

الزامات رقابت در بازارهای بین‌المللی فرش دستباف



◆ سید مرتضی حاجی آقامیری
رئیس کمیسیون فرش، هنر و صنایع دستی اتاق بازرگانی ایران

دولت‌ها است. سیاست‌هایی که از یک‌سو تحریم را به مردم ایران تحمیل می‌کند و از سوی دیگر راه را برای توسعه صادرات مسدود می‌کند. از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین این سیاست‌ها می‌توان به پیمان‌سپاری ارزی اشاره نمود که در مقاطع مختلف برقرار شده و کمر صادرات را شکسته است. بخش دیگری از دلایل این تنزل را می‌توان در تغییر نظام و سازوکارهای تجارت جهانی دانست که ایرانیان بویژه بازرگانان در حوزه صادرات سنتی نتوانستند به حد کفایت خود را با این تغییرات انطباق دهند.

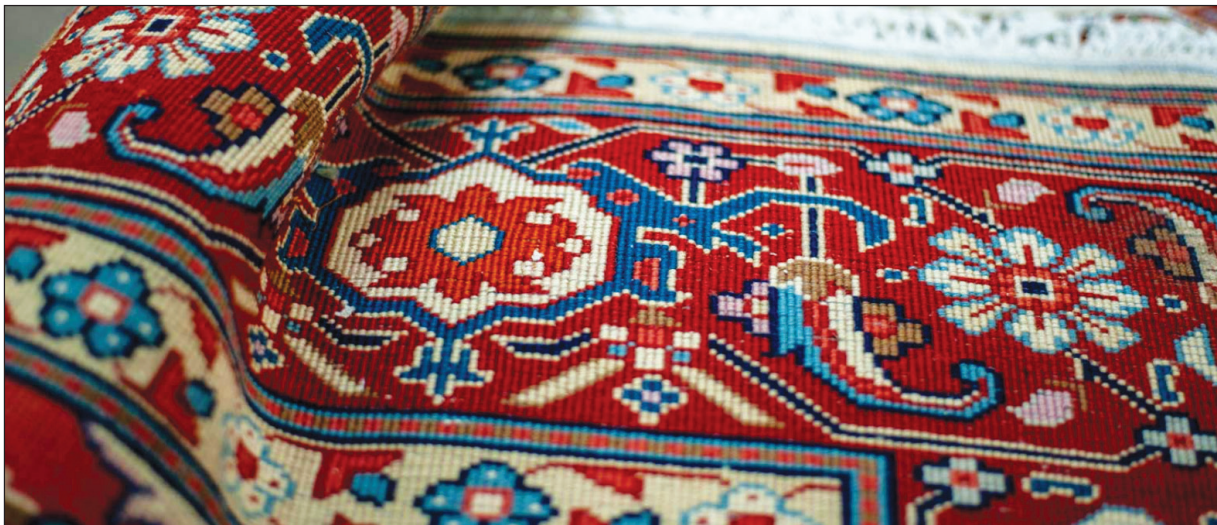
اهم این تغییرات را این‌چنین می‌توان صورت‌بندی کرد که برای توفیق در بازارهای بین‌المللی می‌بایست انطباق با این رویکردها را مد نظر قرار داد:

۱- تغییر مخاطب: در دنیای امروز تجارت در عرصه فرش و دکوراسیون، نقش مخاطب از کاربر یا مصرف‌کننده نهایی (End User) به طراح داخلی (Interior Designer) تغییر کرده است. به این معنا که در گذشته

ایران مهد فرش دستباف دنیاست و سنت فرش‌بافی در ایران بیش از هر کشوری دیگری قوام و دوام یافته است. فرش دستباف ایرانی یکی از مزیت‌های صادراتی ایران محسوب می‌شده است. چندان‌که علی‌رغم فراز و فرودهای فراوان در مقطعی از تاریخ چند دهه گذشته در صدر جدول صادرات غیرنفتی ایران ایستاد و در سال‌های ابتدایی دهه هفتاد شمسی با رقم بالغ بر دو میلیارد دلار، ۴۴ درصد از صادرات غیرنفتی ایران را به خود اختصاص داد.

اینکه چرا این رقم در سال‌های بعد و بویژه در ۵ سال اخیر تا این میزان افول کرده تا حدی که در سال گذشته به پایین‌ترین میزان در نیم قرن اخیر تنزل کرده است، بحث مفصلی است که فرصتی مستوفی را می‌طلبد. بخش قابل‌توجهی از دلایل این تنزل مربوط به سیاست‌های نادرست

فروش فرش و عناصر دکوراتیو مستقیماً به مخاطب و مصرف‌کننده نهایی انجام می‌شد، اما تخصص‌گرایی در امر چیدمان محیط زندگی، چه کاری، چه اداری و چه صنعتی سبب شده است که واسطه‌ای میان شبکه توزیع و مصرف‌کننده نهایی قرار



۳- سفارش پذیری: بخشی از بازارهای سنتی فرش دستباف نیز به دلیل محوریت طراحان داخلی در مناسبات مربوطه به سفارش فرش‌های خاص روی آورده‌اند. کشورهای رقیب ایران بویژه هند نیز قدرت سفارش پذیری خود را به شدت افزایش داده‌اند تا بتوانند پاسخگوی نیاز بازارهای بین‌المللی باشند. در نظام تولید فرش دستباف در ایران، سفارش پذیری بسیار دشوار است و همین مسئله سبب شده است که به خصوص در حوزه فرش‌های مدرن، رقبا گوی سبقت را از ایران برابند. برای تغییر این شرایط می‌بایست با حمایت از مجتمع‌ها و تولیدکنندگان متوسط و بزرگ فرش ایران زمینه سفارش پذیری را بیش از پیش فراهم کرد.

نکته دیگری که برای افزایش توان رقابت در بازارهای بین‌المللی حائز اهمیت فراوان است، شناخت طراحان و نقاشان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش ایران از ظرفیت‌های مهم در سبک‌ها و انواع دستبافته‌های ایرانی است که پاسخگوی نیاز سلیقه‌های گوناگون امروزی نیز هست. فقدان دانش در میان فعالان فرش دستباف، از گذشته درخشان این هنر ایرانی و سوبه کم‌رنگ نوآوری مبتنی بر اصالت در تولیدات امروز سبب در افتادن بخش عمده‌ای از تولیدات امروز به ورطه تکرار شده است و نتیجه آن انباشت تولیدات بدون مخاطب یا تولید دستبافته‌های شبه مدرن فاقد اصالت است. ریل‌گذاری درست برای غبارروبی از گذشته دستبافته‌های ایران و احصای ظرفیت‌های منطبق با نیازهای امروز نیز می‌تواند از وظایف دانشگاه‌ها،

تشکل‌ها و اتاق‌های بازرگانی باشد. به نظر می‌رسد همچنان ظرفیت رشد و توسعه بازارهای فرش و دستبافته‌های ایرانی در دنیا وجود دارد. پیش‌زمینه توسعه بازارها، اصلاح روابط بین‌الملل، رفع تحریم‌ها، پرهیز از وضع سیاست‌های ضد صادراتی از سوی دولت و توجه و حرکت در جهت اصلاح فرایندهای یاد شده از سوی بخش خصوصی است. ♦♦



است؛ به این معنا که بخش مهمی از سیاست‌های حمایتی را بر خلق آثاری متمرکز کنیم که فرش را به مثابه یک اثر هنری به جامعه مخاطبان معرفی می‌کند. در این صورت ذیل سایه فرش هنری که در طول تاریخ طولانی فرش ایران، جریان ساز و حافظ حیات آن بوده است، می‌توان نسبت به توسعه بازار فرش‌های تجارتنی نیز امیدوار بود.

نکته دیگری که برای افزایش توان رقابت در بازارهای بین‌المللی حائز اهمیت فراوان است، شناخت طراحان و نقاشان، تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش ایران از ظرفیت‌های مهم در سبک‌ها و انواع دستبافته‌های ایرانی است که پاسخگوی نیاز سلیقه‌های گوناگون امروزی نیز هست. فقدان دانش در میان فعالان فرش دستباف، از گذشته درخشان این هنر ایرانی و سوبه کم‌رنگ نوآوری مبتنی بر اصالت در تولیدات امروز سبب در افتادن بخش عمده‌ای از تولیدات امروز به ورطه تکرار شده است.

گیرد که دانش چندان در مورد فرش ایران ندارد و همین مسئله سبب شده است که استقبال از فرش ایرانی روند نزولی به خود بگیرد. فقدان ارتباط مؤثر و سازمانی فعالان فرش ایران با طراحان داخلی خلأیی را ایجاد کرده است که به حضور بین‌المللی فرش دستباف آسیب رسانده است. برای غلبه بر این شرایط می‌بایست با برقراری ارتباط مؤثر و سازمانی توسط تشکل‌های مرتبط دو بخش، نسبت به پر کردن این خلأ اقدام نمود.

۲- تعدد کفپوش‌ها: در دنیای امروز کفپوش‌های متعددی مثل انواع لمینت، موکت، فرش ماشینی و غیره تولید شده و در بازار ظهور کرده‌اند. اگر فرش را به رسم مألوف و مرسوم سالیان اخیر تنها به مثابه یک کفپوش در نظر بگیریم، وارد رقابت با رقبای بسیاری شده‌ایم که طبعاً هر یک سهمی از بازار را تصاحب خواهند کرد. همچنین از اعتبار هنری فرش دستباف هم به میزان قابل توجهی کاسته‌ایم و نتیجه آن جز کاهش صادرات نیست. برای اصلاح این فرایند، تغییر رویکرد به فرش ضروری