

دیدگاه تجار فرش شهر اردبیل درباره علل کاهش صادرات فرش دستباف ایران

آئیژ عزمی

دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه تهران

aeizhazmi@ut.ac.ir

محمد امین خراسانی

دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه تهران

amin.khorasani@yahoo.com

بهرام ایمانی

دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه شهید بهشتی

bahram_amani60@yahoo.com

دکتر محمد رضا رضوانی

عضو هیات علمی گروه جغرافیای انسانی دانشگاه تهران

rezvani@ut.ac.ir

فرش دستباف / کاهش صادرات / اردبیل

مقدمه

فرش از دیر باز به عنوان کالایی اقتصادی و اجتماعی در ایران مطرح بوده است و ریشه آن به دوران هخامنشیان و شاید پیشتر از آن می‌رسد. فرش با گذشت زمان جایگاهی والا به ایران داده و در بسیاری از کشورهای جهان، فرش را با نام ایران می‌شناسند. فرش از لحاظ اشتغال به‌ویژه در مناطق روستایی و نیز صادرات غیرنفتی جایگاه مهمی دارد و قسمت قابل توجهی از تولید ناخالص ملی را تشکیل می‌دهد. جدا از ابعاد اقتصادی فرش، یک کالای فرهنگی بوده که هویت ملی در گرو آن است و توجه به آن و ارتقا آن ضرورت دارد.

اما امروزه تولید و صادرات فرش دچار چالش‌های زیادی شده است و بخشی از بازار خود را چه در داخل و چه در خارج از دست

چکیده

کاهش صادرات فرش دستباف در چند سال اخیر نگرانی‌هایی را پدید آورده که هدف این مقاله بررسی علل کاهش آن است. جامعه آماری ۷۰ نفر از تجار شهر اردبیل بوده است و روش این تحقیق پیمایشی بوده و از ابزار پرسش‌نامه به منظور جمع‌آوری داده‌ها و از SPSS جهت پردازش داده‌ها استفاده شده است. پاسخگویان مشکلات قانونی، عدم بازاریابی مناسب، قیمت بالا و رقابت خارجی را جزو موانع تولید فرش دستباف و عرضه آن دانسته‌اند. پاسخگویان تغییر ذائقه مصرف‌کنندگان، مسایل مربوط به بخش تولید، جنبه‌های هنری فرش، کیفیت محصول، قوانین موجود، عوامل خارجی، بازاریابی و فروشندگان، را مولفه‌هایی دانسته‌اند که در صادرات فرش موثرند.

داده است. با توجه به این مساله، برخی تولیدکنندگان فرش از کشور خارج شده و به کشورهای رقیب رفته که هنر خود را در آنجا عرضه نمایند. این مشکلات سبب کاهش تولید و صادرات و کاهش درآمد تولیدکنندگان گردیده و سبب شده مشکلات زیادی در نواحی تولید کننده روستایی ایجاد شود. لذا تحقیق حاضر به دنبال بررسی عوامل موثر بر کاهش صادرات فرش است.

جایگاه و نقش تعیین کننده و همچنین هدایتگر بازاریابی صادراتی و بین الملل برای ارتقای کیفیت و انطباق آن بر خواست، نیاز و ترجیحات مشتریان و خریداران امری است که در فرش ایران مورد غفلت قرار گرفته است. از طرفی متأسفانه نگاه کلان و سیستمی در فرایند تولید مغفول مانده است که سبب می گردد، فرش پس از تولید، در گرداب مشکلات عدیده ای از عوامل داخلی قرار می گیرد. در سطح بین المللی نیز فرش رقاباتی دارد که در نقطه مقابل تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی با تکیه بر آخرین دستاوردهای علمی و فناوری قرار دارند و ضمن بهره گیری از برجستگی های هنری فرش دستباف ایران، تولیدات خود را با موفقیت بیشتر به فروش می رسانند. [۱]

لذا با توجه به مسایل گفته شده سئوالات زیر مطرح می شود:

- دیدگاه پاسخگویان درباره علل افت صادرات فرش دستباف چیست؟

- مولفه های موثر بر صادرات فرش دستباف، چیست؟
- موانع و نقاط قوت بازاریابی فرش دستباف چیست؟
- مناسب ترین سازمان در زمینه بر عهده گرفتن تصدی فرش دستباف چه سازمانی است؟

۱. پیشینه تحقیق

فرش و اهمیت آن

فرش واژه ای است عربی که در لغت به معنای گستردن و گستردنی است. چنانچه فرش بدون دخالت ماشین یعنی با دست بافته شود به آن دستباف گویند. فرش دستباف از نظر ساختار دو گونه است: اول: فرش گره خورده و پرزدار که علاوه بر تار و پود از خمه و پرز برخوردار است، مانند قالی و قالیچه و انواع آن. دوم: فرش تخت باف که فقط دارای تار و پود تنیده در هم است و نوعی بافته تار و پود را تشکیل می دهد. مانند گلیم و سوماک،

ورنی و پلاس و انواع دیگر آن. در نوشته های بازمانده از زبان پهلوی برای قالی نفیس واژه بپ یا بوپ که برای فرش و نمذ واژه نم و برای فرش جامه و بستر واژه ویسترگ آمده است که واژه اخیر نیز از ویسترتن به معنای گستردن اخذ شده است. در لغتنامه دهخدا نیز واژه بوب به معنای فرش، بساط خانه و ... است. [۲]

فرش بافی یک کار معمول در کشورهای همچون ایران، چین، ترکیه، هند، پاکستان، روسیه، مصر، نپال و افغانستان است. آموزش فرش بافی در ایران بیشتر خانگی بوده و به عنوان یک صنعت کوچک مقیاس غیر رسمی به حساب می آید که اغلب در خانه و میان خانواده انجام می گیرد. فرش بافی نقش مهمی در صادرات غیرنفتی، تولید ناخالص ملی و اشتغال برای خود لحاظ نموده است و شغل حدود ۸/۵ میلیون نفر در کشور به طور مستقیم یا غیر مستقیم در ارتباط با فرش است. [۳] لذا اهمیت فرش تنها به مقولات اقتصادی مربوط نبوده و ابعاد اجتماعی را نیز در بر می گیرد. (جدول ۱)

جدول ۱- جایگاه اجتماعی صنعت فرش دستباف

ایران

شاخص	داده	ویژگی ها
اشتغال	۱۸۰۹۶۱۲ نفر بافنده	میانگین کار: ۱۶۷ روز در سال، روزی ۵ ساعت
	۲۸۵۰۰۰ نفر در مشاغل قبل و بعد از بافت	شاغلین فعالیتهای قبل از بافت: طراحان، نقاشان، رنگرزان، استادکاران، ... شاغلین و فعالان بعد از بافت: کارگران و متخصصان بخش شور و تکمیل، عدل بندی، تجار، صادرکنندگان و بازاریابان
تثبیت جمعیت روستایی	۶۵ درصد از بافندگان فرش دستباف ساکن روستا می باشند	فعالیت اصلی آن ها تکافوی تامین زندگی آن ها را نمی نماید. بخش زیادی از سال بیکار می باشند. مکمل فعالیتهای دامداری مکمل فعالیتهای زراعی و باغداری

منبع: شم آبادی و دیگران، ۱۳۸۶.

۲. وضعیت ایران در تولید و صادرات فرش

صادرات فرش ایران دوران پر فراز و نشیبی را طی نموده است و مدت‌ها است که از زمان دوران اوج خود دور مانده است (جدول ۲). در همین حال، سهم صادرات فرش دستباف در برنامه نخست توسعه ۴/۵ میلیارد دلار بوده که در برنامه دوم توسعه به ۲/۷ میلیارد دلار کاهش یافته است. در عین حال، هم

اکنون فرش ایرانی به بیش از ۱۰۰ کشور دنیا صادر می‌شود و بیشترین حجم صادرات به کشورهای آمریکا، آلمان، ایتالیا، فرانسه و سوئیس تعلق دارد، همان کشورهایی که این روزها با بحران مالی دست و پنجه نرم می‌کنند که این خود تهدیدی برای ایران است، چراکه حدود ۴۵ درصد صادرات فرش دستباف ایران تنها به دو کشور آمریکا و آلمان صورت می‌گیرد. [۴]

جدول ۲- صادرات فرش ایران در یک نگاه

سال	صادرات فرش (میلیون دلار)	وزن (هزار تن)	مقدار (هزار مترمربع)	قیمت هر متر مربع	سال	صادرات فرش (میلیون دلار)	وزن (هزار تن)	مقدار (هزار مترمربع)	قیمت هر متر مربع
۱۳۵۲	۱۰۳/۳	۱۱/۷	۳۹۰۷	۲۶/۴	۱۳۷۰	۱۱۶۱/۲	۱۵/۵	۵۱۶۷	۲۴۴/۷
۱۳۵۳	۱۱۸/۸	۱۴/۳	۴۷۸۵	۲۴/۸	۱۳۷۱	۱۱۱۵/۶	۱۴	۴۶۶۷	۲۳۶/۹
۱۳۵۴	۱۰۶	۱۴/۲	۴۷۴۹	۲۲/۳	۱۳۷۲	۱۳۸۴	۲۸/۹	۹۶۳۴	۱۴۳/۷
۱۳۵۵	۹۴/۵	۶/۸	۲۲۲۷	۴۱/۶	۱۳۷۳	۲۱۳۲/۹	۳۶/۲	۱۲۰۶۷	۱۷۶/۸
۱۳۵۶	۸۲/۸	۵/۹	۱۹۹۴	۴۱/۵	۱۳۷۴	۹۸۱/۱	۲۶	۸۶۶۷	۱۱۳/۲
۱۳۵۷	۸۳/۹	۵/۵	۱۸۳۸	۴۵/۶	۱۳۷۵	۶۴۲/۵	۲۱/۴	۷۱۳۴	۹۰/۱
۱۳۵۸	۴۰۸/۹	۷/۶	۲۵۵۵	۱۶۰	۱۳۷۶	۶۳۵/۷	۲۳/۷	۷۹۰۰	۸۰/۵
۱۳۵۹	۴۲۵/۱	۵/۵	۱۷۳۴	۲۴۵/۲	۱۳۷۷	۵۷۰/۱	۲۱/۹	۷۳۱۵	۷۷/۹
۱۳۶۰	۱۴۹/۴	۲/۱	۷۱۳	۲۰۹/۵	۱۳۷۸	۶۸۹/۶	۲۶/۳	۸۸۰۹	۷۸/۳
۱۳۶۱	۶۷	۱	۳۴۲	۱۹۵/۹	۱۳۷۹	۶۴۴	۲۵/۵	۸۵۵۲	۷۵/۳
۱۳۶۲	۸۸/۹	۲	۶۸۳	۱۳۰/۲	۱۳۸۰	۵۳۷/۲	۲۲/۵	۷۵۳۵	۷۱/۳
۱۳۶۳	۸۹/۸	۳	۱۰۶۸	۸۴/۱	۱۳۸۱	۵۳۵	۲۰/۹	۶۹۹۹	۷۶/۴
۱۳۶۴	۱۱۵/۱	۵	۱۵۳۵	۷۵	۱۳۸۲	۵۳۷/۴	۲۰/۴	۶۸۲۲	۷۸/۸
۱۳۶۵	۳۵۶	۱۱	۲۷۲۱	۱۳۰/۸	۱۳۸۳	۴۹۷/۹	۲۰/۵	۶۸۴۲	۷۲/۷
۱۳۶۶	۴۸۲/۱	۱۴	۴۶۶۷	۱۰۳/۳	۱۳۸۴	۴۶۱/۲	۱۶/۲	۵۴۲۸	۸۵
۱۳۶۷	۳۰۸/۸	۸/۳	۲۷۶۷	۱۱۱/۶	۱۳۸۵	۴۳۶/۱	۱۴/۸	۶۹۰۸	۶۳/۲
۱۳۶۸	۳۴۴/۷	۹	۳۰۰۰	۱۱۴/۹	۱۳۸۶	۳۹۸/۱	۱۰/۷	—	۳۷/۲
۱۳۶۹	۵۰۹/۱	۱۱/۳	۳۷۶۷	۱۳۵/۱	۱۳۸۷	۴۱۸	۷/۷	—	۵۴/۳

براساس آمارها، از سال ۷۳ تاکنون روند نزولی بر صادرات فرش دستباف ایران حاکم شده به‌طوری که طبق آمار گمرک، صادرات فرش دستباف از ۵۰۰ میلیون دلار در سال ۸۵ به ۴۴۰ میلیون دلار در سال ۸۶ رسیده که این رقم کاهش ۱۲ درصدی را نشان می‌دهد. بر همین اساس، در هفت سال اخیر کم کم رقبای ایران به بازارهای دنیا نفوذ کرده و با قیمت شکنی و سرقت نقشه فرش‌های اصیل ایرانی سعی داشته تا گوی سبقت را از ایرانیان در صادرات این کالای اقتصادی-هنری برابند و

نفوذ بیشتری در بازارهای جهانی هدف صادراتی فرش دستباف بیابند [۴].

در حال حاضر رکود اقتصادی حاکم بر جهان، تورم فزاینده (که باعث کاهش درآمدهای حقیقی شده)، نرخ بالای بهره بانکی در بازارهای خارجی از جمله عواملی هستند که در جهت کاهش تقاضای فرش موثر هستند. نیز آنچه قابل ذکر است این است که به دنبال خالی ماندن بازار فرش به ویژه در آمریکا و اروپا و ژاپن از سوی صادرات فرش دستباف ایران، رقبای ما در بازار جهانی،

۳. ترکیب صادرات فرش ایران

بازارهای فرش دستباف در جهان فاقد تنوع لازم بوده و عموماً به دو یا چند کشور محدود می‌شود. تجربیات بازرگانی بین‌المللی نشان داده است که تغییر رویکرد این کشورها خصوصاً در شرایط بحران‌های سیاسی می‌تواند در کاهش صادرات تاثیر چشمگیری داشته باشد. این وضعیت برای تمام کشورهای تولیدکننده فرش دستباف با تفاوت‌های اندکی وجود دارد.

فرضا تا ۵۰ تا ۶۰ درصد فرش دستباف کشور هند به بازار آمریکا و کانادا صادر می‌شود و حدود ۲۰ تا ۲۳ درصد آن به بازار آلمان و ۴/۲ درصد آن به بازار کشورهای آسیای شرقی می‌رود و یا در مورد کشور پاکستان در سال گذشته ۴۸ درصد صادرات فرش دستباف این کشور به آمریکا و ۱۳ درصد به آلمان و ۱۲ درصد به ایتالیا و ۷ درصد به فرانسه و ۵ درصد به انگلستان انجام شده است و در سال ۲۰۰۴ سهم آمریکا ۳۳ درصد و سهم آلمان ۱۱ درصد و در سال ۲۰۰۲ سهم آمریکا ۵۱ درصد و سهم آلمان ۲۰ درصد بوده است و یا در مورد کشور نپال حدود ۷۵ تا ۸۰ درصد فرش‌های دستباف صادراتی خود را به دو کشور آلمان و آمریکا می‌رود به طوری که در سال ۲۰۰۵ حدود ۴۱ درصد فرش‌های دستباف صادراتی نپال به کشور آلمان و ۳۳ درصد آن به کشور آمریکا صادر شده است و یا در سال ۲۰۰۴ این ترکیب به صورت: ۵۵ درصد آلمان و ۱۷ درصد آمریکا و ۴ درصد بلژیک و ۲/۵ درصد سوئیس و ۳/۳ درصد انگلستان و ۲/۷ درصد هلند بوده است و در سال ۲۰۰۰ این ترکیب به صورت: ۷۱ درصد آلمان و ۱۱/۴ درصد آمریکا و ۴/۴۵ درصد بلژیک و ۲/۸۴ درصد سوئیس و ۲/۱۳ درصد انگلستان و ۱/۱۹ درصد هلند بوده است و یا در مورد کشور چین به این صورت است که بین ۶۳ تا ۶۵ درصد فرش‌های این کشور به بازار آمریکا صادر می‌شود و کشورهای انگلستان و آلمان و ژاپن هر کدام بین ۸ تا ۵ درصد سهم دارند. در مورد کشور ترکیه نیز به این صورت است که ۳۶ درصد به بازار آمریکا و ۲۰ درصد به بازار آلمان صادر می‌شود و کشورهای: ایتالیا و انگلستان و اسپانیا نیز هر کدام چهار درصد سهم دارند.

فرش دستباف ایرانی نیز با چنین ترکیبی مواجه است. صادرات فرش دستباف ایران به بیش از یکصد کشور مختلف

نظیر چین، هند، پاکستان، نپال و ترکیه فرصت را مغتنم شمرده و بخش اعظمی از تقاضای بازار را جذب کرده‌اند و با توجه به اصل حاکمیت مصرف‌کننده و پویایی تحولات تقاضا در بازارهای تحت پوشش خود از نظر طرح، رنگ، و ... و سازگار نمودن تولیدات خود با روند تحولات طرف تقاضا، توانسته‌اند به سهم فزاینده‌ای در بازار جهانی فرش دستباف دست یابند [۵].

برخی از عوامل که تقاضای جهانی فرش ایران را به مرور زمان تحت الشعاع قرار داد، به شرح زیر است:

۱. بادوام بودن این کالای مصرفی که کم‌کم تقاضا را کاهش داده است. اگرچه مصرف‌کنندگان جدیدی از طبقات متوسط و پایین‌تر شکل گرفته‌اند، لیکن رشد تعداد مصرف‌کننده به نسبت میزان فرش‌های تولیدی زیاد نبوده است.

۲. کشورهای صنعتی و توسعه یافته در پاسخگویی به نیاز روزافزون زیرانداز، دست به ساخت ماشین فرش‌بافی زده و به تولید انبوه پرداختند.

۳. برخی از کشورها به ویژه کشورهای همسایه، تولید فرش دستباف در کشورشان را تشویق نموده و با توجه به دانستن نیروی کار ارزان و کسب تجربه از ایران در بازارهای جهانی به عنوان رقیب وارد شدند.

۴. رقابت در قیمت و تقلید طرح‌های ایرانی توسط سایر کشورها، بنیان تجارت جهانی فرش ایران را از لحاظ قیمت و سهم بازار تنزل داده است [۶].

از دیگر علل تاثیر گذار بر صادرات فرش، مقررات صادراتی است که نشان می‌دهد که تغییرات آن‌ها بر صادرات فرش موثر بوده است. همچنین افزایش قیمت فرش صادراتی می‌تواند موجب عرضه بیشتر فرش دستباف شود [۷].

از دیگر دلایل کاهش ارزش افزوده، فرش به علت افزایش هزینه‌های تولید است. در این رابطه می‌توان هزینه‌های فرش را به دو دسته هزینه‌های مستقیم و غیر مستقیم تقسیم نمود. هزینه‌های مستقیم شامل مواد اولیه و دستمزد مستقیم (که جز هزینه‌های مستقیم تولید هستند) و هزینه‌های غیر مستقیم (سربار شامل برق، آب، اجاره، سرمایه، و ... هستند) [۸].

جهان صورت می‌گیرد، ولی تقریباً نیمی از فرش‌های دستباف ایرانی به دو کشور می‌رود. در مجموع موارد زیر را می‌توان از جداول آماری صادرات فرش دستباف ایران استنباط کرد [۹].

- صادرات فرش دستباف به بیش از ۱۰۰ کشور جهان انجام می‌گیرد.
- حدود ۹۸ درصد صادرات فرش دستباف ایران به ۲۵ کشور جهان انجام می‌گیرد.
- حدود ۸۰ درصد از صادرات فرش دستباف ایران فقط به ۱۰ کشور جهان صادر می‌گردد.
- حدود ۵۰ درصد صادرات فرش دستباف ایران فقط به دو

کشور صورت می‌گیرد (در حال حاضر این دو کشور: آمریکا و آلمان و در سال‌هایی که آمریکا حضور نداشت دو کشور آلمان و ایتالیا بودند).

- حدود ۱۵ درصد فرش دستباف ایران به کشورهای اسلامی صادر می‌شود (در میان کشورهای اسلامی کشورهای: امارات متحده عربی، لبنان، عربستان، کویت، ترکیه، بحرین و قطر به ترتیب میزان بیشتری فرش دستباف ایران را وارد کرده‌اند).
- در جدول (۳) ترکیب صادرات فرش دستباف ایران به کشورها برحسب وزن و ارزش درج شده است.

جدول ۳- ترکیب واردکنندگان فرش دستباف ایران

ردیف	کشور	وزن (کیلوگرم)	سهم وزنی (%)	ارزش دلاری	وزن (کیلوگرم)	ردیف	کشور	وزن (کیلوگرم)	سهم وزنی (%)	ارزش دلاری	وزن (کیلوگرم)
۱	آلمان	۲۲/۸	۲۸/۵	۱۰۶۵۸۳۵۳۹	۴۶۹۱۳۸۸	۱۵	اتریش	۱	۱/۳	۴۶۷۲۲۵۷	۲۱۰۲۳۳
۲	ایالات متحده آمریکا	۱۹/۴	۲۲/۶	۹۰۷۸۶۶۰۲	۳۷۲۹۱۱۳	۱۶	کویت	۱/۸	۰/۹	۸۴۳۰۰۷۹	۱۴۹۰۶۷
۳	ایتالیا	۸/۶	۹/۱	۴۰۲۶۹۶۰۳	۱۵۰۰۳۹۷	۱۷	استرالیا	۰/۷	۰/۹	۳۴۴۴۰۸۰	۱۴۸۰۸۴
۴	کانادا	۳/۵	۵/۱	۱۶۳۰۲۴۴۱	۸۴۷۱۸۵	۱۸	اسپانیا	۰/۵	۰/۷	۲۳۶۸۴۳۱	۱۱۳۹۳۷
۵	سوئیس	۳/۶	۳/۳	۱۶۷۱۸۱۲۳	۵۵۰۷۰۷	۱۹	عربستان سعودی	۱/۶	۰/۷	۷۴۸۷۳۹۱	۱۱۰۵۱۱
۶	فرانسه	۲/۶	۲/۸	۱۲۰۴۱۳۹۵	۴۶۲۷۶۱	۲۰	یونان	۰/۴	۰/۷	۱۹۸۱۴۴۹	۱۰۸۹۱۹
۷	افغانستان	۱/۶	۲/۷	۷۵۶۹۶۸۹	۴۴۹۸۴۷	۲۱	عراق	۰/۱	۰/۶	۶۳۳۸۲۰	۱۰۳۳۹۹
۸	انگلستان	۱/۸	۲/۴	۸۲۹۴۸۳۶	۳۹۸۸۶۸	۲۲	قطر	۱	۰/۶	۴۸۵۹۷۰۳	۹۵۱۱۱
۹	امارات متحده عربی	۹	۲/۲	۴۱۸۴۶۴۹۱	۳۶۹۴۳۱	۲۳	نروژ	۰/۴	۰/۶	۱۷۸۵۳۳۳	۹۰۶۰۸
۱۰	دانمارک	۱/۹	۲/۲	۸۸۲۵۱۸۲	۳۶۰۲۹۱	۲۴	برزیل	۰/۴	۰/۵	۱۶۶۷۸۱۸	۸۴۹۱۴
۱۱	ژاپن	۶/۴	۲/۱	۲۹۶۷۵۴۷۰	۳۳۸۵۴۰	۲۵	بحرین	۱	۰/۵	۴۸۷۷۳۷	۷۹۰۹۷
۱۲	لبنان	۲/۴	۱/۹	۱۱۳۴۶۸۸۶	۳۱۲۱۲۲	۲۶	سنگاپور	۰/۶	۰/۴	۲۸۳۴۴۱۱	۶۰۴۸۳
۱۳	سوئد	۱/۲	۱/۸	۵۴۰۱۷۳۴	۳۰۴۵۲۳	۲۷	ترکیه	۰/۶	۰/۳	۱۸۷۳۶۱۹	۵۳۳۲۰
۱۴	آفریقای جنوبی	۱/۲	۱/۷	۵۳۹۲۴۸۰	۲۸۵۸۵۵	۱۵	اتریش	۱	۱/۳	۴۶۷۲۲۵۷	۲۱۰۲۳۳
جمع کل		۹۶/۲	۹۷/۲	۴۶۶۹۲۷۰۳۹	۱۶۴۴۷۴۹۹	جمع کل		۹۶/۲	۹۷/۲	۴۶۶۹۲۷۰۳۹	۱۶۴۴۷۴۹۹

منبع: یزدی، ۱۳۸۵.



منبع: پرتال فرش ایران، ۱۳۸۹.

۴. ارزش صادراتی سایر کفپوش‌ها

جدا از فرش، بخش قابل توجهی از صادرات کشور به انواع گلیم، گبه و ... مربوط می‌شود که میزان آن طی سال‌های متمادی روندی رو به رشد داده است. نمودار (۱)، میزان صادرات این کفپوش‌ها را نشان می‌دهد.

نمودار ۱- صادرات انواع کفپوش‌ها به غیر از فرش

میزان تولید فرش دستباف در ایران

میزان دقیق تولید فرش در ایران مشخص نیست، چون مقدار قابل توجهی از فرش‌های تولیدی جنبه مصرف شخصی داشته و روانه بازار نمی‌شوند. اما میزان آن در حدود چها تا پنج میلیون مترمربع تخمین زده می‌شود.

اگر بخواهیم میزان تولید فرش دستباف با فرش ماشینی مقایسه شود، شاید کمی حیرت زده شویم. ظرفیت نصب شده فرش ماشینی در کشور در حدود ۱۵۰ میلیون متر مربع است، اما تولید در حدود ۷۰ تا ۸۰ میلیون متر مربع در سال است [۱۰].

۵. روش تحقیق

روش شناسی تحقیق توصیفی-تحلیلی و روش تحقیق کمی از نوع پیمایشی بوده است که از ابزار پرسشنامه جهت جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. جامعه آماری شامل تجار فرش شهر اردبیل است که در تجارت داخلی و صادرات فرش فعالیت دارند. حجم نمونه مورد نظر ۷۰ نفر بوده است و روش انتخاب نمونه‌ها به صورت تصادفی ساده بوده است. نرم افزار مورد استفاده نیز SPSS بوده است.

روایی تحقیق از طریق جمع آوری نظرات متخصصان و صاحب نظران در زمینه صادرات فرش و همچنین برخی فرش بافان حاصل شده است. پایایی تحقیق نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ حاصل شد که در جدول (۴) نشان داده شده است که نتیجه حاصله حاکی از پایایی مناسب پرسشنامه دارد.

جدول ۴- میزان پایایی پرسش نامه

عوامل	میزان آلفا	مناسب/ نامناسب
عوامل اقتصادی موثر بر افت صادرات فرش	۰/۷۱	مناسب
عوامل کیفیتی موثر بر افت صادرات فرش	۰/۷۰	مناسب
عوامل مدیریت و بازاریابی موثر بر افت صادرات فرش	۰/۷۵	مناسب

منبع: یافته‌های تحقیق

میانگین سابقه فعالیت پاسخگویان در امر تجارت فرش ۴/۴ سال و متوسط سن پاسخگویان ۴۵ سال بوده است. همان طور که جدول‌های (۵) و (۶) نشان می‌دهند، بیشتر پاسخگویان فروشندگان

فرش دستباف بوده‌اند. همچنین پاسخ گویان عمدتاً تحصیلات دیپلم داشته‌اند.

جدول ۵- فروشندگان فرش ماشینی/دستباف در اردبیل

گویه	فراوانی	درصد
دستباف	۴۵	۶۴/۳
ماشینی	۴	۵/۷
هر دو	۱۹	۲۷/۱
بدون پاسخ	۲	۲/۹
جمع	۷۰	۱۰۰

جدول ۶- میزان تحصیلات تجار فرش و

فروشندگان فرش در شهر اردبیل

گویه	فراوانی	درصد
بی سواد	۱	۱/۴
زیر دیپلم	۲۳	۳۲/۹
دیپلم	۲۴	۳۴/۳
فوق دیپلم	۹	۱۲/۹
کارشناسی	۱۱	۱۵/۷
کارشناسی ارشد	۱	۱/۴
بدون پاسخ	۱	۱/۴
جمع	۷۰	۱۰۰

۶. نگرش افراد نسبت به عوامل پیشروی افت صادرات فرش دستباف

در این بخش علل کاهش صادرات فرش دستباف ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد (جداول ۷، ۸، ۹، ۱۰ و ۱۱). نتایج آن به طور خلاصه به شرح زیر است:

۱. برخلاف برخی باورها که در جامعه وجود دارد، پاسخگویان معتقد نیستند که عامل کاهش صادرات فرش دستباف تکراری شدن نقش‌ها و کاهش کیفیت فرش است.

۲. در عین حال پاسخگویان معتقد هستند که موانع قانونی، عدم بازاریابی مناسب، قیمت نامناسب و رقبای خارجی نقش مهمی در کاهش صادرات فرش دستباف داشته‌اند.

۳. تغییر سبک زندگی مردم و تغییر ذائقه خریداران و ورود فرش‌های ماشینی و کیفیت بهتر این فرش‌ها نسبت به فرش

دستباف باعث افزایش رغبت خریداران به فرش ماشینی نسبت به فرش دستباف شده است.

۴. پاسخگویان دوام، سنتی بودن، تعلق آن به میراث فرهنگ کشور و زیبایی و ظرافت و شهرت را از نقاط قوت فرش دستباف در بازارهای جهانی دانسته‌اند.

جدول ۷- دیدگاه پاسخگویان درباره بعد اقتصادی تاثیرگذار بر افت صادرات فرش دستباف

گوپه‌ها	نگرش	انحراف معیار	میانگین
کاهش کیفیت مهم‌ترین عامل کاهش تمایل به فرش دستباف است.	موافق	۱/۱۴	۲/۷۷
تکراری شدن نقش‌ها از مهم‌ترین علل عدم رغبت به فرش دستباف است.	موافق	۱/۰۶	۲/۷۱
ورود فرش فروشان بی تجربه از مهم‌ترین موانع توسعه فرش دستباف است.	موافق	۱/۱۸	۲/۶۹
صادرات فرش‌های بی کیفیت از جمله علل کاهش صادرات فرش دستباف است.	موافق	۱/۰۲	۲/۲۰
قیمت مهم‌ترین عامل عدم تمایل به فرش دستباف است.	موافق	۱/۰۶	۲/۱۳
تغییرات نرخ ارز از جمله علل کاهش صادرات فرش دستباف است.	موافق	۰/۶۵	۱/۹۱
روستاییان دیگر رغبت سابق به تولید فرش دستباف را ندارند.	موافق	۰/۷۸	۰/۷۵
رقبای خارجی مهم‌ترین عامل کاهش فرش دستباف است.	موافق	۰/۹۱	۱/۷۳
مشکلات مالی و اعتباری از مهم‌ترین عوامل توسعه صنعت فرش است.	موافق	۰/۶۴	۱/۶۹
کل			۲/۰۶

موافق: ۱.....۲/۵.....۴: مخالف

جدول ۸- دیدگاه پاسخگویان نسبت به بعد کیفیتی تاثیرگذار بر افت صادرات فرش دستباف

گوپه‌ها	نگرش	انحراف معیار	میانگین
کیفیت فرش دستباف نسبت به ماشینی از مهم‌ترین دلایل رغبت به فرش دستباف است.	موافق	۱/۳۸	۰/۶۸
نقش و نگارهای فرش دستباف از مهم‌ترین دلایل رغبت به فرش دستباف است.	موافق	۱/۳۶	۰/۶۱
سنتی بودن فرش و ریشه فرهنگی آن علت تمایل به فرش دستباف است.	موافق	۱/۳۱	۰/۵۵
ریشه تاریخی فرش باعث توسعه صادرات آن است.	موافق	۱/۳۰	۰/۵۴
فرش به عنوان میراث فرهنگی کشور در خارج مورد توجه است.	موافق	۱/۲۶	۰/۴۷
دوام فرش دستباف از مهم‌ترین دلایل رغبت به فرش دستباف است.	موافق	۱/۲۴	۰/۵۷
زیبایی یکی از عوامل تمایل به فرش دستباف است.	موافق	۱/۲۴	۰/۴۹
شهرت فرش دستباف نقطه قوت توسعه آن است.	موافق	۱/۱۷	۰/۳۷
ظرافت یکی از عوامل تمایل به فرش دستباف است	موافق	۱/۱۴	۰/۳۵
کل			۰/۵۱

موافق: ۱.....۲/۵.....۴: مخالف

جدول ۹- دیدگاه پاسخگویان درباره بعد مدیریت و بازاریابی موثر بر افست صادرات فرش دستباف

نگرش	انحراف معیار	میانگین
تبدیل فرش از یک کالای عادی به یک کالای لوکس از جمله مشکلات تولید فرش دستباف است.	۲/۵۳	۰/۹۲
سهولت استفاده مهم‌ترین عامل رغبت به فرش‌های ماشینی است.	۲/۴۹	۱/۱۲
تغییر سبک زندگی روستاییان باعث بی‌نیازی آن‌ها به تولید فرش شده است.	۲/۴۴	۰/۹۴
بهبود وضعیت نسبی روستاییان باعث بی‌نیازی آن‌ها به تولید فرش شده است.	۲/۴۲	۱/۰۲
تغییر ذائقه خریداران، مهم‌ترین دلیل عدم تمایل به فرش دستباف است.	۲/۴۲	۰/۹۵
ورود فرش‌های ماشینی و موکت موجب کاهش رغبت به فرش دستباف است.	۱/۶۷	۰/۷۶
فرش دستباف بازار پسندی بالایی دارد.	۱/۶۱	۰/۹۰
عدم بازار یابی مناسب مشکل صادراتی فرش دستباف در خارج است.	۱/۴۷	۰/۷۷
کل		۰/۹۲

موافق: ۱.....۲/۵.....۴: مخالف

۷. مشکلات فرش دستباف از دید پاسخگویان

دستباف را بیان کنند. برخی مطالب ذکر شده توسط تجار به شرح زیر هستند(جدول ۱۰):

از پاسخگویان خواسته شد که علل مشکلات کنونی فرش

جدول ۱۰- دیدگاه پاسخگویان درباره مشکلات فرش دستباف

ردیف	گویه	پاسخ‌ها	درصد	دلایل پاسخ‌گویان
۱	کاهش تولید فرش هم مربوط به فرش دستباف است و هم ماشینی و اختصاص تنها به فرش دستباف ندارد.	بلی	۲۴/۳	رکود کلی و به همه جا سرایت کرده است.
	کاهش فرش دستباف امری جهانی است و اختصاص به ایران ندارد.	خیر	۷۵/۷	چون صنعت فرش ماشینی برخلاف دستباف روز به روز در حال تحول است. علت کاهش فرش دستباف عدم شناخت بازار داخلی و خارجی است. مشکل اصلی فرش دستباف دستمزدکارگران است. با توجه به قیمت پایین فرش ماشینی خریداران آن را ترجیح می‌دهند.
۲	کاهش فرش دستباف امری جهانی است و اختصاص به ایران ندارد.	بلی	۵۴/۳	علت آن عمدتاً ناشی از بد شدن وضع اقتصادی است.
	کاهش فرش دستباف امری جهانی است و اختصاص به ایران ندارد.	خیر	۴۵/۷	زیرا بر خلاف ایران جایگاه فرش دستباف رو به رشد است. علت کاهش فرش دستباف ورود تولیدکنندگان جدید است. این موضوع در کشورهای دیگر مصداق ندارد.
۳	فرایند تولید فرش دستباف، سنتی و غیرعلمی است.	بلی	۷۴/۳	این مساله در رنگ و طراحی بیشتر نمود دارد. بلی ولی این سنتی بودن و غیر علمی بودن موجب فروش بیشتر است و نباید فرش و تولید آن علمی شود.

ردیف	گویه	پاسخ‌ها	درصد	دلایل پاسخ گویان
		خیر	۲۵/۷	هم اکنون مراکز آموزش فرش و بخش‌های دانشگاهی فعال هستند و نباید همه مشکلات فرش را به غیرعلمی بودن آن ربط داد.
۴	بهبود موقعیت روستاییان باعث عدم تمایل به تولید فرش دستباف شده است.	بلی	۵۲/۹	فرش بافی کار سختی است که به خاطر اجبار افراد به سراغ آن می‌روند.
		خیر	۴۷/۱	عدم تمایل به فرش دستباف ناشی از عقب ماندگی آن‌ها نسبت به تکنولوژی روز است. تولید فرش جدا از تامین نیاز معیشتی افراد یک سلیقه و علاقه خاصی می‌طلبد و تولید آن تنها جنبه معیشتی ندارد.
۵	توسعه بخش کشاورزی عامل رکود فرش دستباف در سال‌های اخیر بوده است.	بلی	۲۷/۵	مردم همواره دنبال کار پردرآمدتر هستند.
		خیر	۷۲/۵	چون کار هر کس بر حسب علاقه وی می‌باشد، این دو هیچ ربطی به هم ندارند کشاورزی و فرش همیشه با هم بوده‌اند و امر جدیدی نیست که مشکلات فرش را به آن نسبت دهیم. با توجه به این که این دو کار در دو فصل مختلف صورت می‌گیرد، لذا منافاتی با هم ندارند. بهبود قیمت کشاورزی موجب رونق فرش می‌شود. تولید محصولات کشاورزی درآمد ایجاد کرده و خود روستایی هم قدرت خرید بیشتر را می‌یابد.
۶	مهاجرت روستاییان به شهرها عامل رکود فرش دستباف در سال‌های اخیر بوده است.	بلی	۵۳	چون فرش‌بافان در شهرها به کارگری پرداخته و دیگر فرش نمی‌بافند.
		خیر	۴۷	فرش جای زیادی در خانه نمی‌گیرد که با مهاجرت، افراد کار فرش‌بافی را رها نمایند. بسیاری از مهاجران بعد از رفتن به شهرها هم به تولید فرش پرداخته‌اند.

۸. وضعیت آتی فرش

از پاسخگویان خواسته شد که نظر خود را درباره آینده صادرات فرش دستباف بیان کنند. آن‌ها معتقد بودند که وضعیت آتی فرش بد خواهد بود (جدول ۱۱).

جدول ۱۱- وضعیت آتی فرش

فرآوانی	درصد	گویه‌ها
۴۷	۶۷/۱	بد
۱۲	۱۷/۱	خوب
۱۱	۱۵/۷	بدون تغییر
۷۰	۱۰۰	جمع

۹. انتخاب فرش دستباف/ماشینی

از پاسخگویان خواسته شد با توجه به تمامی شرایط و خصوصیات موجود بین فرش دستباف و ماشینی کدام را برای منزل خود تعیین می‌کنند، تمامی آن‌ها فرش دستباف را انتخاب کردند. وقتی از آن‌ها خواسته شد که علت این انتخاب خود را بیان کنند (با وجودی که برخی از آن‌ها فروشنده فرش ماشینی نیز بودند)، دلایل زیر را بیان نمودند:

۱. ظرافت، زیبایی و دوام و قدمت آن.

۲. سازگاری آن با روح و جان انسان و طبیعت.

۳. چون نوعی سرمایه محسوب می‌شود و همواره روی بورس است و از قیمت آن کاسته نمی‌شود.

۴. از نظر سلامتی نسبت به فرش دستباف به بدن و عضلات صدمه کمتری می‌زند.

۵. چون نفع خرید آن به مردم فقیر و زحمتکش پایین جامعه می‌رسد.

جدول ۱۳- بیشترین سازمان یا گروه مقصر در

کاهش صادرات فرش دستباف ایران

گویه	فراوانی	درصد
خریداران	۷	۱۰
فروشنده‌گان	۴	۵/۷
تولیدکنندگان	۴	۵/۷
دولت	۴۹	۷۰
جمع	۶۵	۲۹/۹
بدون پاسخ	۵	۸/۵
جمع کل	۷۰	۱۰۰

در ادامه از پاسخگویان خواسته می‌شود که موانع توسعه فرش را بیان نموده و راهکارهای بهبود فرش دستباف را ذکر کنند که نتایج مباحث گفته شده توسط آن‌ها در جدول (۱۴) آمده است.

جدول ۱۴- موانع و راهکارهای توسعه فرش

دستباف از دید تجار فرش اردبیل

موانع توسعه فرش دستباف	راهکارهای بهبود فرش دستباف
- عدم حمایت از فرش بافان - گرانی قیمت فرش دستباف - گرانی مواد اولیه - عدم شناخت ذائقه مصرف کننده - کمبود دستمزد فرش بافان - دخالت بیش از حد دولت - نبود یک نگرش راهبردی به فرش - بالا بودن قیمت تمام شده فرش - تجار خارجی برای ورود به کشور دچار مشکل هستند	- رایزنی دولت در خارج برای بازاریابی فرش دستباف - ایجاد اتحادیه فرش بافان و تجار به طور مجزا - اعطای اعتبار به کارآفرینان بخش فرش - بازاریابی مناسب برای فرش - ایجاد یک موسسه مالی یا بانک برای فرش - حذف موانع مالیاتی و گمرکی - استفاده از اساتید طراح و رنگرز ماهر - بیمه کردن تجار و فرش بافان

۱۱. مولفه‌های اثرگذار بر صادرات فرش

در این قسمت به این مساله می‌پردازیم که در کل چه مولفه‌هایی بر صادرات فرش موثر هستند؟ این سوال به ما کمک می‌کند که بفهمیم بایستی کدام مولفه‌ها را مورد توجه قرار داد تا با بهبود آن وضعیت صادرات فرش ارتقا یابد. جهت این کار از

۱۰. دیدگاه پاسخگویان نسبت به مدیریت فرش

همچنین پاسخگویان وزارت بازرگانی را بهترین سازمان متولی فرش دانسته‌اند (جدول ۱۲) و در عین حال دولت را عامل اصلی مشکلات کنونی فرش قلمداد نموده‌اند (جدول ۱۳).

جدول ۱۲- سازمان پیشنهادی جهت متولی گری

فرش

گویه‌ها	فراوانی	درصد
میراث فرهنگی	۱۱	۱۵/۷
وزارت بازرگانی	۲۸	۴۰
وزارت صنایع	۸	۱۱/۴
جهاد کشاورزی	۲	۲/۹
سازمانی مجزا	۱۳	۱۸/۶
سازمانی مشترک از سازمان‌های بالا	۱	۱/۴
جمع	۶۳	۹۰
بدون پاسخ	۷	۱۰
جمع کل	۷۰	۱۰۰

مولفه‌های دیگر در جدول (۱۷) شرح داده شده است. کل واریانس تبیین شده توسط مولفه‌ها ۷۲/۴۸ درصد است.

جدول ۱۵- آزمون بارتلت و ضریب KMO

آزمون KMO	۰/۷
آزمون بارتلت	۴۲/۷۳۴
درجه آزادی آزمون بارتلت	۲۷۶
معنی‌داری آزمون بارتلت	۰/۰

روش تحلیل عاملی استفاده می‌شود. روش چرخش واریماکس انتخاب شده و روش تحلیل عاملی «مولفه‌های اصلی» می‌باشد. جهت مناسب بودن داده‌ها نیز از آزمون بارتلت و ضریب KMO استفاده شد (جدول ۱۵) که نتایج حاکی از مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی دارد.

نتایج حاکی از آن است که هشت مولفه بر صادرات فرش دستباف اثرگذار هستند که در جدول (۱۶) با ذکر متغیرهای مربوط به هر کدام نشان داده شده اند. بر این اساس، فروشندگان فرش بیشترین نقش را در صادرات فرش دستباف بازی می‌کنند (بالاترین درصد واریانس به میزان ۲۰/۲۴ درصد). وزن هر یک از

جدول ۱۶- مولفه‌های موثر بر صادرات فرش

مولفه‌ها								گویه‌ها
فروشنده‌گان	بازاریابی	عوامل خارجی	قوانین موجود	کیفیت محصول	جنبه‌های هنری فرش	مسایل مربوط به بخش تولید	ذائقه مصرف کنندگان	
							۰/۶۷	تغییر ذائقه خریداران، مهم‌ترین دلیل عدم تمایل به فرش دستباف است.
	۰/۵۲							تکراری شدن نقشه‌ها از مهم‌ترین علل عدم رغبت به فرش دستباف است.
			۰/۵					تبدیل فرش دستباف به یک کالای لوکس عامل رغبت کمتر به فرش دستباف است.
							۰/۴۶	ورود فرش فروشان بی‌تجربه از مهم‌ترین موانع توسعه فرش دستباف است.
							۰/۷۹	مشکلات مالی و اعتباری از مهم‌ترین عوامل توسعه صنعت فرش است.
							۰/۸۳	بهبود وضعیت نسبی روستاییان باعث بی‌نیازی آن‌ها به تولید فرش شده است.
							۰/۷۹	تغییر سبک زندگی روستاییان باعث بی‌نیازی آن‌ها به تولید فرش شده است.
						۰/۷۳		زیبایی یکی از عوامل تمایل به فرش دستباف است.
						۰/۵۸		ظرافت یکی از عوامل تمایل به فرش دستباف است.
						۰/۶۸		سنتی بودن فرش و ریشه فرهنگی آن علت تمایل به فرش دستباف است.
				۰/۶۸				دوام فرش دستباف از مهم‌ترین دلایل رغبت به فرش دستباف است.
				۰/۵۴				نقش و نگارهای فرش دستباف از مهم‌ترین دلایل رغبت به فرش دستباف است.
				۰/۷۹				کیفیت فرش دستباف نسبت به ماشینی از مهم‌ترین دلایل رغبت به فرش دستباف است.
								شهرت فرش دستباف نقطه قوت توسعه آن است.
	۰/۷۳							فرش دستباف بازار پسندی بالایی دارد.
						۰/۷۳		فرش به عنوان میراث فرهنگی کشور در خارج مورد توجه است.
						۰/۸۱		ریشه تاریخی فرش باعث توسعه صادرات آن است.
		۰/۷۴						عدم بازاریابی مناسب مشکل صادراتی فرش دستباف در خارج است.
		۰/۸۴						صادرات فرش‌های بی‌کیفیت از جمله علل کاهش صادرات فرش دستباف است.
		۰/۸۵						مشکلات سیاسی از جمله دلایل مهم کاهش صادرات فرش دستباف است.

جدول ۱۷- وزن هر یک از مولفه‌ها

ردیف	نام مولفه	درصد واریانس متعلق به هر مولفه
۱	فروشنندگان	۲۰/۲۴
۲	بازاریابی	۱۴/۸۰
۳	عوامل خارجی	۸/۴۳
۴	قوانین موجود	۷/۹۰
۵	کیفیت محصول	۶/۳۹
۶	جنبه‌های هنری فرش	۵/۶۹
۷	مسایل مربوط به بخش تولید	۴/۵۴
۸	ذائقه مصرف‌کنندگان	۴/۴۵

جمع‌بندی و ملاحظات

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که پاسخگویان اعتقاد ندارند که کاهش صادرات فرش دستباف ناشی از تکراری شدن نقش‌ها و کاهش کیفیت فرش است، هر چند که موانع قانونی، عدم بازاریابی مناسب، قیمت نامناسب و رقبای خارجی نقش مهمی در کاهش صادرات فرش دستباف داشته‌اند. از طرفی تغییر سبک زندگی مردم و تغییر ذائقه خریداران و ورود فرش‌های ماشینی و کیفیت بهتر این فرش‌ها نسبت به فرش دستباف باعث افزایش رغبت خریداران به فرش ماشینی شده است. پاسخگویان دوام، سنتی بودن، تعلق آن به میراث فرهنگ کشور و زیبایی و ظرافت و شهرت را از ویژگی‌های فرش دستباف دانسته‌اند. موانع قانونی، عدم بازاریابی مناسب، قیمت نامناسب و رقبای خارجی نقش مهمی در کاهش صادرات فرش دستباف داشته‌اند.

همچنین در این تحقیق مولفه‌های ذائقه مصرف‌کنندگان، مسایل مربوط به بخش تولید، جنبه‌های هنری فرش، کیفیت محصول، قوانین موجود، عوامل خارجی، بازاریابی و فروشنندگان مولفه‌هایی معرفی شدند که به‌طور کلی بر صادرات فرش موثرند. پاسخگویان دولت را مهم‌ترین مقصر در امر کاهش صادرات فرش دستباف دانسته‌اند و در عین حال وزارت بازرگانی را همچنان بهترین گزینه برای تولی‌گری فرش دانسته‌اند. در عین حال پاسخگویان وضعیت آتی فرش را بد دانسته‌اند.

در نهایت پاسخگویان پیشنهاد می‌کنند که با ایجاد یک اتحادیه، تأسیس بانک یا موسسه مالی به منظور حمایت مالی و کاهش موانع گمرکی به صادرات این محصول کمک شود.

پیشنهادهات

۱. ذائقه مصرف‌کنندگان از جمله مولفه‌های موثر بر صادرات فرش دستباف بوده است که تغییر تدریجی آن موجب افول صادرات شده است. لذا بایستی نوع محصول ارائه شده مطابق با این ذائقه (نظیر طرح، نقش و حتی ابعاد فرش) تغییر یابد.

۲. دولت مدیریت نامناسبی دارد و پاسخگویان از عملکرد آن ناراضی بودند. بازتعریف نقش دولت و تدوین قوانین مناسب می‌تواند در رونق فرش دستباف موثر باشد.

۳. بیشتر پاسخگویان معتقد بودند که با توجه به سختی کار فرش با بهبود اوضاع فرش‌بافان این گروه کمتر به سراغ تولید فرش می‌روند. این مساله می‌تواند با ارتقای وضعیت بهداشتی و توسعه ادوات مناسب (که متأسفانه پس از سال‌ها همچنان به شکل اولیه و سنتی خود باقی مانده است) حل شود.

۴. به باور پاسخگویان برخی عوامل همچون مهاجرت روستاییان به شکلی غیر مستقیم بر صادرات فرش اثر می‌گذارد. علت در این است که تولید فرش عمدتاً در روستاها قرار دارد. لذا باید تمرکز تولید فرش به شهرها هم کشیده شود و این کار از طریق برگزاری دوره‌های رایگان آموزشی و حتی تشویق مهاجران روستایی به ادامه تولید فرش (از قبیل اعتبارات و ...) بر تولید و به تبع آن بر صادرات فرش دستباف موثر باشد.

پی‌نوشت

۱. شما آبادی و دیگران، ۱۳۸۴، ص ۷۹-۱۰۰.

۲. حشمتی، ۱۳۸۱، ص ۱.

۳. چوبینه، ۲۰۰۷، ص ۱۷۶.

۴. وب‌سایت سازمان فرش ایران، ۱۳۸۷.

۵. وب‌سایت سازمان فرش ایران، ۱۳۸۷.

۶. شجری، ۱۳۸۲، ص ۲۲۲.

۷. ازوجی، ۱۳۸۲، ص ۲۵۵.

۸. فرحبخش، ۱۳۸۱، ص ۲۲۳-۲۳۵.

۹. کیانی ابری و دیگران، ۱۳۸۵، ص ۸۷-۱۱۲.

۱۰. بیطرف پور کرمانی، ۱۳۸۹، ص ۲.

۱۱. صادقیان، ۱۳۸۹.

۱۲. خوشبختانه بعد از سال‌ها کاهش در میزان صادرات فرش، صادرات فرش دستباف در سه ماه اول سال ۱۳۸۹ نسبت به مدت مشابه سال ۱۳۸۸ رشد ارزشی داشته و در سه ماه اول سال ۱۳۸۹ مقدار ارزش صادرات فرش بیش از ۱۰۴ میلیون دلار بوده که این رقم برای دوره مشابه سال ۱۳۸۸ معادل ۷۶ میلیون دلار بوده است که در حدود ۳۶/۷ درصد رشد داشته است. در سه ماهه اول ۱۳۸۹، مقدار صادرات وزنی فرش دستباف معادل ۱۶۲۵/۴ تن بوده که این رقم برای دوره مشابه سال ۱۳۸۸ معادل ۱۱۷۴/۷ تن بوده است که در حدود ۳۸/۳۶ درصد رشد داشته است. آمریکا با حدود ۱۷ میلیون دلار واردات فرش دستباف از ایران در سه ماهه اول ۱۳۸۹ رتبه اول را در بین کشورهای واردکننده فرش دستباف ایران داشته است و پس از آن کشورهای امارات، آلمان، قطر، ژاپن، ایتالیا، لبنان، عربستان، کانادا، سوئیس، اتریش، انگلستان، کویت، سوئد، فرانسه، استرالیا و دانمارک به ترتیب بیشترین فرش دستباف را از ایران وارد کشور خودشان کرده‌اند (سایت خبر آنلاین، ۱۳۸۹).

منابع

ازوجی، علاءالدین، بررسی بازارهای جهانی فرش دستباف و شناسایی محدودیت‌های تجاری و تعرفه‌ای آن، مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی تحقیقات فرش دستباف ایران، تهران، ۱۳۸۲.

بیطرف پور کرمانی، محمد حسن، تحلیلی بر وضعیت فرش دستباف کشور در بازارهای جهانی، ۱۳۸۹.

پرتال سازمان فرش ایران، آمار صادراتی سایر کفپوش‌ها، <http://incc.ir>، ۱۳۸۹.

حشمتی رضوی، فضل‌الله، مدیریت هنر و صنعت فرش ایران،

انتشارات سمت، تهران، ۱۳۸۱.

سایت خبرآنلاین [مصاحبه با فیصل مرداسی، رئیس مرکز ملی فرش ایران]، رشد صادرات فرش دستباف ایران، <http://www.khabaronline.ir>، ۱۳۸۹.

شجری، هوشنگ و مرجان قوامی، صادرات فرش دستباف ایران با اتحادیه اروپا و اثر رقابت خارجی بر آن، مجموعه مقالات اولین کنفرانس ملی تحقیقات فرش دستباف ایران، تهران، ۱۳۸۲.

شم‌آبادی، محمدعلی، سیدحمید، خداداد حسینی، بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران: بررسی عوامل موثر و آسیب‌شناسی، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۳، تابستان، ۱۳۸۶.

شم‌آبادی، محمدعلی، خداداد حسینی، سید حمید، طراحی الگوی بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران، فصلنامه مدرس علوم انسانی، پاییز، ۱۳۸۴.

صادقیان، احمد، دولت مشکلات صنعت فرش را حل کند، سینا (سازمان خبری اقتصاد ایران) <http://www.sibna.ir>، ۱۳۸۹.

فرحبخش، ندا، بررسی عوامل موثر بر صادرات فرش، پژوهشنامه اقتصادی، شماره ۲۲۳، ۱۳۸۱.

کیانی ابری، مهدی، خاقانی، حسین، مقایسه ارزش افزوده فرش دستباف در شرایط تولید کارفرمایی و خویش‌فرمایی، فصلنامه گنج، شماره ۴۵، ۱۳۸۶.

وبسایت شرکت سهامی فرش ایران، آمار صادرات فرش ایران، ۲۶ آبان، ۱۳۸۷.

یزدی، عباسعلی، ترکیب صادرات فرش دستباف ایران به بازارهای خارجی، ۱۳۸۵.

Choobineh, Hosseini Alireza, Mostafa, Lahmi. Mohammadali, Khani Jazani. Reza. Shahnava. Houshang(2007). Musculoskeletal problems in Iranian hand-woven carpet industry:Guidelines for workstation design, Applied Ergonomics 38, 2007.