

فرش ایران

وبازارهای جدید صادراتی

اشاره:

«گروه فرش قرن» از بهار سال ۱۳۷۸ با عاملیت فروش فرش‌های شرکت پردیسان، قرن، فرهی، پاتریس و... فعالیت خود را آغاز کرد. در سال ۱۳۸۴ با تفکر «برند سازی» فعالیت خود در این حوزه را توسعه داد و به مرحله تولید هم رسید و در حال حاضر این مجموعه دارای کارخانه تولید فرش ماشینی با ظرفیت ماهانه ۱۰۰۰۰ متر مربع، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و همچنین کارگاه تولید فرش دستباف می‌باشد که محصولات خود را به سراسر کشور توزیع می‌نماید. مدتی پیش، شبکه خبر یک مصاحبه تلویزیونی با مدیر این مجموعه در زمینه مشکلات تولید و صادرات فرش ایران انجام داد که از نظر تان می‌گذرد. وی در این مصاحبه ضمن تأکید به جایگاه ارزشمند هنر - صنعت فرش دستباف ایران، به لزوم راه‌اندازی سازمانی در حوزه فروش، تبلیغات و... در عرصه فرش دستباف و ماشینی اشاره کرد و ابراز امیدواری نمود در دولت تدبیر و امید، بسیاری از چالش‌های تولید و صنعت کشور رفع شود.

دنیا- دیدگاه مثبتی در مورد فرش دستباف ایران دارد به طوری که در نمایشگاه شانگهای سال گذشته، حدود ۵ میلیون نفر از غرفه‌های عرضه فرش دستباف ایرانی بازدید به عمل آوردند که این تعداد می‌تواند به ۵۰ میلیون نفر هم برسد.

طی سال‌های اخیر، وضعیت صادرات و واردات فرش چگونه بوده است؟

عمده صادرات فرش دستباف به اتحادیه اروپا و آمریکا انجام می‌گرفت که با ایجاد تحریم‌های بین‌المللی، به حداقل خود رسیده است اما در حال حاضر می‌توان به کشورهای آسیای میانه که بازارهای هدف جدید محسوب می‌شوند؛ متمرکز شویم اگرچه با مشکلاتی در حوزه تبلیغات و نوع عرضه کالا مواجه هستیم. سلیقه مردم مرتب در حال تغییر و تحول است برای مثال زمانی مردم علاقه داشتند اتومبیل‌های بزرگ خریداری نمایند و به همراه خانواده و دوستان به گردش و تفریح بروند اما امروز ترجیح می‌دهند خودرو کوچک‌تر و کم‌هزینه‌تر

وضعیت فعلی بازار فرش در کشور چگونه است؟

در مورد فرش دستباف و ماشینی نیازمند کمک همه‌جانبه مردم و مسئولین هستیم. فرش‌های موجود در بازار داخلی، تولید کشورهایی مانند چین، هند، ترکیه و تاحدودی بلژیک است اگرچه بافندگان کشورهای مذکور، هرگز نمی‌توانند ظرافت و زیبایی فرش دستباف ایرانی را در تولیدات خود اجرا نمایند.

همان‌طور که می‌دانید فرش ایرانی جایگاه خاص خود را در عرصه‌های بین‌المللی دارد اما فرش چینی در حال گرفتن این جایگاه ارزشمند است. بسیاری معتقدند دلیل این امر، وجود تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران است اگرچه به دلیل تحریم، بازار اتحادیه اروپا و آمریکا را از دست دادیم اما با مشکلات دیگری علاوه بر تحریم روبرو هستیم که باید به آنها بپردازیم. بهترین وسیله‌ای که می‌تواند جایگاه فرش ایران را تقویت نماید؛ نحوه عرضه آن می‌باشد. باید به این مطلب هم اشاره کنم که چین - به‌عنوان تولیدکننده و صادرکننده بزرگ





داشته باشند بنابراین شرکت‌های تولیدکننده خودرو باید با ارائه محصولات جدید و مطابق خواسته مخاطبان، نیاز آنان را رفع نمایند. در زمینه فرش هم تولیدات باید منطبق با سلیقه مصرف‌کنندگان انجام شود.

شاید خرید فرش در اولویت پانزدهم و شانزدهم کالاهایی باشد که اغلب مصرف‌کنندگان، تصمیم به خرید آن می‌گیرند. در منازل بسیاری افراد، فرش ماشینی وجود دارد و تمایل به خرید این محصول در کشور ما به دلیل قیمت بالای فرش دستباف رو به افزایش است. به اعتقاد شما چه اتفاقی باید رخ دهد که خریدار ایرانی به سمت خرید فرش دستباف برود و یا چه اقداماتی باید انجام گیرد تا کیفیت و نحوه عرضه فرش ماشینی ارتقا یابند که موردپسند مخاطبان داخلی قرار گیرد؟

تصمیم نداریم فرش ماشینی و فرش دستباف را در تقابل با یکدیگر قرار دهیم زیرا این دو محصول همواره در کنار هم قرار دارند. سایر کشورها مانند هند، ترکیه، چین و ... که به تولید فرش دستباف می‌پردازند، صنعت فرش ماشینی بسیار توانمند و رقابت‌پذیری در اختیار دارند؛ پس وجود فرش دستباف مانع تحرک و فعالیت فرش ماشینی نیست. قیمت فرش دستباف بالاتر از فرش ماشینی است و در ایران هم پس از کاهش صادرات فرش دستباف، مصرف‌کنندگان داخلی به خرید فرش دستباف توجه بیشتری نشان می‌دهند.

نکته مهم دیگر این‌که مساحت منازل مسکونی نسبت به سال‌های دور، کاهش یافته است و دیگر مانند گذشته مردم سراسر خانه خود را با فرش نمی‌پوشانند لذا تولیدکنندگان باید مطابق با سلیقه و نیاز مصرف‌کنندگان داخلی، تغییراتی در ساینز، طرح، رنگ و نقشه محصولات خود ارائه دهند. در دنیای امروز، دوران

حجره‌داری و بنکداری به اتمام رسیده است و فروش را براساس سلیقه مشتری انجام می‌شود. باید بازار کشورهای مقصد را به دقت مورد بررسی قرار داد و بدانیم خریدار ترکیه چه فرشی می‌پسندد یا در امارات متحده عربی، چه نوع طرح و رنگی بیشتر خریدار دارد.

به اعتقاد من، هنوز هنر زیبای فرش دستباف را در اختیار داریم و پرچم اقتدار ایران در جهان برافراشته می‌باشد. زمانی که فرش دستباف قم را مشاهده می‌کنید با دنیایی از ظرافت، زیبایی و اعجاز رنگ و طرح مواجه می‌شوید و از خود می‌پرسید اگر این فرش است پس تولیدات کشورهایی مانند چین چه نام و هویتی دارند؟!

مطلب مهم دیگر این‌که، حضور در نمایشگاه‌های معتبر بین‌المللی، فرصت خوبی است تا فرش ایران را بیشتر و بهتر به دنیا معرفی کنیم. حضور در عرصه‌های جهانی با تبلیغات موثر و مستمر، امکان‌پذیر می‌شود اما تبلیغات ما در زمینه فرش دستباف به چه صورت انجام می‌گیرد؟ آیا یک تولیدکننده و صادرکننده فرش دستباف که تمام سرمایه و زندگی خود را به این هنر-صنعت، اختصاص داده‌است؛ مورد حمایت دولت و نهادهای مرتبط قرار دارد؟ حدود ۱۰ میلیون نفر در ایران، از طریق فعالیت در زمینه فرش (ماشینی و دستباف) به امرار معاش می‌پردازند این خانواده گسترده ایجاب می‌کند که مرکز ملی فرش ایران، انجمن صنایع نساجی ایران و ... فعالیت‌های بیشتر و موثرتری در زمینه توسعه و گسترش فرش ایران انجام دهند و در این میان حتی تشکیل یک وزارتخانه هم دور از ذهن نیست زیرا فرش ریشه در تمدن و فرهنگ ایران زمین دارد. این هنر-صنعت سال‌هاست که نقش موثری در ارزآوری برای ایران ایفا می‌کند بنابراین باید مورد توجه بیشتر دولتمردان قرار گیرد. باعث افتخار است که آقای دکتر نهبوندیان - رییس دفتر رییس جمهور - سوابق ارزنده‌ای در حوزه تولید،

بازرگانی و تجارت دارند و به‌خوبی درد تولید، اقتصاد و تجارت را درک می‌کنند.

تفکر سنتی حاکم بر فضای بافت و تولید فرش هم‌چنان غالب است و در این میان ماشینی شدن تولید فرش به‌زعم کسانی که در حوزه فرش دستباف به فعالیت می‌پردازند، خوشایند نیست. آیا واقعا فرش ماشینی، رقیب فرش دستباف است؟

به هیچ‌وجه این‌طور نیست. فرش ماشینی ۴۰ سال است که در ایران شکل گرفته در حالی که قدمت فرش دستباف به اندازه تاریخ ایران می‌باشد. واقعیت این است که بزرگترین تولیدکنندگان فرش ماشینی و دستباف دنیا در کنار همدیگر این صنعت را رشد و توسعه می‌دهند و حتی برخی تولیدکنندگان هنر دستی را وارد فرش ماشینی کرده‌اند. مصرف‌کننده با توان مالی بالا، فرش دستباف خریداری می‌کند و اقشار متوسط و پایین هم فرش ماشینی را به دلیل قیمت مناسب‌تر، انتخاب می‌نمایند. برخی افراد به دنبال کالاهای مصرفی هستند که پس از مدتی استفاده، کالای جدید و مدرن‌تر را جایگزین نماید بنابراین ترجیح می‌دهند فرش ماشینی بخرند. البته توجه داشته‌باشید که مصرف‌کنندگان در سطح جهان توان مالی زیادی برای خرید فرش دستباف ندارند و این امر مختص خریداران ایرانی نیست.

در چند سال اخیر قیمت فرش ماشینی هم افزایش یافته‌است. دلیل این امر چیست؟

در افزایش قیمت فرش ماشینی، گرانی قیمت مواد اولیه نقش عمده‌ای ایفا می‌کند اما در مقایسه با قیمت جهانی، افزایش قابل‌توجهی پیدا نکرده‌است. البته تکنولوژی بافت فرش ماشینی نسبت به سال‌های قبل تغییر محسوس را تجربه می‌کند.

چگونه می‌توان یک پل ارتباطی میان

تبلیغات ما در زمینه فرش دستباف به چه صورت انجام می‌گیرد؟ آیا یک تولیدکننده و صادرکننده فرش دستباف که تمام سرمایه و زندگی خود را به این هنر-صنعت، اختصاص داده‌است؛ مورد حمایت دولت و نهادهای مرتبط قرار دارد؟

نسل قدیمی تولیدکننده فرش دستباف (که تعصب زیادی به این محصول دارند و شاید علاقه‌ای به لمس فرش ماشینی هم ندارند!) با صنعت فرش ماشینی که هم اشتغالزاست و هم می‌تواند سفیر فرهنگ و تمدن ایران باشد؛ به وجود آورد؟

پیشنهاد می‌کنم مرکزی به عنوان «سازمان فروش فرش» راه‌اندازی شود و تولیدکنندگان فرش دستباف و ماشینی را در زمینه نحوه تبلیغات، عرضه محصول و ... راهنمایی نمایند. در نمایشگاه‌های خارجی مشاهده کرده‌ام که برخی غرفه‌های ایرانی، همان تصاویر تبلیغاتی دو نسل گذشته خود را به‌کار می‌برند و هیچ‌گونه خلاقیت، نوآوری، ابتکار و نگاه جدیدی در این زمینه لحاظ نمی‌شود. در دنیای امروز با توسعه اینترنت و ارتباطات مجازی، فرش دستباف باید رویکرد قدیمی خود را تغییر دهد.

در صنعت تبلیغات، بسته‌بندی و ارسال کالاها در موعد مقرر، نه تنها در عرصه فرش بلکه در حوزه خشکبار، زعفران، صنایع دستی و ... هم با مشکلاتی مواجه هستیم. به اعتقاد شما باید بخش دولتی چه حمایت‌هایی در این زمینه انجام دهد؟

ممنوعیت صادرات مواد خام و فله‌ای اقدام منطقی و موثری است به‌چند دلیل زمانی که امکان بسته‌بندی و صادرات محصول نهایی در کشور امکان‌پذیر است؛ مواد خام از کشور خارج می‌شود؟