

1 st National Conference Creative Economy

بررسی ظرفیت روستاها در توسعه اقتصاد خلاق

(مطالعه موردی صنعت مبیل و منبت در روستاهای شهرستان تویسرکان)

حسام زند حسامی ۱ - ترکاشوند حسین ۲

۱- استادیار دانشگاه آزاد قزوین H.zand@qiau.ac.ir

۲- دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشگاه آزاد قزوین Torkashvand_h@yahoo.com

چکیده:

اقتصاد خلاق عرصه نوظهوری در قرن بیست و یکم به شمار می رود که بنابر عقیده بسیاری از تحلیلگران و به استناد آمار و ارقام موجود، سهم بسزایی در رونق اقتصادی و توسعه کشورها خواهد داشت. در دنیایی که به سوی جهانی شدن حرکت می کند، صنایع خلاق در واقع پشتوانه اصلی اقتصاد خلاق می باشند. صنعت مبلمان که جزئی از صنایع خلاق است، تاثیر بسیار زیادی بر تولید ملی و اشتغال کشور ایران دارد. توسعه صنعت مبلمان به عنوان یک صنعت زود بازده و با ارزش افزوده بالا و اشتغالزا برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجهند، از اهمیت بالایی برخوردار است. شهرستان تویسرکان یکی از قطب های تولید مبیل و منبت در کشور است که ۸۰ درصد از شاغلین صنعت مبلمان در روستاها مشغول به کار هستند. روستاهایی مانند اشترمل، جیجانکوه، سیدشهاب و... از مراکز اصلی تولید مبیل و منبت هستند. روستاهای شهرستان تویسرکان در تولید صنایع دستی خلاق، از ظرفیت بالایی برخوردار هستند و به شرط مدیریت صحیح می توانند نقش بسیار موثری را در توسعه اقتصاد خلاق در منطقه و حتی کشور داشته باشند. این مقاله با بررسی نقاط قدرت، ضعف، فرصت ها و تهدید های پیش روی صنعت مبلمان به بررسی چالشها و ارائه راهکارهایی جهت ارتقاء جایگاه صنعت مبلمان در این روستاها و توسعه اقتصاد خلاق در منطقه می پردازد.

کلمات کلیدی: اقتصاد خلاق - صنایع خلاق - صنعت مبلمان - توسعه روستاها

1 st National Conference Creative Economy

مقدمه:

مفهوم اقتصاد خلاق که بر مبنای سرمایه‌های خلاق تعریف می‌شود از عوامل ایجاد رشد اقتصادی و اجتماعی جوامع پیشرفته به حساب می‌آید. اقتصاد خلاق دریچه‌های تازه‌ای برای ایجاد کسب و کارهای خلاقیت محور و نیز فصل جدیدی برای صادرات کشورها فراهم آورده که نسبت به گذشته ماهیتی نوین و متفاوت دارد. بررسی‌های به عمل آمده در این حوزه نشان می‌دهد نسبت معناداری میان رشد اقتصاد خلاق در کشورها و افزایش میزان اشتغال و توسعه صادرات آنها وجود دارد. با توجه به این ویژگی‌ها به نظر می‌رسد کشوری چون ایران که زمینه‌های بسیار مساعدی برای رونق کسب و کارهای خلاق و صنایع خلاق دارد، ضروری است که به صورتی جدی و عملیاتی وارد این حوزه شود و سرمایه‌گذاری‌های متنوعی در آن صورت دهد. چراکه اقتصاد خلاق و صنایع وابسته به آن می‌توانند مبتنی بر داشته‌های بومی این سرزمین و به کمک نیروی کار جوان و تحصیلکرده موجود در آن به رشد قابل ملاحظه‌ای دست پیدا کنند. از طرفی جایگاه اقتصاد خلاق در روستاها باید به صورت جدی مورد توجه قرار گیرد. برای جامعه اقتصادی ما بسیاری از دستاوردهای روستائیان نقش استراتژیک داشته و اهرم قابل اتکایی در پشتیبانی از نظام اقتصادی کشور در عرصه جهانی از طریق صادرات و ورود کالاهای ملی به بازارهای پرطرفیت جهانی بوده، یعنی درحقیقت شناسه قدرت اقتصادی کشور در نزد جهانیان تلقی گردیده مضافاً این که تکیه بر اقتصاد تک محصولی نفتی را تقلیل می‌دهد. ایجاد و راه اندازی کسب و کارها مانند کسب و کارهای خانوادگی و گروهی در روستاها به دلیل وجود پیوندهای قوی اجتماعی و روحیه بالای مشارکت و تعاون در روستاها بالاتر از شهرهاست. روحیه کار و تلاش و مسئولیت پذیری و التزام و تعهد به پیشرفت در میان جمعیت روستایی بیشتر از شهرنشینان وجود دارد (۲).

صنعت مبلمان به عنوان یکی از صنایع خلاق توانمند، تاثیر بسیار زیادی بر تولید ملی و اشتغال کشور ایران دارد. توسعه صنعت مبلمان به عنوان یک صنعت زود بازده و با ارزش افزوده بالا و اشتغال‌زا برای کشورهای درحال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجهند، از اهمیت بالایی برخوردار است. البته این صنعت هنوز نتوانسته است موقعیت استراتژیک و سرنوشت‌ساز خود را در اقتصاد کشورمان احراز و تثبیت نماید. در حالی که در کشورهای درحال توسعه‌ای نظیر چین، مالزی، ترکیه و... با فراهم آوردن شرایط سرمایه‌گذاری‌های زیاد در این صنعت علاوه بر بازارهای جهانی، بازارهای داخلی و بازارهای صادراتی پیرامون ایران را نیز هدف قرار داده‌اند.

1 st National Conference Creative Economy

استان همدان با داشتن ۷۹۲۴ کارگاه مبلمان و منبت و اشتغال ۱۴۰۷۸ هنرمند در این صنعت یکی از قطب های تولیدی صنعت مبلمان در کشور است. شهرستان های تویسرکان، ملایر، نهاوند از مراکز اصلی تولید مبلمان در این استان هستند. ۸۰ درصد از منبت کاران استان همدان را روستاییان تشکیل می دهند، روستاهای، اشترمل، دهنو آوزرمان، حاجی آباد، ثامن، عین آباد، مبارک آباد، سید شهاب و کاج بسیاری از هنرمندان منبت کار استان را در خود جای داده است. این مقاله به مطالعه موردی وضعیت صنعت مبلمان در روستاهای شهرستان تویسرکان پرداخته است و ابتدا به بررسی نقاط قدرت و ضعف، فرصت ها و تهدید های پیش روی صنعت مبلمان می پردازد و از طرفی چالشهای موجود در صنعت مبلمان و منبت در این روستاها را بررسی نموده و راهکارهایی را جهت ارتقاء جایگاه این صنعت ارائه می نماید. ارتقاء جایگاه این صنعت می تواند نمونه ای از توسعه اقتصاد خلاق در روستاها می باشد که می تواند به عنوان الگو به سایر مناطق کشور معرفی گردد.

بحث و نتایج

به علت این که نگارنده مقاله، خود یکی از فعالان این صنعت در شهرستان تویسرکان است (موسس شرکت تعاونی مبلمان خوش نشین هگمتانه) و از اعضای اتحادیه مبلمان و منبت شهرستان تویسرکان می باشد، اطلاعات لازم را برای گردآوری این مقاله از طریق ارتباط با تولید کنندگان و شرکت های فعال منطقه، اداره صنایع دستی، اداره تعاون، و... جمع آوری نموده است و ابتدا با یک نگاه کلان و سپس با نگاه منطقه ای صنعت مبلمان را مورد بررسی قرار داده است.

نقاط قوت صنعت مبلمان:

نقاط قوت: ۱- صنعت چوب و مبلمان در کشور در حال حاضر بیش از ۷۰ هزار کارگاه کوچک و بزرگ تولیدی را به خود اختصاص داده و از جمله صنایعی است که از گستردگی زیادی با امکانات بالفعل و بالقوه برخوردار است. این صنعت با گردش مالی سالانه ۶۰ هزار میلیارد تومان و پوشش کسب و کارهای مرتبط از پارچه و رنگ گرفته تا خراطی و منبت کاری و اشتغال ۸ درصد بخش صنایع، جزء معدود صنایع پربازده در صنایع کشور به شمار می رود. ۲- این صنعت به عنوان یک صنعتی بومی که در راستای تولید ملی است از مزیت های نسبی برخوردار است. بازار بزرگ و روبه رشد مصرف مبلمان - نیروی کار ماهر و ارزان، امکان دسترسی به مواد اولیه فراوان مشتق از نفت (فوم و پلاستیک)، دسترسی به منابع عظیم و ارزان قیمت انرژی، وجود زنجیره تولید از ابتدا تا انتها، در تعدادی از مناطق کشور و... نمونه هایی از این مزیت ها هستند. ۳- شکل گیری قطب های جدید تولید مبلمان در کشور و ایجاد شهرک های

1 st National Conference Creative Economy

صنعتی جدید در مناطق مختلف از یک طرف به اقتصاد این مناطق و از طرف دیگر باعث رقابت بیشتر در این بازار شده است ۴- اشتغال زایی بالای این صنعت نسبت به سایر صنایع به خصوص در مناطق روستایی که قطب تولید مبلمان هستند (مثال در استان همدان در روستاها ۴۰۰۰ کارگاه فعال وجود دارد) باعث مهاجرت معکوس در این مناطق شده است ۵- هنر و صنعت مبلمان ریشه در تاریخ کهن ایران دارد و مبلمان‌نشینانی در ایران سابقه‌ای دیرینه دارد و ما را به‌عنوان یکی از صاحبان این صنعت در دنیا معرفی می‌کند و به همین دلیل صنعتگران ماهر و با تجربه بومی شامل طراح، نجار، منبت‌کار، رنگ‌کار، رویه‌کوب در حد نیاز این صنعت وجود دارد. ۶- صنعت مبلمان به علت اینکه بازار داخلی نسبی خود را دارد در شرایط اقتصادی کشور و تحریم‌های اقتصادی نسبت به برخی صنایع دیگر آسیب پذیری کمتری داشته است. ۷- ورود تکنولوژی‌های جدید در این صنعت ظرفیت بالایی را در تولید مبلمان ایجاد نموده است که در صورت بکارگیری آنها باعث افزایش کیفیت، تنوع و اشتغالزایی بیشتر در این صنعت می‌شود. ۸- شکل‌گیری یک اراده و عزم عمومی در بین فعالان این صنعت برای تولید با کیفیت متناسب با نیاز روز و تولید در کلاس جهانی جهت رقابت در بازار داخلی و خارجی تجارت مبلمان

نقاط ضعف صنعت مبلمان:

۱- نبود سند راهبردی و استراتژی مدون و بلندمدت در صنعت مبلمان در کشور ۲- عدم وجود راهبرد تفکر استراتژیک و به دنبال آن برنامه ریزی استراتژیک در صنعت مبلمان ۳- از فرآیند تولید تا فروش دیدگاه سنتی بر دیدگاه علمی غلبه دارد ۴- تمرکز این صنعت بیشتر بر بازار داخلی است و استراتژی مشخصی برای بازارهای خارجی ندارد ۵- پشتوانه مدیریتی و دانشگاهی صنعت مبلمان ضعیف است و رشته دانشگاهی تخصصی در این صنعت محدود است ۵- این صنعت در کشور و استانها متولی مشخصی ندارد و هر ارگان از منظر اهداف خود به آن نظاره می‌کند. ۶- در صنعت مبلمان طراحی یکی از مهمترین مراحل است که نیاز به خلاقیت و نوآوری بالایی دارد که به علت عدم رعایت حقوق مالکیت معنوی کپی‌کاری یکی از چالش‌های این صنعت می‌باشد اکثر تولیدکنندگان از طریق مشاهده طرح‌های خارجی و بازارهای بین‌المللی، اقدام به طراحی و تولید مبلمان می‌کنند. ۷- تمرکز بر منافع کوتاه مدت و عدم توجه به کیفیت محصول، نداشتن نگرش بلندمدت به بازار و بی‌توجهی به نیازهای مشتری زمینه را برای گرایش مشتریان به محصولات خارجی افزایش داده است ۸- یکنواختی محصولات و عدم تنوع در تولید ۹- جایگاه ضعیف استاندارد در فرآیند تولید مبلمان باکیفیت و استفاده از چوب باکیفیت پائین، پارچه و رنگ بی‌کیفیت توسط برخی تولیدکنندگان ۱۰- بی‌اهمیتی به برندسازی و نقش ضعیف برندهای معروف داخلی برای رقابت با برندهای برتر در عرصه جهانی ۱۱- صنعت مبلمان کشور بازار هدف تعریف شده و مشخصی ندارد ۱۲- سطح پایین مهارت‌های علمی و کاری کارگران شاغل در این رشته و فقدان آموزش مستمر و به‌روز برای نوسازی

1 st National Conference Creative Economy

نیروی انسانی شاغل در این صنعت ۱۳- عدم نقدینگی مناسب و عدم حمایت مناسب بانک ها، عدم معامله نقدی و باز بودن حساب ، عدم حمایت مناسب دولت برای صادرات مبلمان از دیگر نقاط ضعف این صنعت است ۱۴- تولید مبلمان بیشتر در واحدهای صنفی انجام می گیرد و نقش واحدهای صنعتی کلان برای تولید مبلمان محدود است و به دنبال آن شرکت های فعال و توانمندی که بتوانند در عرصه های داخلی و خارجی تاثیر گذار باشند تشکیل نشده است. ۱۵- ماشین آلات و تجهیزات این صنعت متناسب با تولید در کلاس جهانی نیست و از طرفی آمادگی لازم برای مواجه شدن با فناوری های جدید مانند CNC در بسیاری از تولید کنندگان ایجاد نشده است. ۱۶- عدم آشنایی با بازاریابی ، بازاریابی ، تبلیغات و عدم بهره گیری مناسب از امکانات ارتباطاتی مانند اینترنت ۱۷- به طور کلی بخش تحقیق و توسعه، برای بسیاری از تولیدکنندگان داخلی، تعریف نشده است، ۱۸- ترس از تکنولوژی، و تفکر سنتی مدیران و عدم اطمینان و نداشتن برون سپاری، باعث شده است که اکثر مدیران صفر تا صد کارها را خود انجام می دهند.

۱۹- بیشترین منفعت این صنعت نصیب واسطه ها می شود و تولید کنندگان اصلی سهم کمی از این سود را می برند. ۲۰- بسته بندی نامناسب و هزینه سنگین جابجایی برای صادرات از مشکلات دیگر است. ۲۱- نداشتن خدمات پس از فروش بسیاری از تولید کنندگان هم یکی دیگر از نقاط ضعف است.

فرصت های پیش روی صنعت مبلمان

۱- پتانسیل های این صنعت با ویژگی های دموگرافیک، ژئوپلیتیک، ژئواکونومیک و نیازها و اولویت های ملی ایران انطباق کامل دارد و از تمامی ویژگی های یک صنعت استراتژیک برای حمایت برنامه ریزی شده و هدفمند دولت با هدف تولید ثروت ملی و ایجاد اشتغال برخوردار است. ۲- سیر صعودی رشد صنعت مبلمان باعث شده است که این صنعت از مهمترین صنایع استراتژیک در زمینه تولید ثروت و افزایش سرانه تولید ناخالص ملی، در حوزه صنایع بهره مند از تکنولوژی سطح پایین محسوب شود. ایران در نزدیکی عمده بازارهای آینده مصرف مبلمان در جهان (روسیه، کشورهای خاورمیانه، کشورهای اروپای شرقی-مرکزی) حضور دارد. صنعت مبلمان ایران با توجه به برخورداری از مزیت های مناسب ملی، در میان کشورهای صاحب صنعت مبلمان در جهان (به تشخیص موسسات معتبر بین المللی) قرار دارد. ۳-نسبت سهم هزینه مبلمان به کل هزینه های خانوار از سال ۸۰ تا ۸۷ در همه دهک های درآمدی (از اول تا دهم) سیر صعودی داشته است که این افزایش از دهک های هفتم تا دهم قابل توجه است. ۴- از اوایل دهه ۷۰ و با تغییر الگوی زندگی و مصرفی در جامعه، تقاضا برای محصولات تولیدی این صنعت افزایش یافت وجود تقاضای بالای محصولات این صنعت در کشور است. مبلمان از دیدگاه

1 st National Conference Creative Economy

مردم جامعه از کالایی لوکس، به یکی از عناصر مهم و اصلی اثاثیه منزل تبدیل شده است. وبا توجه به رشد جمعیت و رشد سریع طبقه متوسط شهری هر روز بازار آن گسترده تر می شود. ۵- گستردگی استفاده از اینترنت و فضای مجازی و تولید از نرم افزارهای شبیه ساز این فرصت را فراهم نموده است که تا مشتریان بتوانند در محیط مجازی مبلمان مورد نظر را انتخاب نموده و متناسب با فضای منزل آنها چیدمان انجام پذیرد و سپس توسط تولید کننده تولید شود و از بسیاری از هزینه های اضافی جلوگیری نماید. ۶- پتانسیل گردشگری کشور ایران بسیار بالاست و در صورت رونق گرفتن در پسابرجام تاثیر زیادی بر صنعت مبلمان خواهد داشت. ۷- جوان بودن جمعیت کشور، درصد بالای فارغ التحصیلان دانشگاهی فرصتی برای برنامه ریزان این صنعت فراهم نموده است که از این پتانسیل استفاده نمایند

تهدید های صنعت مبلمان

۱- از آنجایی که بافت فرهنگی و اجتماعی جامعه از یک اقتصاد کشاورزی به سوی صنعتی شدن در حال گذار است، هنوز سازوکار فعالیت های تولید پایدار در آن نهادینه نشده است. بنابراین تولید با ناهمواری ها و سختی های متعددی از جهات مختلف فرهنگی و اقتصادی دست و پنجه نرم می کند. ۲- ساختار اقتصادی کشور و وابستگی آن به نفت شرایط و مشکلات متعدد محیط کسب و کار اقتصاد دولتی، محدودیت های بین المللی، عدم ارتباط با صاحبان دانش فنی و تکنولوژی، عدم دسترسی به تسهیلات ارزان قیمت باعث شده است بسیاری از تولیدکنندگان به واردکننده مبلمان تبدیل شوند. ۳- عدم تمایل به سرمایه گذاری و به کارگیری تکنولوژی های نوین، تولید محصولات به روز و رقابت پذیر را با محدودیت مواجه ساخته است.

۴- واردات گسترده مبلمان خارجی به علت پایین بودن قیمت پایه مبلمان وارداتی، عدم نظارت کافی بر واردات و عدم کیفیت مناسب، غیررقابتی بودن قیمت تمام شده داخلی و عدم فرهنگ سازی مناسب و پشتیبانی از تولید داخلی باعث شده است رقابتی خارجی بخش زیادی از بازار ایران را تسخیر نمایند. ۵- تعرفه بالای ۴۰ تا ۶۰ درصدی مواد اولیه، وجود تحریم ها و کاهش قدرت خرید مردم و تأثیر مالیات بر ارزش افزوده در قیمت تمام شده کالا از جمله موانع در مسیر توسعه صنعت مبلمان است. ۶- کوچک شدن فضای خانه ها و گسترش آپارتمان نشینی، باعث تغییر در نوع خرید مشتریان شده است و مثلا استفاده از مبلمان راحتی به جای مبلمان استیل اوایت دارد که تهدیدی برای تولید کنندگان مبلمان است مگر به سرعت نیاز مشتری را تشخیص داده و محصولاتی بر اساس نیاز مشتریان تولید نمایند.

1 st National Conference Creative Economy

۷- بسیاری از تولیدکنندگان سنتی در این صنعت تجربه لازم را دارند و لی نبود رشته های دانشگاهی متناسب با این صنعت باعث شده است نسل جوان علاقه کمتری برای ورود به این صنعت داشته باشند. و در نتیجه علمی کردن این رشته با چالش روبرو است. ۸- تهیه مواد اولیه مانند چوب از درخت جنگل ها و ضایعات زیاد آن و عدم برنامه برای استفاده بهینه از ضایعات در صنایع جانبی یک چالش جدی است و با توجه به حساسیت های زیست محیطی برای قطع جنگل ها در آینده بیشتر خود را نشان خواهد داد. ۹- عدم برنامه مشخص برای ارتباط موثر با تولید کنندگان خارجی و تولید محصولات مشترک و فقدان تجربه و مهارت در انجام تجارت خارجی از چالش های دیگر است. ۱۰- بازار مبلمان در ایران تحت تاثیر ایام خاصی از سال (عید نوروز، تابستان) و متاثر از فرهنگ مردم است و در این زمینه هم باید از یک طرف با تبلیغات مناسب برگزاری جشنواره ها، فرهنگ سازی و از طرفی با استراتژی مناسب برای تولید، اثرات این مشکل را به حداقل رساند.

معرفی روستای اشترمل به عنوان روستای مثبت ایران

((بوی نم روستا و نای چوب، صدای جادوگری مرد مثبت کار و خرده چوب هایی که در هوای روستا پر می کشند، اینجا «اشترمل» روستای مثبت ایران است، جایی که از چوب خشک، شاهکارهای هنری خلق می کنند. «اشترمل» روستایی است که وقتی وارد آن می شوی تا چشم کار می کند کارگاه هایی خودنمایی می کند که بر در هر یک از آنها آثار بی نظیری از مثبت کاری بر روی مبل به چشم می خورد و سراسر روستا پر است از چوب های گردو، گویی که به شهر چوبی وارد شده ای! مردان بسیاری در هر کدام از کارگاه ها هنرمندانه مشغول خلق شاهکاری از خود هستند که هر آنچه از زیبایی آنها بگویی باز هم نتوانسته ای حق مطلب را ادا کنی، نقش های برگرفته از دوران هخامنشی و دوران ایران باستان با هنر دست مثبت کاران روستای «اشترمل» بر روح بی جان چوب های گردو جان می گیرد. انسان با تماشای هر کدام از نقش های حک شده بر روی چوب گویی به دنیای دیگری سفر می کند، هنرمند مثبت کار با حوصله وصف ناشدنی و با هنرمندی بی نظیر خود خلاقانه طرح هایی را بر روی چوب خلق می کند که هر کدام در نوع خود بی نظیر است. هنرمند مثبت کار تلفیقی از حوصله و ذوق خود را به کار گرفته تا با چند قلم و اسکنه ای فلزی ذهنیات خود را با خطوط کوفی، نقوش اسلیمی، ختایی و گل، مرغ، شیر، فیل، طرح های هخامنشی و صد ها طرح دیگر بر روی چوب های بی جان نقش کند. هنر دست هنرمند و صنعتگر «اشترمل» با ادراک و احساس و اندیشه و خلاقیت در می آمیزد تا باز هم شاهکاری بی نظیر را از خود بر جای گذارد.

1 st National Conference Creative Economy

روستای «اشترمل» در یک منطقه کوهستانی واقع است که نقاط بالادست و پایین‌دست روستا اختلاف سطح زیادی دارند و بیش از ۷۰ درصد مردم این روستا به صنعت مبیل و منبت مشغول هستند به طوریکه این هنر و صنعت موجب شده تا در این روستا مهاجرت معکوس اتفاق بیافتد و مهاجرت افراد به روستا موجب افزایش جمعیت آن شده است. روستای «اشترمل» یکی از چندین روستای صنایع دستی شهرستان تویسرکان است که شغل غالب مردم روستا صنایع دستی مبیل و منبت است، که علاوه بر اشتغالزایی سهم مهمی را در صادرات غیر نفتی ایفا می‌کنند و می‌توانند علاوه بر رونق اقتصادی موجب جذب گردشگری به استان همدان شوند ((
(خبرگزاری مهر ۲۸ مرداد ۱۳۹۴ شناسه خبر: ۲۸۸۶۷۹۶)

نقاط قوت صنعت مبلمان در روستاهای شهرستان تویسرکان:

۱- صنعت مبلمان و منبت بیش از ۶۰ سال در تعدادی روستاهای شهرستان تویسرکان قدمت دارد که این موضوع باعث شده است اشتغال بالای ۸۰ درصد در این روستاها را ایجاد نماید. ۲- رونق این صنعت باعث مهاجرت معکوس در مناطق روستایی تویسرکان شده است که این موضوع از نظر فرهنگی و اجتماعی هم بسیار مهم است. ۳- هزینه راه اندازی این صنعت برای افراد پایین است و می‌توانند حتی در فضایی در داخل منزل خود کسب و کار خود را انجام دهند ولذا از جنبه های مختلف به عنوان یک مزیت محسوب می‌شود. به عنوان مثال روستای اشترمل با داشتن حدود ۳۵۰ خانوار حدود ۳۰۰ کارگاه تولید مبیل و منبت دارد. ۴- نکته مهم دیگر ورود زنان به این صنعت در کنار مردان است که می‌تواند علاوه بر اشتغال به اقتصاد خانواده هم کمک شود. ۵- با عنایت به اینکه این شهرستان دارای هزاران هکتار باغ گردو می‌باشد و کیفیت گردوی تویسرکان از شهرت بالایی برخوردار است، تعداد زیادی از گردشگران جهت خرید گردو به تویسرکان سفر می‌کنند که این موضوع به معرفی صنعت مبلمان منطقه کمک می‌کند از طرفی در تامین بخشی از چوب بعنوان ماده اولیه این صنعت از مزیت نسبی برخوردار است. ۶- جوان بودن نیروی کار شاغل در صنعت مبیل و منبت روستایی در کنار افراد با تجربه از دیگر مزیت های این صنعت می‌باشد و بسیار حائز اهمیت است. این امر پشتوانه بسیار غنی و پرباری برای صنعت این منطقه ایجاد می‌نماید. ۷- صنعت مبیل و منبت دارای بازار مصرف روبه رشد سریعی می‌باشد از طرفی این روستاها به عنوان قطب تولید مبیل و منبت برای بازارهای هدف مانند بازار تهران، مشهد، تبریز و... شناخته شده اند و تعدادی از افراد این منطقه توانسته اند در این بازارها با ایجاد نمایشگاهها به عرضه مستقیم محصولات خود بپردازند که از نظر اقتصاد سود بیشتری برای آنها و منطقه به دنبال داشته است. ۸- روستاهای این منطقه هر کدام دارای مزیت نسبی برای این صنعت هستند و همه به صورت زنجیره به هم وصل هستند مثلاً جیجکانکوه روستایی که نجاری زیادی دارد و قالب مبیل ها را برای روستای اشترمل که منبت کاران زیادی دارد تامین می‌کنند. ۹- هنرمندان این منطقه از نبوغ و خلاقیت زیادی در این صنعت برخوردارند و برخی از طرح ها و مدل های کار آنها

1 st National Conference Creative Economy

در کشور به نام این منطقه شناخته می شود. (مثلا نقشه مبیل گل ریز به نام اشترمل شناخته می شود). ۱۰- وجود این صنعت در منطقه باعث شده است تعدادی از جوانان به خودباوری رسیده و محصولات خود را به کشور عراق، کویت و... صادر می نمایند.

چالش های پیش روی صنعت مبیل و منبت در روستاهای شهرستان توپسرکان

۱- هنوز با وجود ۴۰۰۰ کارگاه مبیل و منبت در منطقه، یک خوشه صنعتی برای آن تعریف نشده است.

۲- عدم فرهنگ سازی مناسب جهت کار به صورت تعاونی و فعالیت در قالب اتحادیه در بین تولید کنندگان مانع از همگرایی مناسبی بین تولید کنندگان می شود.

۲- پشتوانه مدیریتی و دانشگاهی این صنعت ضعیف است چون رشته دانشگاهی تخصصی این صنعت فقط در چند دانشگاه تهران محدود است ۴- این صنعت در شهرستان متولی مشخصی ندارد و هر ارگان (صنایع دستی، اداره تعاون و... از منظر اهداف خود به آن نظاره می کند. ۵- از فرآیند تولید تا فروش دیدگاه سنتی بر دیدگاه علمی غلبه دارد و تمرکز تولید کنندگان این صنعت بیشتر بر بازار داخلی است و استراتژی مشخصی برای حضور بازارهای خارجی ندارند ۶- در صنعت مبلمان طراحی یکی از مهمترین مراحل است که نیاز به خلاقیت و نوآوری بالایی دارد که به علت عدم رعایت حقوق مالکیت معنوی کپی کاری یکی از چالشهای این صنعت می باشد اکثر تولید کنندگان از طریق مشاهده طرح های خارجی و بازارهای بین المللی، اقدام به طراحی تولید مبیل می کنند. ۷- رکود اقتصادی و تمرکز بر منافع کوتاه مدت و نداشتن نگرش بلند مدت به بازار و بی توجهی به نیازهای مشتری باعث شده است بسیاری از تولید کنندگان از وضعیت بازار فروش ناراضی هستند ۸- سیستم توزیع و کانال های توزیع تولید کنندگان بسیار سنتی و ناکارآمد است. در اکثر مواقع محصول تولید شده بعد از چند واسطه به دست مصرف کنندگان می رسد. که این امر موجب بالا رفتن قیمت و کاهش قدرت رقابتی از یک طرف دیگر موجب افزایش هزینه مصرف کنندگان می شود. ۹- جایگاه استاندارد در فرآیند تولید مبلمان باکیفیت به فراموشی سپرده شده است ۱۰- شکل گیری قطب های جدید تولید مبلمان در کشور که با بهره گیری از تکنولوژی و صنعتی سازی و نزدیک بودن به پایتخت و از طرفی آماده نبودن تولید کنندگان شاغل در روستا برای تولید رقابتی و بی اهمیتی به برند سازی بر بازار تولید کنندگان تاثیر گذاشته است ۱۱- بازار هدف تعریف شده و مشخصی برای تولید کنندگان وجود ندارد ۱۲- مهارت های علمی و کاری کارگران شاغل در این رشته نیاز به تقویت دارد و آموزش مستمر و به روز برای نوسازی نیروی انسانی شاغل در این صنعت مغفول مانده است ۱۳- عدم نقدینگی مناسب و عدم حمایت مناسب بانک ها، عدم معامله نقدی و باز بودن حساب، عدم حمایت مناسب دولت از صنعت مبلمان از دیگر

1 st National Conference Creative Economy

نقاط ضعف این صنعت است ۱۴- تولید مبلمان بیشتر در واحدهای صنفی انجام می گیرد و نقش واحدهای صنعتی کلان برای تولید مبلمان محدود است و به دنبال آن شرکت های فعال و توانمندی که بتوانند در عرصه های داخلی و خارجی تاثیر گذار باشند تشکیل نشده است. ۱۵- ماشین آلات و تجهیزات این صنعت متناسب با نیاز روز نیست و از طرفی آمادگی لازم برای مواجه شدن با فناوری های جدید مانند CNC در بسیاری از تولید کنندگان ایجاد نشده است. ۱۶- عدم آشنایی با بازاریابی، بازاریابی، تبلیغات و عدم بهره گیری مناسب از امکانات ارتباطاتی مانند اینترنت باعث شده است که در فروش مستقیم محصولات خود با مشکل روبرو شوند ۱۷- به طور کلی بخش تحقیق و توسعه، برای بسیاری از تولید کنندگان تعریف نشده است، ۱۸- بیشترین منفعت این صنعت نصیب واسطه ها می شود و تولید کنندگان اصلی سهم کمی از این سود را می برند. ۲۰- بسته بندی نامناسب و هزینه سنگین جابجایی از مشکلات دیگر است. ۲۱- نداشتن خدمات پس از فروش بسیاری از تولید کنندگان هم یکی دیگر از نقاط ضعف است.

راهکارها:

باید توسعه روستایی در اولویت اول برنامه ریزی ها قرار گیرد نباید توسعه روستایی را به معنی گسترش یا حفظ روستا دانست. یعنی نباید فکر کرد که با توسعه روستایی ما می خواهیم روستاها را حفظ کنیم و یا گسترش دهیم. توسعه روستایی را باید بازسازی روستا از دیدگاه فکری، اندیشه ای، آموزشی، تکنولوژی و تولید دانست.

هدف و منظور از توسعه روستایی بازسازی کامل جامعه روستایی است. توسعه روستایی فرآیندی است که ناشی از تحول فکری است که به زندگی سامان تازه ای می بخشد (۴).

در این بین لازم است تا فعالیت های توسعه ای متعددی در جهت رشد کمی و کیفی این صنعت در قالب شرکت های تعاونی و اتحادیه انجام پذیرد که شامل ۱- نقشه راه این صنعت در سطح شهرستان و استان باید آماده شود و به دنبال آن شرکت های تعاونی و اتحادیه ها تشکیل شده و در قالب نقشه راه اهداف خود را دنبال نمایند و واحد تحقیق و توسعه برای نهادینه کردن نوآوری و خلاقیت در این صنعت را تشکیل دهند ۲- ایجاد زیرساخت هایی مانند شهرک صنعتی تخصصی مبلمان و تشکیل شبکه های مختلف تولیدی، صادراتی و تجاری جهت تامین، تولید و توزیع اقتصادی مواد اولیه، توسعه زنجیره ارزش محصول و تکمیل حلقه های مفقوده صنعت در حوزه های طراحی، مهندسی، بازاریابی و آموزش های تخصصی انجام کار تشکیلاتی و اصولی مانند کادرسازی، تبلیغات و بازاریابی علمی و مستمر، ارتقای سطح کمی و کیفی تولید، چگونگی رقابت و زنده ماندن در شرایط سخت و دشوار از راهبردهای اصلی این صنعت

1 st National Conference Creative Economy

باشد. ۳- تقویت و توسعه شرکت‌های تولید کننده تعاونی و تشکیل شرکت تخصصی صادراتی صادراتی جهت حضور در بازارهای هدف بر اساس برنامه‌های از پیش مطالعه شده و معکوس نمودن فرآیند واردات به سوی صادرات است. ۴- تدوین استانداردهای محصولات جهت نظارت بر محصولات تولیدی و پیگیری جهت وضع قوانین در جهت جلوگیری از ورود محصولات فاقد کیفیت خارجی، ۵- باید زمینه‌های سرمایه‌گذاری مستقیم داخلی و خارجی با هدف انتقال فناوری‌های جدید و توسعه تکنولوژی تولید جهت ارائه محصولات مشتری پسند و مطابق نیاز روز و با قیمت مناسب فراهم شود ۶- لزوم ایجاد سامانه در ثبت سریع طرح های جدید مبلمان و ارائه کد شناسایی و جلوگیری از کپی آن توسط دیگران (این سامانه می تواند در اختیار اتحادیه مبلمان باشد). ۷- حمایت دولت از صادرکنندگان و تولید کنندگان داخلی و بخشی از منابع ارزی جهت به‌کارگیری دانش فنی، تجهیزات و نخبگان صنعتی جهت ایجاد توسعه پایدار در صنعت مبلمان اختصاص پیدا نماید. ۸- برگزاری تورهای تخصصی به منظور آشنایی تولیدکنندگان و صنعتگران با روش‌های تولید و مدیریت در قطب های تولید مبلمان کشور و همچنین کشورهای توسعه یافته و برگزاری دوره‌های آموزشی و توسعه مهارت‌های نیروی انسانی برای تولید محصولات کیفی و مشتری پسند. ۹- از طریق نمایشگاهها، جشنواره ها، مسابقاتی استانی و کشوری جهت انگیزه بخشی و معرفی چهره های ماندگار این صنعت اقدام شود. ۱۰- الگو گیری از کشورهای صاحب سبک، آشنایی تولیدکنندگان ایرانی با روش‌های موفقیت برندهای معروف دنیا و نحوه استفاده آن‌ها از منابع موجود و لزوم بهره گیری از فرصت ها و انتخاب کوتاه ترین مسیرهای ممکن برای جبران زمان های از دست رفته نکته ای است که باید مورد توجه قرار گیرد ۱۱- تشکیل دانشگاه ویژه مبلمان در قطب های تولید مبلمان کشور از جمله در تویسرکان برای بومی‌سازی یا ایرانی‌سازی فناوری‌ها در جهت تولید مبلمانی متناسب با نیاز و فرهنگ ایرانی هم بسیار موثر خواهد بود. ۱۲- در کشور، متولی صنعت مبلمان مشخص شود و نماینده قانونی این صنعت در بخشهای دولتی، مجلس، حقوقی، تعاون، صنایع دستی و در نهایت اتاق‌های بازرگانی حضور داشته باشد تا بتواند همگرایی بیشتری در این صنعت ایجاد شود و در شهرستان ها هم متولی صنعت مشخص شود. ۱۳- ایجاد ۳ برند قدرتمند در سه سطر و با نام های مختلف برای پوشش؛ الف - افراد با درآمد متوسط ب- افراد با درآمد متوسط به بالا ج - افراد با درآمد بالا ۱۴- ایجاد کارخانه های چوب خشک کنی، تولید پارچه و همچنین کارخانه استفاده از مواد بازیافتی چوب برای تولید مواد ی مانند MDF برای استفاده بهینه از جنبه های مختلف صنعت مبلمان،

۱۵- تشکیل گروه بازاریابی و از طرفی کانالهای توزیع مناسب انتخاب شده و با استفاده از امکانات اینترنت و فضای مجازی و نرم افزارهای شبیه ساز مجازی بهترین راه و کم هزینه ترین روشها برای تبلیغات، معرفی و انتخاب محصولات توسط مشتریان می توان نقش واسطه ها را به حداقل رساند.

1 st National Conference Creative Economy

۱۶- بسیاری از مشتریان از ظاهر مبیل استیل رضایت دارند و از قابلیت انطاف و سنگینی جابجایی آن و سخت بودن انتقال آن گله دارند که در این زمینه با همکاری دانش آموختگان رشته های مهندسی صنایع و رشته های طراحی به دنبال باز طراحی مبلمان استیل متناسب با نیاز مشتری باید حرکت نمود.

۱۷- همکاری مناسب تولید کنندگان مبلمان تویسرکان با سایر اتحادیه ها مبلمان در سراسر کشور صورت پذیرد تا در نهایت با تبادل تجارب مناسب بتوان به رشد این صنعت در منطقه کمک نمود.

۱۸- یکی از اهداف جذب توریست در کل دنیا معرفی صنایع دستی و بهره گیری از منافع اقتصادی آن در این زمینه است. بر همین اساس خیلی از گردشگران با هدف بدست آوردن صنایع دستی یک منطقه بهسوی آنجا سفر می کنند که در این راستا تعدادی از روستاهای شهرستان تویسرکان که در این صنعت دخیل هستند این پتانسیل را دارند که به عنوان روستای هدف گردشگری معرفی گردند. این موضوع می تواند در توسعه اقتصاد خلاق در منطقه نقش مهمی ایفا نماید. البته این امر تنها با نامگذاری یک روستا به عنوان روستای هدف صنایع دستی محقق نمی شود. بلکه باید منابع اعتباری برای روستا در نظر گرفته شده و سپس زیر ساخت های لازم برای حضور گردشگران فراهم شود و با ساماندهی کارگاههای منبت در روستا و ایجاد نمایشگاه ها و تبلیغات مناسب بتوان گردشگران داخلی و خارجی را جذب نمود.

نتیجه گیری :

کشور ایران زمینه های بسیار مساعدی برای رونق کسب و کار های خلاق و صنایع خلاق دارد. امروزه صنعت مبلمان به عنوان یکی از نمونه های صنایع خلاق دارای گردش مالی سالانه حدود ۱۰ هزار میلیارد تومان در ایران است که چیزی حدود ۱۰ میلیارد دلار، است و صنعت مبلمان حدود ۸ درصد اشتغال کشور را در بین صنایع به خود اختصاص داده است. شکل گیری خوشه های صنعتی و قطب های تولید مبیل و منبت در کشور می تواند آینده روشنی را پیش روی این صنعت قرار دهد. در این بین نقش روستاها به عنوان مراکز تولید اصلی مبلمان باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد. روستاهایی که در صنعت مبلمان فعال هستند نمونه هایی از روستاهایی با اقتصاد پایه خلاق هستند. ولی اگر به درستی این صنعت مود تحلیل قرار نگیرد در بازار رقابتی امروز تضمینی برای آینده این روستاها و نقش آفرینی آنها در صنعت مبلمان وجود ندارد. لذا به نظر می رسد همه مسولین و تولید کنندگان باید ظرفیت ها، نقاط قوت، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدات این صنعت را بشناسند، فعالیت های خود را منسجم و هدف مند نمایند و با تهیه نقشه راه صنعت مبلمان و رعایت

1 st National Conference Creative Economy

نمودن تمام اصول علمی تولید به سمت توسعه اقتصاد خلاق در این روستاها حرکت نمایند. در این صورت در آینده ای نه چندان دور این روستاها با پتانسیلی که دارند می توانند به عنوان مقصد گردشگران داخلی و خارجی معرفی شوند. باید روستاهایی که زمینه صنایع خلاق در آنها وجود دارد جهت حل بخشی از مشکلات اشتغال پایدار در کشور مورد توجه قرار گیرد. حمایت و توسعه اقتصاد خلاق در روستاها بی شک در این زمینه راهگشا و یکی از راه‌های موفق تحقق عدالت اجتماعی خواهد بود.

تقدیر و تشکر: برای جمع آوری اطلاعات این مقاله با تعداد زیادی از تولید کنندگان این صنعت مصاحبه شده است و از طرفی از آمارهای اداره میراث فرهنگی و صنایع دستی و اداره کار و تعاون و فرمانداری توپسرکان استفاده است که از همگی تقدیر و تشکر به عمل می آید.

منابع:

۱ - خدارحم و مهدیه پورجعفرآبادی، ۱۳۹۱، بررسی نقش نوآوری و خلاقیت جوانان روستایی در تحول و رشد اقتصاد ملی، همایش ملی فرهنگ سازی اصلاح رفتارهای اقتصادی در ایران امروز، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابرکوه

۲- بهرام پور الهه، اشتغال- کارآفرینی و توسعه پایدار روستایی، مرداد ۱۳۹۳

۳-مرضیه کیقبادی، مرضیه فخرایی، سیده سارا علوی، سید عبدالمجید زواری، شناخت صنعت فرهنگی، اندیشکده صنعت و فناوری (آصف)، ۱۳۸۷

۴ - یوسفی جلال، توسعه پایدار روستایی و جایگاه و نقش آن در توسعه ملی، پایگاه خبری تحلیلی آبشار نیوز، ۱۳۹۳

۵- <http://hamedan.ichto.ir>

۶- <http://hamedan.mcls.gov.ir>

۷- <http://www.toyserkan-hm.ir>