳۶ درصد نامساعد، ۲۵ درصد متوسط، ۱۳ درصد مساعد و تنها ۲ درصد آن را کاملاً مساعد ارزیابی نموده‌اند. از آنجا که نزدیک به ۶۰ درصد پاسخ‌دهندگان مطلوب بودن وضعیت فعلی نظام توزیع فرش دستباف را در حد نامساعد و کاملاً نامساعد ارزیابی نموده‌اند، می‌توان استدلال کرد که این نوع نظام توزیع با در نظر نگرفتن سلاقی و نظرات مشتریان در امر تولید مبتنی بر نظام فشاری (push) می‌باشد.

فرش دستباف برگرفته از زنجیره تأمین مطابق جدول و نمودار (۱) می‌باشد.

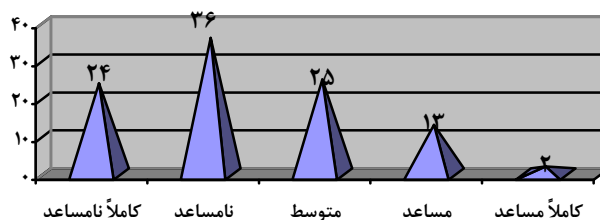
مطابق جدول و نمودار (۱) حدود ۱۵ درصد پاسخ دهندگان وضعیت موجود نظام تولید فرش دستباف را کاملاً نامساعد، ۲۷ درصد نامساعد، ۴۷ درصد متوسط و تنها ۱۱ درصد آن را مساعد ارزیابی نموده‌اند. از آنجا که نزدیک به ۹۰ درصد پاسخ‌دهندگان مطلوب بودن وضعیت فعلی نظام تولید فرش دستباف را در حد متوسط و پایین‌تر از آن ارزیابی نموده‌اند، می‌توان استدلال نمود که این نوع نظام تولید با در نظر نگرفتن سلاقی و نظرات مشتریان در امر تولید مبتنی بر نظام فشاری (push) می‌باشد.

۲-۴- وضعیت فعلی نظام توزیع بر اساس زنجیره تأمین ارزش

جدول (۲): فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب پاسخ به گویه‌های معرف نظام توزیع

| گویه | خیلی کم | کم | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|---|---------|-----|-------|------|-----------|
| توزیع فرش دستباف به صورت سفارشی و تحویل درب منزل | ۲۵ | ۲۵ | ۵ | ۰ | ۰ |
| اعمال نظر مشتریان در زمینه حمل و نقل توسط توزیع‌کنندگان | ۱۵ | ۱۵ | ۲۰ | ۵ | ۰ |
| لحاظ نمودن اندازه سفارشات مشتری در امر توزیع | ۱۰ | ۲۵ | ۱۵ | ۵ | ۰ |
| تضمین ارائه خدمات پس از فروش بعد از توزیع | ۱۰ | ۲۵ | ۱۵ | ۵ | ۰ |
| دقت در امر توزیع جهت ممانعت از پارگی، رطوبت و پوسیدگی فرش | ۵ | ۱۰ | ۲۰ | ۱۵ | ۵ |
| جمع (تعداد) | ۶۵ | ۱۰۰ | ۷۰ | ۳۵ | ۵ |
| درصد | ۲۴ | ۳۶ | ۲۵ | ۱۳ | ۲ |

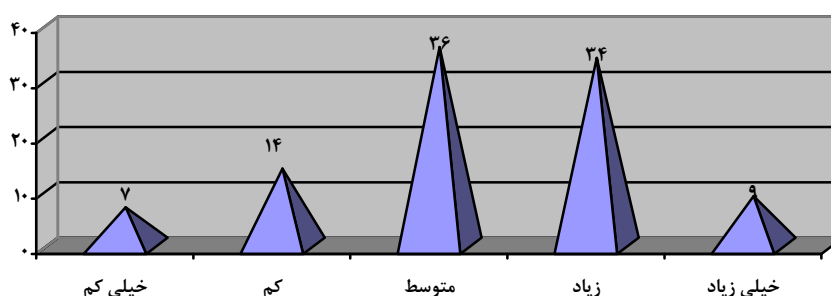
نمودار (۲): درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب پاسخ به گویه‌های معرف نظام توزیع



جدول (۳): فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب پاسخ به گویه‌های معرف امکان‌پذیری تبدیل نظام فشاری به کششی در مراحل تولید و توزیع زنجیره تأمین

| گویه | خیلی کم | کم | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|--|---------|----|-------|------|-----------|
| امکان قیمت‌گذاری منطقی براساس مشارکت مشتری در فرآیند تولید | ۵ | ۲۵ | ۲۰ | ۵ | ۰ |
| امکان طراحی فرش به صورت سفارشی و مطابق سلیقه مشتری | ۰ | ۵ | ۱۵ | ۲۰ | ۱۵ |
| امکان استفاده از مواد اولیه براساس سلیقه و نظر مشتری | ۵ | ۰ | ۲۰ | ۲۵ | ۵ |
| امکان توزیع فرش مطابق خواست و نظر مشتری | ۵ | ۰ | ۲۵ | ۲۵ | ۰ |
| جمع (تعداد) | ۱۵ | ۳۰ | ۸۰ | ۷۵ | ۲۰ |
| درصد | ۷ | ۱۴ | ۳۶ | ۳۴ | ۹ |

نمودار (۳) درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب پاسخ به گویه‌های معرف امکان‌پذیری تبدیل نظام فشاری به کششی در مراحل تولید و توزیع زنجیره تأمین



جدول (۴): نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه‌ای جهت شناسایی نظام فعلی تولید و توزیع فرش دستباف

| ارزش آزمون = | | | | | |
|----------------|------------|--------------|--------------|------------------------|---------|
| مقدار آماره تی | درجه آزادی | سطح معناداری | میانگین رتبه | در سطح اطمینان ۹۵ درصد | |
| آماره تی | درجه آزادی | سطح معناداری | میانگین رتبه | حداکثر | حداقل |
| ۴۳,۰۸۱ | ۹۹ | ۰,۰۰۰ | ۲,۵۶۰,۶ | ۲,۶۷۹,۸ | ۲,۴۴۱,۴ |
| ۲۶,۴۹۹ | ۹۹ | ۰,۰۰۰ | ۲,۳۲۷,۳ | ۲,۵۰۳,۴ | ۲,۱۵۱,۲ |
| ۴۶,۳۹۶ | ۹۹ | ۰,۰۰۰ | ۳,۳۸۱,۸ | ۳,۵۲۸,۰ | ۳,۲۳۵,۷ |

فشاری به کششی در حد زیاد و خیلی زیاد وجود دارد، لذا می‌توان استدلال نمود با لحاظ نمودن نظر و سلیقه مشتریان در امر تولید و توزیع فرش دستباف امکان جایگزینی نظام مطلوب کششی با فشاری وجود دارد.

۵- تحلیل یافته‌ها

نتایج حاصل از آزمون تی تک عاملی جهت مشخص نمودن نظام فعلی تولید و توزیع فرش دستباف در استان کردستان و نیز امکان جایگزینی نظام فشاری با نظام کششی به صورت جدول (۴) می‌باشد.

۳-۴- امکان تبدیل نظام فشاری به کششی در مراحل تولید و توزیع زنجیره تأمین
براساس اطلاعات حاصل از پرسشنامه، فراوانی آزمودنی‌ها براساس پاسخ به گویه‌های معرف امکان‌پذیری تبدیل نظام فشاری به کششی در مراحل تولید و توزیع زنجیره تأمین مطابق جدول و نمودار (۳) می‌باشد.

مطابق جدول و نمودار (۳)، حدود ۷ درصد پاسخ دهندگان امکان تبدیل نظام فشاری به کششی را خیلی کم، ۱۴ درصد کم، ۳۶ درصد متوسط، ۳۴ درصد زیاد و ۹ درصد هم کاملاً زیاد ارزیابی نموده‌اند. با توجه به اینکه نزدیک به ۵۰ درصد نمونه آماری معتقدند که امکان تبدیل نظام

[۲] مطهری، محمد، "مقایسه نظام‌های تولیدی موجود فرش دستباف به‌منظور ارائه الگوی مناسب"، مرکز ملی فرش دستباف ایران، مدیریت تحقیقات و آموزش، ۱۳۸۳.

[3] Chopra S., Meindl P., "Supply chain management: Strategy, planning and operation", Prentice Hall, 2000.

[4] Chopra S., Sodhi S.M., "Managing Risk to Avoid supply-chain Breakdown", MIT Sloan management review; 46(1): 53-61, 2004.

[5] Simchi-levi., Philip kaminsky., "Designing and Managing the Supply Chain", McGraw-Hill.2000.

[6] Stadtler H., Kilger C.; "Supply chain management and advanced planning", Springer 2007, Sunil Chopra and Peter Mendel, "Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation", 3rd Ed., Prentice-Hall Inc., 2007.

نتایج حاصل از آزمون تی تک نمونه‌ای مبتنی بودن نظام تولید و توزیع فرش دستباف بر زنجیره تأمین فشاری یا رانشی را تأیید می‌نماید، زیرا میانگین رتبه به دست آمده در بخش‌های تولید و توزیع کمتر از مقدار آستانه یعنی عدد ۳ می‌باشد. همچنین به زعم فعالان این بخش امکان جایگزینی نظام تولید و توزیع رانشی با کششی وجود دارد. میانگین رتبه بالای عدد ۳ مؤید این ادعا است.

۶- نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که در استان کردستان فرش دستباف هم در حوزه تولید و هم در حوزه توزیع مبتنی بر نظام رانشی است تا کششی. بدین 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 در امر توزیع جهت ممانعت از پارگی، رطوبت و پوسیدگی فرش، چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرد. البته به زعم 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. لذا به شرکت ملی فرش ایران به‌عنوان متولی فرش دستباف ایران توصیه می‌گردد با ارائه آموزش‌هایی به مدیران مجتمع‌ها و کارگاه‌های قالی‌بافی در سطح استان اهمیت در نظر گرفتن سلیق و نظرات مشتریان در امر توزیع و تولید فرش دستباف را گوشزد نمایند. همچنین با برگزاری نمایشگاه‌هایی در سطح بین‌المللی و یا اعزام فعالان این صنعت جهت مشارکت در نمایشگاه‌های فرش دستباف کشورهای خارجی نسبت به سلیق و کیفیت‌های مورد انتظار مشتریان خارجی اطلاعات جامعی جهت بهره‌برداری فعالان این صنعت در داخل کشور فراهم گردد.

منابع

[۱] چراغی، داوود، "راهکارهای توسعه بازار داخلی فرش ایران"، مرکز ملی فرش دستباف ایران، مدیریت تحقیقات و آموزش، ۱۳۸۶.