گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۶۴۳۴
پنج شنبه ۲۱ آبان ۱۴۰۵ ۹:۵۶

وحیده سبایلی مدیرعامل ایرانه چرم

دباغی سنت تا نُتِ مدرن؛ چرم اصیل ایرانی چگونه بومِ نوآوری جهانی شد؟

تولید محصولات چرمی دست‌دوز، هنری مبتنی بر ظرافت، مهارت و صرف زمان است که ارزش واقعی آن در مقایسه با کالاهای تولید انبوه کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد. در این میان، معرفی ظرفیت‌های چرم ایرانی، حمایت از هنرهای دستی و افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان می‌تواند به حفظ و توسعه این هنر کمک کند.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، وحیده سبایلی در گفت‌وگویی با اشاره به تفاوت محصولات چرمی دست‌دوز و کالاهای تولید انبوه، بر ضرورت توجه به ارزش هنر دست، معرفی بهتر چرم ایرانی و نقش رسانه‌ها در شناساندن ظرفیت‌های این حوزه تأکید کرد. وی همچنین درباره جایگاه محصولات چرمی در بازار، امکان عرضه آن‌ها در بازارهای خارجی، آموزش این هنر و ملاحظات زیست‌محیطی مرتبط با استفاده از چرم طبیعی توضیحاتی ارائه داد.

تفاوت محصولات دست‌دوز با تولیدات انبوه

سبایلی با اشاره به تفاوت شیوه تولید محصولات چرمی دست‌دوز و کالاهای کارخانه‌ای بیان کرد: تولیدکنندگان محصولات دست‌ساز، به دلیل نداشتن تجهیزات صنعتی و امکانات تولید انبوه، امکان رقابت مستقیم با کارخانه‌های بزرگ را ندارند. از سوی دیگر، در بازار محصولاتی با ظاهر مشابه چرم و ساخته‌شده از موادی مانند فوم یا سایر مواد جایگزین نیز عرضه می‌شوند که ممکن است از نظر قیمت برای مصرف‌کننده جذاب‌تر باشند.

وی افزود: در تولید محصولات دست‌دوز، بخش قابل‌توجهی از فرایند با دست انجام می‌شود و همین موضوع به زمان، انرژی و دقت بیشتری نیاز دارد. بنابراین مقایسه قیمت این محصولات با کالاهای کارخانه‌ای، بدون در نظر گرفتن تفاوت روش تولید، مقایسه دقیقی نخواهد بود.

این فعال حوزه چرم با اشاره به تفاوت ارزش فرش دستباف و ماشینی عنوان کرد: همان‌طور که فرش دستباف به دلیل صرف زمان و مهارت با فرش ماشینی قابل مقایسه نیست، محصولات چرمی دست‌دوز نیز ارزش و ویژگی‌های متفاوتی دارند.

ضرورت آگاهی مصرف‌کنندگان از ارزش هنر دست

سبایلی با اشاره به تأثیر قیمت در انتخاب مشتریان اظهار کرد: هزینه مواد اولیه، زمان و انرژی صرف‌شده در تولید محصولات دست‌ساز بر قیمت نهایی آن‌ها تأثیر می‌گذارد؛ با این حال، برخی مصرف‌کنندگان به دلیل آشنایی نداشتن با مراحل ساخت، تفاوت میان محصول دست‌دوز و کالای تولید انبوه را به‌درستی تشخیص نمی‌دهند.

وی با بیان اینکه ممکن است یک کیف چرمی دست‌دوز با قیمتی در حدود سه میلیون تومان عرضه شود، در حالی که محصولی مشابه از نظر ظاهر و تولید انبوه با قیمت حدود ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان در بازار وجود داشته باشد، توضیح داد: تفاوت این دو محصول تنها در ظاهر یا قیمت خلاصه نمی‌شود، بلکه شیوه تولید و میزان کار انجام‌شده در ساخت آن‌ها نیز متفاوت است.

به گفته وی، آگاهی‌بخشی درباره مراحل ساخت و ویژگی‌های محصولات دست‌ساز می‌تواند به درک بهتر ارزش این تولیدات کمک کند و زمینه انتخاب آگاهانه‌تر را برای خریداران فراهم آورد.

چرم ایرانی و ضرورت معرفی ظرفیت‌های داخلی

سبایلی با اشاره به شهرت چرم ایتالیا و ترکیه در بازارهای جهانی بیان کرد: این کشورها در حوزه چرم و محصولات چرمی شناخته‌شده هستند و تبلیغات و معرفی گسترده محصولاتشان در شکل‌گیری این جایگاه تأثیر داشته است.

وی با بیان اینکه تجربه استفاده از چرم ایتالیایی و ترکیه‌ای را داشته است، افزود: چرم ایرانی نیز از نظر کیفیت ظرفیت قابل‌توجهی دارد و لزوماً از نمونه‌های خارجی ضعیف‌تر نیست؛ با این حال، آن‌گونه که شایسته است معرفی نشده و هنوز برای شناساندن توانمندی‌های آن به بازارهای داخلی و خارجی تلاش بیشتری لازم است.

این فعال حوزه چرم تأکید کرد: شناخته‌شدن یک محصول در بازار تنها به کیفیت آن وابسته نیست و معرفی درست، تبلیغات مؤثر و آگاهی‌بخشی نیز در جلب توجه مخاطبان نقش مهمی دارد.

نقش رسانه‌ها در معرفی هنرهای دستی

سبایلی با اشاره به ظرفیت رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در معرفی محصولات چرمی اظهار کرد: رسانه‌ها می‌توانند با نمایش مراحل تولید و معرفی ویژگی‌های محصولات دست‌ساز، مخاطبان بیشتری را با این هنر آشنا کنند.

وی افزود: انتشار تصاویر و محتوای مرتبط با محصولات چرمی در فضای مجازی، زمینه آشنایی افراد خارج از کشور با این تولیدات را نیز فراهم می‌کند. به‌عنوان نمونه، انتشار تصویر یک جعبه دست‌ساز چرمی مخصوص دستمال کاغذی با طراحی محل خروج دستمال، با واکنش برخی مخاطبان خارجی همراه بوده و تعدادی از کاربران اسپانیایی‌زبان و کشورهای آمریکای لاتین درباره الگو و مدل ساخت آن پرس‌وجو کرده‌اند.

به گفته وی، چنین بازخوردهایی نشان می‌دهد که در صورت معرفی مناسب محصولات دست‌ساز ایرانی، امکان جلب توجه مخاطبان خارجی نیز وجود دارد.

معرق چرمی؛ هنری کمتر شناخته‌شده

سبایلی با اشاره به تنوع کاربردهای چرم در تولید آثار هنری بیان کرد: معرق چرمی از جمله حوزه‌هایی است که ظرفیت هنری قابل‌توجهی دارد، اما هنوز به اندازه کافی در میان مخاطبان شناخته نشده است.

وی توضیح داد: در این شیوه، قطعات چرم در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و آثار هنری متنوعی شکل می‌گیرد. برخی از این آثار مورد توجه علاقه‌مندان قرار گرفته‌اند و نمونه‌هایی نیز برای مسافرانی تهیه شده‌اند که قصد داشته‌اند آن‌ها را به خارج از کشور ببرند.

وی با بیان اینکه هنوز بسیاری از مخاطبان به‌صورت اتفاقی با این محصولات آشنا می‌شوند، بر اهمیت معرفی گسترده‌تر هنرهای کمتر شناخته‌شده چرمی تأکید کرد.

تعمیر محصولات چرمی و اهمیت کیفیت ساخت

سبایلی با اشاره به خدمات تعمیر محصولات چرمی اظهار کرد: تعمیر و نگهداری محصولات نیز بخشی از فعالیت‌های مرتبط با این حوزه است و می‌تواند به افزایش مدت استفاده از کالاها کمک کند.

وی همچنین با اشاره به تجربه بررسی برخی محصولات دارای نشان‌های تجاری مختلف بیان کرد: در بعضی موارد، محصولاتی که با عنوان برند شناخته می‌شوند، پس از بررسی از نظر کیفیت یا ماندگاری انتظارات مصرف‌کننده را برآورده نمی‌کنند و حتی ممکن است با مشکلاتی مانند پوسته‌شدن مواجه شوند.

وی تأکید کرد که نام تجاری به‌تنهایی نمی‌تواند معیار قطعی کیفیت باشد و بررسی جنس، نوع ساخت و دوام محصول نیز اهمیت دارد.

آموزش چرم‌دوزی و تفاوت چرم طبیعی و مصنوعی

سبایلی با اشاره به اهمیت آموزش در گسترش هنرهای چرمی عنوان کرد: آموزش این هنر به علاقه‌مندان و هنرجویان می‌تواند به انتقال مهارت‌ها و افزایش شناخت نسبت به شیوه‌های مختلف کار با چرم کمک کند.

وی همچنین با اشاره به تجربه آموزش در یک مجموعه آموزشی بیان کرد: در برخی موارد، استفاده از چرم مصنوعی به‌عنوان جایگزین چرم طبیعی مطرح می‌شود، اما کار با این دو ماده از نظر ویژگی‌ها و شیوه اجرا تفاوت‌های قابل‌توجهی دارد و نمی‌توان آن‌ها را کاملاً یکسان در نظر گرفت.

استفاده از چرم طبیعی و ملاحظات زیست‌محیطی

سبایلی در بخش دیگری از این گفت‌وگو به دیدگاه‌های متفاوت درباره استفاده از چرم طبیعی و مسائل مرتبط با حمایت از حیوانات اشاره کرد و گفت: برخی افراد استفاده از چرم را از منظر حقوق حیوانات و مسائل زیست‌محیطی مورد انتقاد قرار می‌دهند.

وی با بیان اینکه شخصاً تمایلی به استفاده از پوست حیواناتی مانند کروکودیل و مار ندارد، افزود: در عین حال، از نظر او اگر حیوانی برای تأمین گوشت ذبح شده باشد، استفاده از پوست باقی‌مانده آن برای تولید محصولات بادوام چرمی می‌تواند مانع دورریز این بخش شود.

به اعتقاد وی، استفاده از مواد باقی‌مانده و تبدیل آن‌ها به محصولاتی با عمر مصرف طولانی، از منظر کاهش هدررفت منابع قابل بررسی است. او همچنین معتقد است باید میان استفاده از پوست حیواناتی که صرفاً برای این منظور شکار می‌شوند و استفاده از پوست باقی‌مانده از چرخه تأمین گوشت تفاوت قائل شد.

هوش مصنوعی و حفظ اصالت محصولات دست‌ساز

سبایلی درباره تأثیر هوش مصنوعی بر معرفی محصولات چرمی اظهار کرد: استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در این حوزه می‌تواند محدود باشد؛ زیرا در معرفی محصول دست‌ساز، نمایش واقعیت اثر و جزئیات آن اهمیت زیادی دارد.

وی افزود: تصاویر منتشرشده از محصولات باید تا حد امکان به نمونه واقعی نزدیک باشند و مخاطب بتواند جنس، بافت و ویژگی‌های محصول را همان‌گونه که هست مشاهده کند. به گفته وی، ویرایش‌های جزئی تصاویر ممکن است انجام شود، اما استفاده گسترده از تصاویر غیرواقعی نمی‌تواند حس لمس و ماهیت واقعی یک محصول دست‌ساز را به مخاطب منتقل کند.

ضرورت توجه به ظرفیت‌های هنر چرم

مجموع دیدگاه‌های مطرح‌شده در این گفت‌وگو نشان می‌دهد که توسعه هنرهای چرمی تنها به مهارت تولید محدود نمی‌شود، بلکه آگاهی مصرف‌کنندگان، معرفی مناسب محصولات، حمایت از تولیدات دست‌ساز، آموزش و شناخت ظرفیت‌های چرم ایرانی نیز در این مسیر اهمیت دارد.

شناساندن تفاوت محصولات دست‌دوز با کالاهای تولید انبوه و معرفی هنرهایی مانند معرق چرمی می‌تواند زمینه توجه بیشتر به این حوزه را فراهم کند؛ موضوعی که در کنار معرفی توانمندی‌های داخلی، امکان حضور گسترده‌تر محصولات چرمی ایرانی در بازارهای فراتر از مرزهای کشور را نیز مطرح می‌سازد.