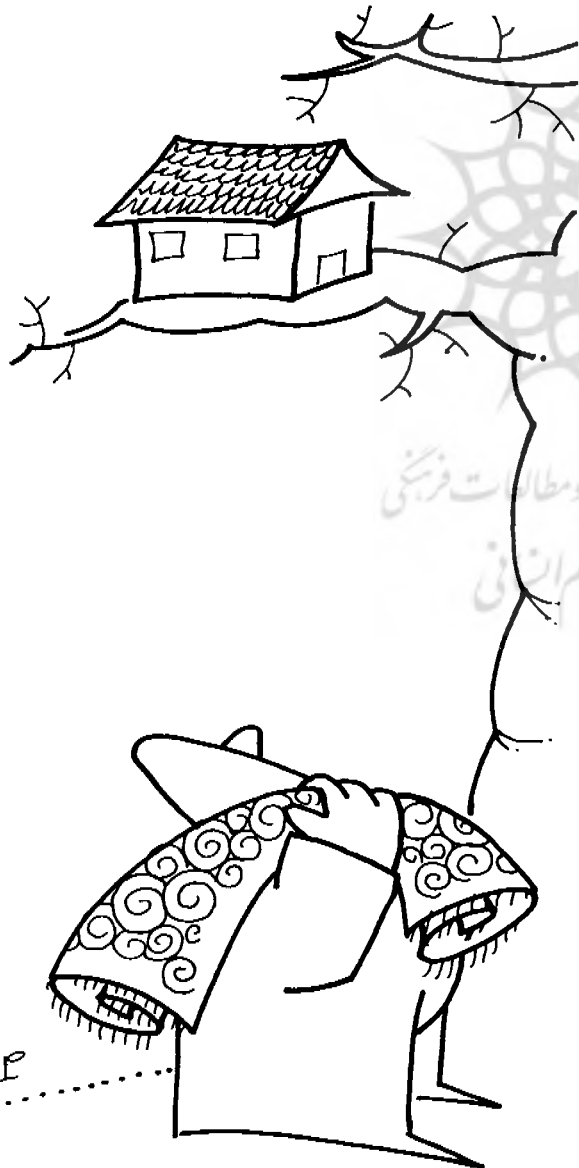


بازارهای فرش ایران

اشاره:

فرش در مجموعه کالاهای غیرضروری و مدرن (لوکس) قرار دارد و لذا کشش تقاضا برای آن به شدت به درآمد وابسته است. با افزایش درآمد اشخاص، بر شمار متقاضیان فرش دستباف افزوده می‌شود و در دوران رکود اقتصادی و تنزل درآمد شخصی، از میزان تقاضای آن کاسته می‌شود. با این وصف تجارت فرش با روند اقتصادی رابطه‌ای تنگاتنگ دارد. برای رونق صادرات فرش، ضرورت دارد که بازاریابی فعال و گسترده‌ای در سطح جهان به‌ویژه مناطقی که درآمد اشخاص روبه‌افزایش است و رشد سریع و شکوفایی اقتصادی در حال ظهور است، صورت بگیرد تا بتوان به درآمد مطمئنی از صادرات فرش و استمرار تقاضا برای بافت آن در گوشه و کنار میهن اسلامی امید داشت. در این گزارش، بازارهای فرش ایران مورد بررسی و کنکاش قرار می‌گیرد.



بازارهای فرش ایران

صدور فرش ایران به بازارهای بیگانه از زمان صفویه آغاز شد. در این دوره فرش‌های اصیل و زیبای ایرانی به دربارهای اروپایی و خانه ثروتمندان این دیار راه یافت. همزمان با آن کارگاه‌های بزرگ قالی‌بافی در گوشه و کنار ایران به‌ویژه اصفهان تجهیز شد و طراحان هنرمند ایرانی به خلق آثار بدیع روی آوردند.

صادرات فرش به‌طور معمول در اواخر دوره صفویه و با صدور فرش‌های دست‌دوم به‌ویژه فرش‌های تبریز رونق گرفت و در طول دوران با نوسان‌های مختلف همچنان ادامه داشت.

○ صادرات فرش به‌طور عادی از اواخر دوره صفویه با صدور فرش‌های دست‌دوم تبریز به استانبول آغاز شد و از آنجا فرش ایران به داخل بازار اروپا راه یافت.

در دوره صفویه که دوره شکوفایی هنر قالی‌بافی ایران است، نقشه‌های لچک ترنج، شاه‌عباسی، شکاری و باغی با دقت و ظرافت خاص و در کیفیت بسیار عالی بافته و به خارج از ایران فرستاده می‌شد. برخی از این نمونه‌های ارزنده امروز در موزه‌های اروپایی نگهداری می‌شود. استفاده از الیاف ابریشم

پیروزی انقلاب اسلامی. آموزش فرش و رونق دوباره هنر قالی‌بافی آغاز شد و به ویژه در سال‌های پس از خاتمه جنگ تحمیلی عراق علیه ایران، تجارت فرش نیز رونق گرفت.



○ با تحریم اقتصادی آمریکا علیه ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی، صادرات فرش ایران به بازار آمریکا (به‌طور رسمی و قانونی) منع گردید، هر چند که به‌طور قاچاق از کانادا و مکزیک به آمریکا صورت می‌گرفت.

خلق برخی آثار بدیع و هنرمندانه در سال‌های اخیر، ابتکار در طراحی فرش‌های با مضامین مذهبی، بافت فرش‌های ریز و ظریف و ... بار دیگر رونق پیدا کرد و همگام با آن تجارت فرش نیز گسترش یافت.

در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی نیز صادرات فرش ادامه داشت تا اینکه در دوران سازندگی پس از هشت سال دفاع مقدس وارد مرحله‌ای تازه از رونق و شکوفایی شد. در این دوره علاوه بر بازارهای سنتی، صدور فرش به بازارهای تازه نیز شروع شد. با وجود کاهش صادرات فرش در دو سال گذشته، هنوز تلاش برای رونق آن ادامه دارد.

بازارهای فرش ایران به‌طور کلی به دو دسته بازارهای سنتی و تازه تقسیم می‌شود که در اینجا به تشریح وضعیت

و نرخ‌های طلا و نقره در بافت قالی نیز در این دوره به چشم می‌خورد.

به دیگر سخن، اروپا در عصر صفویه با فرش ایران آشنا شد و در دوره شکوفایی هنر قالی‌بافی در ایران، فرش‌های بسیار زیبا و ارزشمندی به این قاره راه یافت.

اگرچه آمار و ارقام روشنی از تجارت فرش در این دوره در دسترس نیست، ولی اغلب اندیشمندان و پژوهشگران معتقد هستند که صادرات فرش ایران به اروپا در حد قابل توجه و روزافزونی بوده است.

این هنر ملی ایرانی در دوران قاجاریه با بی‌مهری سلاطین این خاندان روبه‌رو شد. از تشریق هنرمندان به خلق آثار بدیع و زیبا در دوره صفویه که شکوفایی به همراه داشت، دیگر خبری نبود و هنر قالی‌بافی روبه‌افول نهاد. پادشاهان قاجار با بی‌توجهی به هنرمندان، زمینه انحطاط هنر و صنعت در ایران را پدید آوردند. اگر چه در این دوره قالی‌بافی هنوز وجود داشت، لیکن از خلاقیت‌ها و ابتکارات هنرمندان اصیل خبری نبود. در دوره قاجار نقاشی بیشتر از قالی‌بافی مورد توجه بود. نقاشی‌های بزرگ روی دیوار نشان از علاقه شاهان قاجار به این هنر دارد. البته این بدان معنا نبود که با افول هنر قالی‌بافی، دیگر هنرها زمینه رشد قابل توجهی را پیدا کرد. با این وجود ذوق هنری و ابتکار از میان هنرمندان ایران بیرون نرفت و تا به امروز ادامه یافته است.

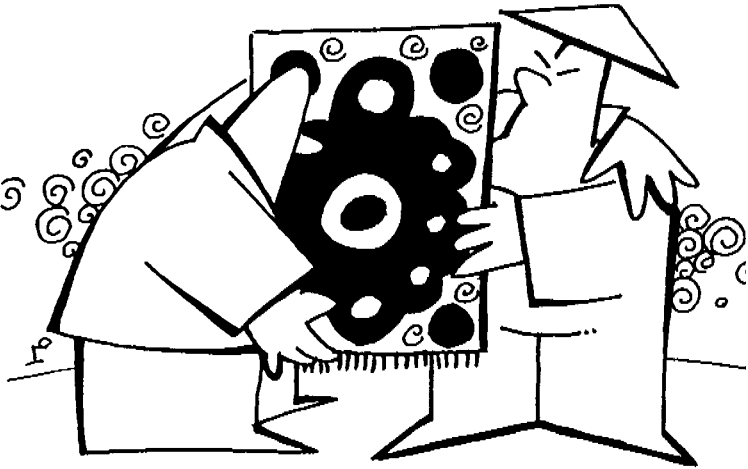
هر چند که قالی‌های بافته شده در دوره قاجاریه به قصد مصرف و تجارت بافته می‌شد، دیگر از طراحی‌های ظریف و بافت‌های ریز خبری نبود، لیکن تولید و تجارت فرش ادامه داشت. قالی‌ها اغلب به سفارش دلان و تجار بافته می‌شد و طرح و رنگ آن نیز از پیش تعیین می‌شد و سپس به دیگر ممالک می‌رفت. در دوره قاجاریه مصرف فرش ایران در میان اروپایی‌ها، عام‌تر شد، زیرا با کاهش کیفیت بافت، جنبه تجارتي پیدا کرد و از حد خانه‌های اشرافی یا دربار شاهان اروپایی خارج شد و دیگر جنبه هنری نداشت.

در دوران پهلوی نیز به هنرمندان قالی‌باف توجه نشد. اما تولید فرش و صدور و تجارت آن ادامه داشت. میزان صادرات فرش ایران در دوران پهلوی تا چند صد میلیون دلار رسید، اما تحول خاصی در زمینه بافت فرش‌های بی‌نظیر، زیبا و هنرمندانه به وجود نیامد. فرش‌های با کیفیت و زیبا، کمتر بافته می‌شد و سپس به دیار فرنگ صادر می‌شد. اما در دوران پس از

بازار سنتی فرش ایران در اروپا و به‌ویژه در آلمان مستقر می‌باشد. اما این بازار که تا دو سال پیش روند افزایش تقاضا را طی می‌کرد، اکنون با رکود نسبی مواجه است.

به عقیده کارشناسان اقتصادی، علت رکود نسبی بازار فرش ایران در اروپا، شکل‌گیری اتحادیه پولی و اقتصادی اروپا (اروپای متحد) می‌باشد. بر مبنای مصوبات اجلاس ماستریخت برای ایجاد بازار واحد اروپایی و رواج پول واحد اروپایی در بین ۱۵ کشور عضو جامعه اقتصادی اروپا، انجام اصلاحات اقتصادی در کشورهای عضو جامعه ضرورت دارد. این اصلاحات که به کاهش کسری بودجه‌های دولتی (تا سطح ۳ درصد ارزش تولید ناخالص ملی)، کاهش بدهی بخش عمومی (تا سطح ۶۰ درصد تولید ناخالص ملی)، مبارزه با تورم (با اتخاذ سیاست‌های پولی انقباضی) و... تکیه دارد، از یک سو سبب شده است که دولت‌ها به صرفه‌جویی‌های قابل‌توجه روی آورند و در نتیجه از افزایش نقدینگی نزد مردم و اعطای اعتبارات بانکی می‌کاهد و از سوی دیگر نگرانی‌های بسیاری را در میان مردم (در کشورهای اروپایی) به وجود آورده است. ملل اروپایی با عنایت به موضوع اصلاحات اقتصادی نگران از دست دادن مشاغل خود می‌باشند. به همین دلیل آنها نیز سیاست صرفه‌جویی در هزینه‌های زندگی و پس‌انداز را در پیش گرفته‌اند. از آنجا که فرش کالایی لوکس و گران‌قیمت می‌باشد، تقاضا برای آن تحت‌تأثیر عوامل مذکور تنزل یافته است.

با توجه به آنکه میزان بیکاری در جامعه اروپا هنوز بالاتر از ۱۰ درصد جمعیت فعال این جامعه می‌باشد و نگرانی از دست دادن شغل مردم را تهدید می‌کند، لذا نمی‌توان بیش از این به بازار اروپا برای صادرات فرش توجه داشت.



بازارهای سنتی فرش ایران

بازارهای سنتی فرش ایران در اروپا و در چند دهه گذشته آمریکا بوده‌اند. صادرات فرش به اروپا در چند قرن اخیر ادامه داشته است. فرش ایران در گذشته‌های دور ابتدا به استانبول و از آنجا به دیگر نقاط اروپا ارسال می‌شد. در دهه‌های اخیر، آلمان مرکز تجارت فرش ایران شد و بندر هامبورگ به انباری برای جمع‌آوری فرش‌های ایران و ارسال به نقاط دیگر اروپا و حتی آمریکا تبدیل شد.

با پیروزی انقلاب اسلامی و دشمنی رویاروی دولت‌مردان آمریکایی با نظام اسلامی نوپدید ایران، تحریم اقتصادی علیه صادرات ایران، از جمله فرش دستباف به بازار آمریکا اعمال شد.

○ شکل‌گیری اتحادیه پولی و اقتصادی اروپا و مفاد پیمان ماستریخت برای انجام اصلاحات پولی و اقتصادی در کشورهای عضو جامعه اقتصادی اروپا، از علل کاهش تقاضا برای فرش ایران در این بازار بزرگ و سنتی بوده است.

هر چند که صدور فرش به‌طور قاچاق از کانادا و مکزیک به بازار آمریکا همچنان ادامه یافت، لیکن به‌طور مستقیم و قانونی صدور فرش ایران به آمریکا قطع شد.

○ رشد سریع اقتصادی به افزایش درآمد شخصی کمک می‌کند و با افزایش این‌گونه درآمدها به تدریج تقاضا برای کالاهای کمتر ضروری و سپس لوکس بالا می‌رود. لذا توجه به بازارهایی که از رشد سریع اقتصادی برخوردارند، برای تداوم روند تولید و صادرات فرش ایران الزامی است.

از آن گذشته بازارهای اروپایی اکنون اشباع شده‌اند و

تلاش برای گسترش فعالیت‌های بازاریابی در بازارهای تازه برای رونق صادرات فرش الزامی است، زیرا که بازارهای سنتی روبه‌افول و اشباع است.

باید به این نکته توجه داشت که قصور در تعمیق روابط اقتصادی و فعالیت‌های بازاریابی فرش، آینده زیان‌باری را برای تولید و تجارت فرش ایران به دنبال خواهد داشت.

ذکر این نکته ضروری است که قوی‌ترین بازارهای فرش که با افزایش درآمد شخصی روبه‌رو می‌باشند، در شرق و جنوب شرقی آسیا واقع است. این بازارها به تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگانی مانند چین، هند، نپال و... نزدیک هستند و در حال حاضر بافندگان رقیب در چین، هند و... با تقلید از طرح‌های فرش ایرانی، فرش‌های غیراصیل و نامرغوب را به نام فرش ایران به خریداران عرضه می‌کنند. این امر نه تنها بازار فرش ایران را محدودتر می‌سازد، بلکه در بلندمدت به جهت کیفیت نازل فرش‌های رقیب عرضه‌شده به نام فرش ایران، بازار فرش دستباف ایران را تخریب می‌نمایند.

با این وصف تلاش برای شناساندن فرش اصیل ایرانی و ویژگی‌های آن با تبلیغات مناسب، از اساسی‌ترین وظایف دست‌اندرکاران تجارت فرش می‌باشد.

○ **برای حضور قوی در بازارهای نوظهور، حمایت و تشویق دولت از صادرات فرش ضرورت دارد. باید ویژگی‌های فرش اصیل ایرانی و کیفیت مرغوب آن از طریق تبلیغات مناسب به مصرف‌کنندگان شناسانده شود تا حاضر شوند پول بیشتری برای به‌دست آوردن فرش ایرانی خرج کنند.**

بازارهای نوظهور فرصتی تازه برای عرضه فرش‌های مرغوب ایران، ادامه تولید آن در اقصی‌نقاط کشور و کسب درآمدهای ارزی مناسب از صادرات فرش می‌باشد که نباید با غفلت از دست برود.

توجه به این نکته که در کشورهای رقیب، مراکز برای نظارت بر بازار صادرات فرش وجود دارد که این مراکز متناسب با وضعیت بازار، میزان تشویق‌ها برای صادرات فرش را تنظیم می‌نمایند. این امر سبب می‌شود که در مواقع رکود

تقاضا برای فرش در این بازارها رو به نزول است. متقاضیان جوان اروپایی نیز به دستبافته‌های ارزان‌قیمت‌تر مانند گبه روی آورده‌اند و تا حدودی فروش فرش‌های اصیل و باارزش در این بازارها به کندی پیش می‌رود.

بازارهای تازه برای فرش ایران

همان‌گونه که اشاره شد با افزایش درآمد شخصی، تقاضا برای کالاهای کمتر ضروری و سپس کالاهای لوکس (از جمله فرش دستباف) به تدریج افزایش می‌یابد.

به عقیده کارشناسان درآمد شخصی با رونق فعالیت‌های اقتصادی، رشد سریع و شکوفایی اقتصادی، افزایش می‌یابد و مردم با کسب درآمدهای بالاتر پس از تأمین نیازمندی‌های اساسی به کالاهای کمتر ضروری و لوکس روی می‌آورند.

در حال حاضر کشورهای شرق آسیا، تا حدودی آمریکای لاتین و اروپای شرقی از رشد سریع اقتصادی برخوردارند. کشورهای شرق آسیا که به اقتصادهای نوظهور مشهور شده‌اند، با نرخ رشد اقتصادی بیش از ۷ درصد تا پایان دهه میلادی جاری روبه‌رو می‌باشند و لذا این بازارها می‌توانند از بازارهای قوی برای صادرکنندگان فرش به حساب آیند.

با رونق فعالیت‌های اقتصادی در آمریکای لاتین و اروپای شرقی، این بازارها نیز به تدریج به کالاهای کمتر ضروری و لوکس گرایش پیدا می‌کنند، زیرا همگام با شتاب رشد اقتصادی، درآمد شخصی نیز در این بازارها روبه‌افزایش است.

در شمال و جنوب قاره آفریقا نیز آهنگ رشد اقتصادی نسبتاً سریع به چشم می‌خورد. انتظار می‌رود این نقاط نیز در پایان قرن حاضر از میانگین رشد اقتصادی سالانه ۵ درصد برخوردار باشند. لذا می‌توانند در شمار بازارهای فرش ایران قرار گیرند.

○ **بازارهای جنوب شرقی و شرق آسیا که بالاترین میانگین رشد اقتصادی تا پایان دهه جاری میلادی را خواهند داشت، بازارهای مناسبی برای رونق صادرات فرش ایران هستند، اما رقابت در این بازارها با وجود عرضه‌کنندگان چینی، هندی، نپالی و... چندان آسان نیست.**



فرش ایران (اصالت، کیفیت، زیبایی طرح و نقش و...) باید به خوبی معرفی شوند و وجه تمایز آنها با فرش‌های رقیب برای مصرف‌کنندگان روشن گردد تا آنها به پرداخت بهای گران‌تر برای دستیابی به فرش اصیل ایرانی رضایت دهند.

اگر بازار اتحادیه اروپا با ۲۳۰ میلیون جمعیت مورد توجه است، شرق آسیا، آمریکای لاتین، آسیای میانه و شرق اروپا، به مراتب بازارهای گسترده‌تری هستند که نفوذ در آنها سال‌ها می‌تواند اشتغال بافندگان روستایی کشور را فراسم سازد.

ایجاد تسهیلات ویژه برای صدور فرش به بازارهای تازه، از اقداماتی است که باید مدنظر دولت مردان و سیاست‌گزاران باشد و تلاش بیشتر در زمینه بازاریابی و فروش در بازارهای تازه نیز برعهده صادرکنندگان است.

بازار، تسهیلاتی برای صادرکنندگان رقیب (چینی، هندی و...) فراهم آید که قدرت رقابت آنها را در عرضه فرش‌های با قیمت تمام‌شده کمتر، افزایش دهد و بتوانند به راحتی صادرکنندگان فرش ایران را به حاشیه بازار هدایت کنند.

ضرورت حمایت از صادرات فرش

صادرات فرش ایران به بازارهای سنتی و نو (هر دو) به حمایت‌های دقیق و روشن نیاز دارد. در بازارهای سنتی، ادامه فعالیت صادرکنندگان با شرایط کنونی چندان آسان نیست. تمهیداتی که در قانون بودجه سال ۷۶ برای واگذاری ارز حاصل از صادرات فرش به واردکنندگان اتخاذ شده، چنانچه به سرعت جنبه عملی پیدا کند، می‌تواند تا حدودی زیان صادرکنندگان را جبران نماید و ادامه فعالیت آنها در بازارهای رقابت‌آمیز اروپا را موجب گردد.

در بازارهای نوظهور، حمایت از صادرکنندگان برای انجام امور تبلیغاتی و بازاریابی فرش ضرورت دارد. در این بازارها که به فرش‌های رقیب نیز به آسانی دسترسی دارند، ویژگی‌های