



صادرات؛ دروازه ورود به بازارهای جهانی

اشاره:

سومین سمپوزیوم بین‌المللی صادرات فرش ایران با حضور تعدادی از تولیدکنندگان، صادرکنندگان، کارشناسان و فعالان صنعت فرش ماشینی، سفرای قزاقستان و مالزی، میهمانانی از اروگوئه، ونزوئلا، نیجریه، فیلیپین، زیمبابوه و بوسنی در سالن همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران برگزار شد.

در این مراسم پس از خوشامدگویی **سلامی-مدیر اجرایی سومین سمپوزیوم صادرات فرش ایران و مدیرعامل موسسه ایده‌پردازان شاخص** - ابتدا **دکتر عبدالرضا هنجنی- رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و سوئد**- به جایگاه سخنرانی دعوت شد.

وی ابراز داشت: فرش ایران یکی از محصولات است که در دنیا به آن معروفی هستیم و شرایط بسیار خوبی در بازارهای جهانی این محصول داشتیم اما به مرور زمان، رقاباتی همچون افغانستان، پاکستان و... با عرضه فرش‌های کم‌کیفیت وارد این میدان شدند. در حال حاضر هند نیز علاقه بسیاری به حضور در بازارهای

فرش دستباف پیدا کرده که با توجه به اراده خاص و بسیار قدرتمند آنان، تبدیل این کشور به یکی از بازیگران اثرگذار فرش دستباف دور از ذهن نیست؛ به همین دلیل باید نسبت به گذشته تغییرات اساسی در روند تولید و صادرات فرش ایران ایجاد شود.

وی افزود: تجارت و کسب و کار مانند مراحل رشد انسان از دوران کودکی و سپس نوجوانی و بلوغ آغاز می‌شود تا به دوران جوانی و تکامل دست می‌یابد، متأسفانه وقتی کسب و کار در اغلب سازمان‌های ایران به مرحله تکامل می‌رسد وارد بحث اشرافیت می‌شوند و مدیران ارشد توجه کمتری به نوآوری و توسعه پایدار نشان می‌دهند غافل از این که چنین تفکر سرآغازی برای نابودی و ورشکستگی آنهاست.

به گفته دکتر هنجنی، با توجه به شرایط نامساعد اقتصادی، مردم قدرت خرید فرش دستباف را از دست داده‌اند لذا سراغ تهیه فرش ماشینی می‌روند که دارای طرح، مدل و رنگ‌بندی‌های به روز و متنوع است و قیمتش فاصله بسیار فاحشی با فرش دستباف دارد.

وی ضمن اشاره به رقیب سرسخت فرش ماشینی ایران یعنی ترکیه اذعان داشت: به دلیل فقدان امکانات مالی و گشایش اعتبار، صادرات فرش ماشینی ایران توسط صرافی‌های انجام می‌شود که این امر، افزایش چندبرابری هزینه‌های صادرات و کاهش توان رقابت صنعتگران ایرانی با صادرکنندگان ترکیه را به دنبال دارد. رئیس اتاق بازرگانی ایران و سوئد از فعالان فرش دستباف و ماشینی درخواست کرد: برای رشد و توسعه این محصول صادراتی در بازارهای بین‌المللی، اختلافات را کنار بگذارید و بر اشتغال بیش از ۲/۵ میلیون نفر در این بخش متمرکز شوید. امروز زمان آن رسیده که یک‌دست و سازگار شوید و امکانات خود را کنار هم بگذارید چون به تنهایی از عهده رقابت با ترکیه نخواهید آمد. چون فعالان صنعتی این کشور از حمایت‌های همه جانبه دولت بهره‌مند هستند، تحت هیچ تحریم و محدودیت تجاری و بازرگانی قرار ندارند و در صادرات بسیاری از محصولات مانند گل‌های زینتی و انواع میوه به اروپا

حرف اول و آخر را می‌زنند.

وی در بخش دیگری از سخنرانی خود با هدف تقویت توان صادراتی فرش ایران، پیشنهاد راه‌اندازی یک شرکت سهامی با حضور کلیه صاحبان صنایع فرش ماشینی و دستباف ایران را مطرح نمود و افزود: جهت ورود به بازارهای جهانی باید قاعده بازی را رعایت کنید و همگام با سلیقه بازار به پیش بروید، برای فعالیت در بازار اروپا باید رنگ، طرح، نقش، کیفیت و حتی سایز فرش‌های صادراتی را طبق خواسته مشتریان اروپایی عرضه کنید.

بنا بر اعلام دکتر هنجنی، یکی از بزرگ‌ترین مشکلات صادرکنندگان کشور این است که نمونه‌های ارسالی با کالای صادر شده به اصطلاح زمین تا آسمان تفاوت دارد. وی در پایان گفت: به عنوان اتاق بازرگانی ایران و سوئد که منطقه نوردیک (NORDIC) کشورهای دانمارک، سوئد، فنلاند، نروژ و ایسلند را تحت پوشش قرار می‌دهد آمادگی خود را برای همکاری با صادرکنندگان و صنعتگران فرش ایران اعلام می‌نماید. سخنران بعدی سومین سمپوزیوم صادرات فرش ایران، **دکتر محمد مهدی روحانی - مدیر عامل سرای ابریشم- بود.**

وی در سخنان خود به بیان عناصر کلیدی تجربه مشتری (شامل مواردی همچون تعاملات مستقیم و غیرمستقیم، شخصی‌سازی و رضایت و وفاداری) اشاره کرد و اهمیت تجربه مشتری را به اندازه‌ای مهم دانست که طبق تحقیقات انجام شده، بیش از ۷۰ درصد تصمیم‌گیری مشتری برای خرید نهایی مبتنی بر تجربه او یا دوستانش از یک برند یا محصول می‌باشد. مدیرعامل سرای ابریشم در ادامه به مواردی مانند اهمیت تجربه مشتری، «ایجاد وفاداری به برند»، «تأثیر بر بازگشت سرمایه»، «تبلیغات دهان به دهان»، «تمایز در بازار رقابتی» و «افزایش ارزش عمر مشتری» تأکید کرد. در بخش بعدی مراسم، نشست تخصصی با حضور **مهندس رضا محمودیان - مدیر عامل شرکت فرش سورنا (مدیر پتل)**،



۳۰۰ میلیون نفر در ۵۱ کشور قاره آفریقا زندگی می کنند پس می توان گفت فرصت بسیار بزرگی برای ایجاد روابط تجاری و اقتصادی فراهم است.

به اعتقاد این صنعتگر، کشورهایی مانند کنیا، غنا، موزامبیک، نیجریه و آفریقای جنوبی پتانسیل بسیار بالایی برای صادرات فرش ایران دارند.

دکتر سعید عارف- دبیر کل اتاق بازرگانی سوریه- گفت: موضوع شکل گیری اتاق مشترک بازرگانی ایران و سوریه از سال ۱۳۹۷ جدی شد و سال ۱۳۹۹ فعالیت خود را با هدف توسعه صادرات و تأمین زیرساخت های صادراتی به سوریه آغاز کرد و از دستاوردهای مهم آن می توان به تأسیس مرکز دائم تجاری (در ساختمانی ۱۲ طبقه و ۴ هزار متر زیربنا) و انعقاد موافقت نامه تجارت آزاد با سوریه اشاره کرد.

وی در مورد ظرفیت های بازار سوریه در صنعت فرش عنوان کرد: سال ۲۰۱۰ اولین شرکت سهامی عام در قالب کارخانه تولید فرش ماشینی در دمشق راه اندازی شد. منتهای طی چندسال گذشته بسیاری از زیرساخت های تولید فرش ماشینی این کشور از بین رفته، از سوی دیگر جمعیتی بالغ بر ۲۵ میلیون نفر دارد که ظرفیت خوبی برای توسعه فرش ماشینی به شمار می آید.

مهندس عرفان شاکری نسب- رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و امارات- نیز بیان داشت: اتاق مشترک ایران و امارات در ابتدا به صورت شورا میان دو کشور به فعالیت می پرداخت، از سال ۱۳۸۷ به شکل اتاق مشترک شکل گرفت و شاهد اقدامات چشمگیری در راستای توسعه صادرات و افزایش توانمندی های تجاری میان دو کشور هستیم.

این سمپوزیوم با ارائه چندین سخنرانی و پنل تخصصی و همچنین تجلیل از مشارکت کنندگان و حامیان مالی و معنوی با اهدای لوح تقدیر به کار خود پایان داد.

این صنعت گفت: واقعیت این است که نمی توان جلوی تکنولوژی را گرفت امروزه فرش هایی تولید می شوند که شباهت بسیاری با فرش دستباف دارند اما هر کدام دنیای متفاوتی دارند. فرش دستباف باعث افتخار ما ایرانی ها است هر چند با مشکلات بسیاری همچون مسائل پیمان سپاری ارزی، محدودیت های بانکی، تحریم های بین المللی و سخت گیری های بی دلیل در زمینه صادرات فرش دستباف ایران مواجهیم لذا از دولتمردان درخواست می کنیم به این قبیل مسائل توجه ویژه داشته باشند.

این پیشکسوت فرش دستباف بیان داشت: آلمانی ها خاصی به فرش دستباف ایران دارند، خرید آن را نوعی سرمایه گذاری می دانند و معمولاً رنگ های تند را نمی پسندند بلکه خواهان تهیه فرش با سبک کوچک هستند که با رنگ پرده ها و مبلمان منازلشان هارمونی داشته باشد.

دکتر حسین زین العابدین زاده- مدیرعامل و عضو هیئت مدیره گروه کارخانجات موکت نگین و فرش پرشین مشهد- نیز عنوان کرد: این مجموعه در سال ۱۳۸۰ افتتاح شد و ۶ دوره به عنوان صادرکننده نمونه کشوری انتخاب شده ایم. عمده صادرات این مجموعه به نیوزلند، استرالیا، کشورهای حوزه خلیج فارس، آسیای میانه، افغانستان، عراق و پاکستان انجام می گیرد.

وی پیرامون استراتژی شرکت پرشین مشهد در حوزه صادرات گفت: حدود ۷۰ درصد تولیدات این مجموعه صادراتی است و همواره به دنبال یافتن بازارهای جدید جهت صادرات هستیم. نکته جالب توجه این که هر اندازه بازارهای جدید از نظر جغرافیایی از ایران دور هستند، صادرات به آنها جذابیت بیشتری برایمان دارد. یکی از این بازارها قاره آفریقا است. بالغ بر یک میلیارد و

مهندس عرفان شاکری نسب- رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و امارات، دکتر سعید عارف- دبیر کل اتاق بازرگانی سوریه، دکتر حسین زین العابدین زاده- مدیرعامل شرکت فرش پرشین مشهد- و علی میرزا زاده- رئیس اتحادیه واردکنندگان فرش دستباف آلمان- برگزار شد و طی آن موضوع توسعه صادرات مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

علی میرزا زاده ابراز داشت: فرش ایران را پرچم دوم ایران می دانم و به جرئت می توان گفت هنر سرسبد مشرق زمین، فرش است. هویت ملی ما فرش است، ایرانیان با فرش عجین هستند و با آن زندگی می کنند. وی اضافه کرد: سال ۱۳۷۰ میزان صادرات فرش دستباف حدود دو میلیارد و ۲۱۰ میلیون دلار بود اما متأسفانه که بگویم در حال حاضر این رقم به ۴۰ میلیون دلار کاهش یافته است. ۳۰ درصد صادرات فرش ایران به آمریکا انجام می شد که به دلیل تحریم های ظالمانه متوقف ماند و به نوعی مردم این کشور را از تماشای فرش دستباف ایران محروم کردند.

میرزا زاده اذعان داشت: فرش دستباف ایران را بسیار ارزان می فروشیم چون طی سال های اخیر هیچ ارزشی برای آن قائل نبوده ایم در حالی که دنیا آلمان را با مرسدس بنز، سوئیس را با ساعت و ایران و ایرانیان را با فرش دستباف می شناسند. در سال های دور داشتن فرش دستباف ایران برای مشتریان آلمانی نوعی تشخیص بود. امیدوارم بتوان همچون سال های گذشته پرچم این هنر صنعت را برافراشته نگه داریم. در تمام موزه های معتبر جهان یک قطعه فرش دستباف ایرانی یافت می شود. ما با فرش زندگی می کنیم و نمی توان آن را با سایر کالاها مورد مقایسه قرار داد.

وی در مورد تولید فرش ماشینی و ماشین آلات تخصصی