

# همایش ملی تدبیر در توسعه استان چهارمحال و بختیاری - اردیبهشت ماه ۱۳۹۴

بررسی و آسیب شناسی تولید و صادرات فرش دستباف

بهنام کیانی هرچگانی، کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل

[b.kiani46@gmail.com](mailto:b.kiani46@gmail.com)

## چکیده:

فرش دستباف چهارمحال و بختیاری از جمله محصولات است که قدمت دیرینه دارد اما متأسفانه این محصول که مدت ها مورد معامله قرار می گرفته، نتوانسته به جایگاه رفیع خود در بازارهای بین المللی برسد. در این مقاله روند صادرات فرش بررسی شده و نوسانات فرش مورد تحلیل قرار گرفته است. از جمله مسائلی که نقش مهمی در افزایش روند صادرات فرش دستباف ایران دارد، نوآوری در طرح و رنگ و کیفیت فرش دستباف می باشد. یکی از نکات مهم، جایگاه تبلیغات است. از دیدگاه فروشندگان فرش دستباف، تبلیغات از جایگاه بالایی برخوردار است. امید آن است با به کار گیری پیشنهادات ارائه شده، کمی از مشکلات صنعت فرش ایران برطرف شده و فرش ایران بتواند به جایگاه رفیعی برسد.

## کلید واژه:

صادرات فرش دستباف، جایگاه فرش، تقاضای فرش، عوامل اقتصادی موثر بر فرش

# همایش ملی تدبیر توسعه استان چهارمحال و بختیاری

## مقدمه

بررسی‌ها نشان می‌دهد که بازاریابی فرش دستباف در ایران به صورت علمی دنبال نمی‌شود و هنوز جنبه سنتی دارد و پس از تولید فرش برای یافتن مشتریان اقدام می‌شود. (نجار فیروزجایی ۱۳۸۱) در ضمن تحقیقات اندکی در زمینه بازاریابی فرش دستباف در ایران انجام شده است. (صبوری خسروشاهی، ۱۳۸۲) به کاستی‌هایی از قبیل کمبود اطلاعات روزآمد در مورد خواسته و گرایش‌های مصرف‌کنندگان، فقدان برنامه ریزی استراتژیک برای صادرات فرش، کاهش کیفیت، ضعف تبلیغات، ضعف مدیریت و خلا برنامه ریزی برای شناسایی سلاقی کشورها و ملت‌های مختلف، نبود آشنایی با بازارهای هدف و ضعف در مشارکت یا برپایی نمایشگاه‌های فرش دستباف اشاره کرده است. تبلیغات و بازاریابی که در مورد فرش دستباف ایران انجام می‌شود کماکان سنتی است و مناسب بازارهای جهانی نیست و این در حالی است که فرش دستباف ایران به دلیل آنکه از دیرباز مورد معامله قرار می‌گرفت نیازمند تبلیغاتی است که بتواند جایگاه رفیع آن را حفظ کند و تحقق این امر مستلزم هماهنگی در کلیه ابعاد تبلیغاتی، محفوظ داشتن نیازها و حساسیت‌های مشتریان، توجه به تغییرات گروه‌های خریدار و کنترل رفتار رقبا و استفاده از شیوه‌های نوین مبادله می‌باشد (عزیز پناه ۱۳۸۰) روند صادرات فرش دستباف ایران در چند دهه اخیر نوسانات شدیدی داشته است. بیهی است برای داشتن مزیت نسبی در صادرات فرش باید بازاریابی موثری داشته باشد.

فرش دستباف از جمله محصولات است که ارزش افزوده فراوانی دارد و از طرفی موجب اشتغال افراد زیادی از جمعیت کشور به ویژه روستاییان را فراهم ساخته است. می‌توان گفت که فرش جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد ملی از بعد اشتغال، ارزش افزوده و صادرات دارد. (عابدی و میرزایی، ۱۳۸۲)

## روش انجام تحقیق:

تحقیق حاضر تحقیقی توصیفی است که به شیوه پیمایشی انجام می‌شود. تحقیق توصیفی شامل جمع‌آوری اطلاعات برای آزمون فرضیه یا پاسخ به سوالات مربوط به وضعیت فعلی موضوع مورد مطالعه می‌شود. یک مطالعه‌ی توصیفی چگونگی وضع موجود را تعیین و گزارش می‌کند. یک نمونه متعارف آن ارزیابی نگرشها یا عقاید است که به تحقیق پیمایش معروف است. (خاکی، ۸۲)

## روش و ابزار گردآوری اطلاعات:

در این تحقیق جهت جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده گردیده است. مطالعات کتابخانه‌ای: در ادبیات تحقیق شامل: مطالعه کتب، مقالات، مجلات، آثار و ارقام منتشرشده از سوی سازمانهای مرتبط جهت استفاده و ارائه تحقق کمک گرفته شده است.

## جامعه آماری

# همایش ملی تدبیر توسعه استان چهارمحال و بختیاری

جامعه ی آماری عبارت است از مجموعه ای از افراد یا واحدهایی که حداقل دارای یک صفت مشترک باشند. معمولاً در هر پژوهش جامعه ی مورد بررسی یک جامعه ی آماری است که پژوهشگر مایل است درباره ی صفت (صفتها) متغیر واحدهای آن به مطالعه بپردازد. (سرمدودیگران، ۱۳۷۶)

کل گروهی که محقق علاقمند است درباره آن به تحقیق بپردازد و در نهایت نتایج را به آن تعمیم دهد که البته این گروه می تواند مجموعه ای از پدیده ها، اشیا، موجودات زنده ویا فرآورده های انسانی باشد که از قبل مشخص و تعریف شده اند معمولاً جامعه آماری در تحقیقات علمی متناهی هستند

از آنجا که در این تحقیق برآنیم تا به بررسی و آسیب شناسی تولید و صادرات فرش دستباف استان چهارمحال و بختیاری بپردازیم. جامعه ی آماری تحقیق حاضر اتحادیه ها، تعاونی ها، کارگاهها و مراکز تولید فرش دستباف موجود در سطح استان می باشد.

## وضعیت فرش دستباف در استان چهارمحال و بختیاری :

در استان سالانه توان تولید ۴۰۰ هزار مترمربع فرش دستباف وجود دارد ولی بطور متوسط ۲۰۰ هزار مترمربع فرش تولید می شود.

۸۰ درصد فرش های دستباف تولید شده در استان به کشورهای اروپایی، آسیانه میانه، آمریکای جنوبی، چین، آلمان و کشورهای حوزه خلیج فارس صادر می شود

کاربرد رنگ های زیبا با استفاده از عصاره گل ها و گیاهان و مواد اولیه طبیعی، شادابی و زنده بودن طرحها و نقش های متنوع از عوامل تقاضای بالا برای خرید فرش چهارمحال و بختیاری است . بیشتر فرش های چهارمحال و بختیاری را 'یلمه' بروجن، 'گبه ریزباف' اردل، فرش 'بختیاری' مناطق عشایری و مناطق بختیاری نشین و فرش چالستری شهرکرد تشکیل می دهد . براساس نظر برخی از محققان، طرح فرش 'سرو و کاج' چهارمحال و بختیاری بعنوان اصیل ترین طرح آریایی مطرح است .

فرش نقش چالستری چهارمحال و بختیاری در استانهای مختلف کشور و کشورهای حوزه خلیج فارس، اروپا، آمریکا و کانادا طرفداران فراوان دارد.

بازاریابی و ارائه طرح های نوین، شناسایی نقاط قوت و ضعف، مسئولان چهارمحال و بختیاری را برآن داشت تا سند توسعه فرش دستباف این استان را تدوین کنند.

کارشناسان حوزه فرش هم بر این عقیده اند تولید فرش در چهارمحال و بختیاری نیازمند صنعتی شدن است و تولید آن در واحدهای خانگی باید به سمت کارگاه های قالیبافی سوق یابد. هم اکنون حدود ۱۰۴ هزار بافنده سالانه حدود ۲۰۰ هزار مترمربع فرش دستباف در سبک های یلمه، بختیاری، نایینی و گبه تولید و روانه بازارهای داخلی و خارجی می کنند. در حال حاضر حدود ۳۰ کارگاه رسمی و غیررسمی رنگرزی خامه قالی با استفاده از رنگزاهای طبیعی در

## همایش ملی تدبیر توسعه استان چهارمحال و بختیاری

شهرهای شهرکرد و بروجن فعال است که این کارگاه ها نقش مهمی در تهیه مواد اولیه با کیفیت در تولید فرش دستباف دارند.

ارائه آموزش به منظور افزایش کمی و کیفی تولید فرش، پرداخت وام به بافندگان، استاندارد سازی کارگاه های تولیدی، بیمه بافندگان، تطبیق تولیدات با سلیقه خریداران و حذف واسطه ها از جمله ضرورت های توسعه صنعت فرش دستباف می باشد.

از طرفی چهارمحال و بختیاری با وجود داشتن زیرساخت های لازم برای تخصصی کردن گمرک، به دلیل کمبود نیروی متخصص و کارشناس ارزیاب فرش از گمرک اختصاصی فرش دستباف محروم است. بازار فروش فرش در چهارمحال و بختیاری نیاز به سازماندهی دارد، بافندگان، بهای کم فرش های تولیدی خود را چند ماه پس از تحویل به تعاونی ها و مراکز فروش دریافت می کنند.

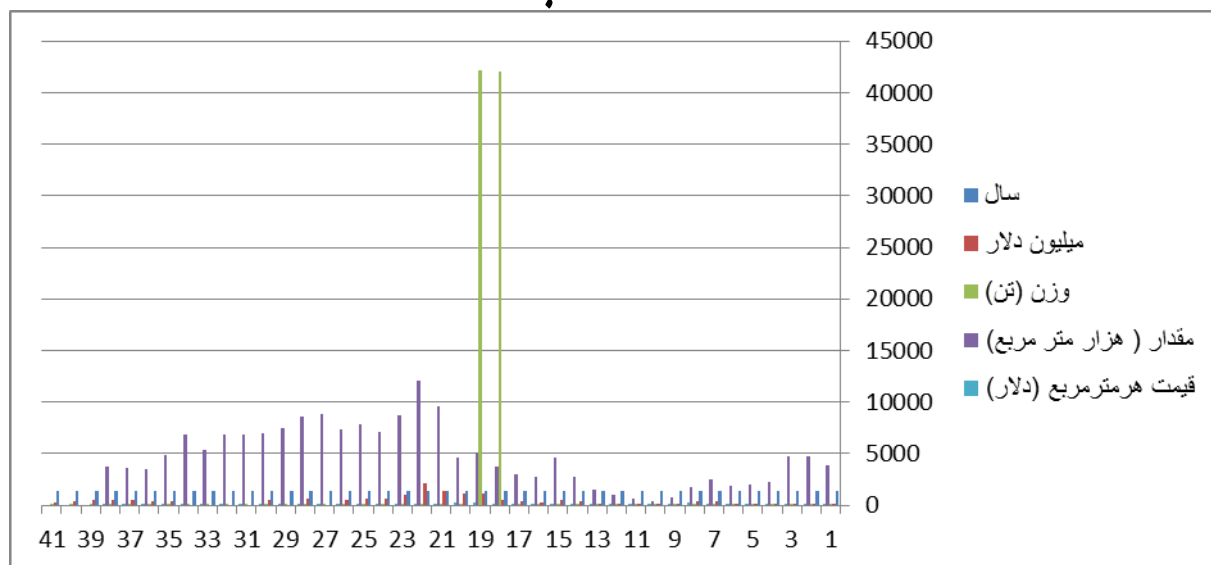
جدول (۱) میزان صادرات فرش دستباف ایران طی دوره ۱۳۵۲ - ۱۳۹۲ (میلیون دلار)

سال	میلیون دلار	وزن (تن)	مقدار (هزار متر مربع)	قیمت هر مترمربع (دلار)
۱۳۵۲	۱۰۳/۳	۱۱/۷	۳۹۰۷	۲۶/۴
۱۳۵۳	۱۱۸/۸	۱۴/۳	۴۷۸۵	۲۴/۸
۱۳۵۴	۱۰۶	۱۴/۲	۴۷۴۹	۲۲/۳
۱۳۵۵	۹۴/۵	۶/۸	۲۲۷۴	۴۱/۶
۱۳۵۶	۸۲/۸	۵/۹	۱۹۹۴	۴۱/۵
۱۳۵۷	۸۳/۹	۵/۵	۱۸۳۸	۴۵/۶
۱۳۵۸	۴۰۸/۹	۷/۶	۲۵۵۵	۱۶۰
۱۳۵۹	۴۲۵/۱	۵/۵	۱۷۳۴	۲۴۵/۲
۱۳۶۰	۱۴۹/۴	۲/۱	۷۱۳	۲۰۹/۵
۱۳۶۱	۶۷	۱	۳۴۲	۱۹۵/۹
۱۳۶۲	۸۸/۹	۲	۶۸۳	۱۳۰/۲
۱۳۶۳	۸۹/۸	۳	۱۰۶۸	۸۴/۱
۱۳۶۴	۱۱۵/۱	۵	۱۵۳۵	۷۵
۱۳۶۵	۳۵۶	۱۱	۲۷۲۱	۱۳۰/۸
۱۳۶۶	۴۸۲/۱	۱۴	۴۶۶۷	۱۰۸/۳
۱۳۶۷	۳۰۸/۸	۸/۳	۲۷۶۷	۱۱۱/۶
۱۳۶۸	۳۴۴/۷	۹	۳۰۰۰	۱۱۴/۹
۱۳۶۹	۵۰۹/۱	۱۱/۳	۳۷۶۷	۱۳۵/۱

## همایش ملی تدبیر در توسعه استان چهارمحال و بختیاری

۲۲۴/۷	۵۱۶۷	۱۵/۵	۱۱۶۱/۲	۱۳۷۰
۲۳۶/۹	۴۶۶۷	۱۴	۱۱۰۵/۶	۱۳۷۱
۱۴۳/۷	۹۶۳۴	۲۸/۹	۱۳۸۴	۱۳۷۲
۱۷۶/۸	۱۲۰۶۷	۳۶/۲	۲۱۳۲/۹	۱۳۷۳
۱۱۳/۲	۸۶۶۷	۲۶	۹۸۱/۱	۱۳۷۴
۹۰	۷۱۳۴	۲۱/۴	۶۴۲/۵	۱۳۷۵
۸۰/۵	۷۹۰۰	۲۳/۷	۶۳۵/۷	۱۳۷۶
۷۷/۹	۷۳۱۵	۲۱/۹	۵۷۰/۱	۱۳۷۷
۷۸/۳	۸۸۰۹	۲۶	۶۸۹/۶	۱۳۷۸
۷۵/۳	۸۵۵۲	۴۶	۶۴۴	۱۳۷۹
۷۱/۳	۷۵۳۵	۲۲/۵	۵۳۷/۲	۱۳۸۰
۷۶/۴	۶۹۹۹	۲۱	۵۳۵	۱۳۸۱
۷۸/۸	۶۸۲۲	۲۰	۵۳۷/۴	۱۳۸۲
۷۲/۷	۶۸۴۶	۲۰/۵	۴۹۷/۹	۱۳۸۳
۸۵	۵۴۲۸	۱۶	۴۶۱/۲	۱۳۸۴
۶۳	۶۹۰۸	۱۵	۴۳۶/۱	۱۳۸۵
۳۷	۴۹۲۲	۱۱	۳۹۸	۱۳۸۶
۵۵	۳۵۴۲	۸	۴۲۲	۱۳۸۷
۶۲	۳۶۳۴	۸	۴۹۵	۱۳۸۸
۶۷/۴	۳۷۷۲	۸/۲	۵۵۵	۱۳۸۹
		۷	۵۶۰	۱۳۹۰
		۶	۴۲۷/۵	۱۳۹۱
		۵	۳۱۴/۸	۱۳۹۲

# همایش ملی تدبیر توسعه استان چهارمحال و بختیاری



جدول (۲) متوسط رشد سالیانه صادرات فرش دستباف ایران

۴/۱ -	۵۷-۵۴	قبل از انقلاب
۱۳/۹۲	۶۷-۵۷	انقلاب و جنگ
۳۴/۹۹	۷۲-۶۷	برنامه اول توسعه
۱۰/۹۶ -	۷۸-۷۲	برنامه دوم توسعه
۶/۳۱ -	۸۳-۷۸	برنامه سوم توسعه
۱/۸۲	۸۹-۸۳	برنامه چهارم توسعه
۶/۵ -	۹۳-۸۹	برنامه پنجم توسعه

## پیشنهادهای و نتیجه گیری :

بنابراین لازم است که دولت توجه بیشتری به این صنعت داشته و زمینه های حمایت از صنعت از طریق تبلیغات ، تأمین مواد اولیه مرغوب ، آموزش ، پژوهش ، گسترش نظام تأمین اجتماعی ، برگزاری جشنواره و نمایشگاه ها و پرداخت تسهیلات خرد به قالیبافان ، پرداخت تسهیلات خرد به متقاضیان ، تأسیس مجتمع قالیبافی و شرکت های مرتبط و ... را فراهم نماید ، با توجه به اینکه در بازار کنونی تبلیغات خاصی در مورد فرش دستباف وجود ندارد ، وقتی اطلاع رسانی در مورد نمایشگاه ها نیز در حد بسیار ضعیفی می باشد و فروشندگان نیز توانایی لازم جهت تبلیغات را در خود نمی بینند ، ارگان های دولتی از جمله صدا و سیما و سایر نهادها می توانند این خلأ را جبران کنند.

رشته های مرتبط با صنایع دستی و فرش دستباف در دانشگاه های استان ها و شهرهایی که مراکز قالیبافی ایران شناخته می شوند مثل یزد، اراک ، مشهد و شهرکرد کلاسهای آموزشی برای افراد درگیر در صنعت فرش دستباف برگزار کنند.

## همایش ملی تدبیر توسعه استان چهارمحال و بختیاری

در تولید به سلیقه مردم توجه زیاد کنند ، نه اینکه ابتدا فرش را تولید کنند و سپس به دنبال مشتری برای آن بگردند.

تمرکز بر نوع خاصی از فرش می تواند منجر به افزایش مهارت و نیز افزایش کیفیت فرش های دستباف شوند.

استفاده از نمایشگاه های ترکیبی مثلاً نمایشگاههای کالاهای خانگی ، دکوری، مبلمان و فرش دستباف. اطلاع رسانی از طریق رسانه ها جهت بازدید از نمایشگاه های فرش دستباف به هنگام برگزاری نمایشگاه های فرش دستباف.

تأسیس دهکده های فرش که تمام مراحل تولید فرش در آن انجام می شود، جهت بازدید و تشویق مردم به خرید فرش دستباف.

دعوت از کشورهای خارجی جهت حضور در نمایشگاه های استانی برای افزایش اعتبار این نمایشگاه و افزایش استقبال مردم.

تأسیس فروشگاه های فرش دستباف در مجتمع های تجاری جدید و خروج آن از بازارهای قدیمی و مسقف ، زیرا بیشتر مردم جهت تنوع و خریدهای خود به این مکان ها مراجعه می کنند.

هماهنگی با تورهای گردشگری داخلی و خارجی که همراه با بازدید از مناطق دیدنی ، از نمایشگاه های فرش دستباف نیز دیدن کنند.

به روز شدن دکوراسیون فروشگاه های فرش دستباف که هنوز به شیوه چند دهه گذشته انجام می گردد. از جمله مسائلی که نقش مهمی در افزایش روند صادرات فرش دستباف دارد، نوآوری در طرح و رنگ و کیفیت فرش دستباف می باشد.

یکی از نکات مهم ، جایگاه تبلیغات است. از دیدگاه فروشندگان فرش دستباف ، تبلیغات از جایگاه بالایی برخوردار است.

کارشناسان مرکز ملی فرش اشاره کرده اند که استراتژی های تمرکز و تمایز به ترتیب بیشترین تا کمترین تأثیر را بر گسترش بازار داخلی صنعت فرش دستباف ایران دارند و زمانی که این سه استراتژی به طور همزمان به کار برده شوند ، فقط رهبری هزینه معنادار بوده و بیشترین سهم را در گسترش بازار داخلی صنعت فرش دستباف ایران خواهد داشت و دو استراتژی دیگر نبوده و سهم اندکی را در گسترش بازار داخلی صنعت فرش دستباف خواهند داشت.

استان چهارمحال و بختیاری می تواند با امکانات و استعدادهایی که دارد و همچنین با حمایت دولت، ضعف های خود را جبران کرده و بتواند به جایگاه واقعی خود در تجارت بین الملل فرش دستباف ایرانی برسد.

# همایش ملی تدبیر توسعه استان چهارمحال و بختیاری

## منابع و ماخذ:

- ۱- برزگر، میثم ۱۳۸۹ بررسی تاثیر استراتژی های رقابتی بر گسترش بازار داخلی صنعت فرش.
- ۲- حشمتی رضوی، فضل الله: ۱۳۸۰ فرش ایران، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- ۳- ژوله ، تورج ، پژوهشی در فرش ایران ، انتشارات یساولی ، تهران ، ۱۳۸۱.
- ۴- شم آبادی، محمد علی: ۱۳۸۳ طراحی الگوی بازاریابی صادرات فرش دستباف ایران.
- ۵- صبوری خسروشاهی ، حبیب : ۱۳۸۲ تحقیق پیرامون راه های جلب اعتماد خریداران خارجی فرش دستباف ایران ، مرکز تحقیقات فرش دستباف ایران.
- ۶- صورا سرافیل ، شیرین و ژوله ، تورج ، آشنایی با طرحهای فرش ایران و جهان (۲) ، مؤسسه فرهنگی هنری شقایق روستا ، تهران ، ۱۳۷۸.
- ۷- عزیزپناه ، محمد : ۱۳۸۰ تحقیق پیرامون شیوه های تبلیغات و بازاریابی فرش دستباف ایران در بازار جهانی ، مرکز تحقیقات فرش دستباف ایران.
- ۸- عزیززی، فیروزه: ۱۳۸۲ مقایسه تطبیقی سیاست های تجاری ایران و سایر تولید کنندگان فرش دستباف، مرکز تحقیقات فرش دستباف ایران
- ۹- فلیحی ، نعمت: ۱۳۸۷ بررسی نقش و جایگاه صنعت فرش دستباف ایران در اقتصاد ملی.
- ۱۰- فیروزه عابدی و امید میرزایی، : ۱۳۸۲ اولین سمینار ملی تحقیقات فرش دستباف
- ۱۱- قاضیانی ، فرحناز ، بختیاری ها ، بافته ها و نقوش ، سازمان میراث فرهنگی کشور ( پژوهشگاه ) ، تهران ، ۱۳۷۶ .
- ۱۲- نجار فیروزجایی، محمد، : ۱۳۸۱ بررسی علل کاهش مصرف فرش دستباف در بازارهای داخلی ، مرکز تحقیقات فرش دستباف ایران.
- ۱۳- نصیری ، محمد جواد ، سیری در هنر قالیبافی ایران ، مؤلف ، تهران ، ۱۳۷۴.
- ۱۴- هانگلرین، آرمن ، قالیهای ایرانی ، اصغر کریمی ، فرهنگسرا ( یساولی ) ، تهران ، ۱۳۷۵ .
- ۱۵- یساولی ، جواد ، مقدمه ای بر شناخت قالی ایران ، فرهنگسرا ، تهران ، ۱۳۷۰ .
- ۱۶- وب سایت مرکز ملی فرش ایران [www.incc](http://www.incc) ۱۳۹۴/۰۲/۰۵
- ۱۷- وب سایت اطلاع رسانی فرش ایران [www.carpetour.com](http://www.carpetour.com) ۱۳۹۴/۰۲/۰۵
- ۱۸- وب سایت سازمان صنعت ، معدن و تجارت استان چهارمحال و بختیاری <http://chb.mimt.gov.ir>
- ۱۹- وب سایت مرکز آمار ایران [www.amar.org.ir](http://www.amar.org.ir) ۱۳۹۴/۰۲/۰۵

وب سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران [www.irica.gov.ir](http://www.irica.gov.ir)