

ایرانی ترین کالای ایرانی

تهیه و تنظیم: صدیقه بهشتی نژاد

انتشارات گنجینه فخرالدین

۱۳۹۷

سرشناسه: بهشتی نژاد، صدیقه، ۱۳۵۴

عنوان و نام گردآورنده: ایرانی ترین کالای ایرانی / صدیقه بهشتی نژاد

مشخصات نشر: اصفهان: نشر گنجینه فخرالدین، ۱۳۹۷

مشخصات ظاهری: ۷۲ ص، مصور.

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

موضوع: قالی و قالی بافی - ایران - اصفهان

رده بندی کنگره: ۱۳۹۷: ۹ب۹ الف / NK۲۸۰۹

رده بندی دیویی: ۷۴۶/۷۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۵۳۴۲۹۱۱

کتابخانه پیرامون ایرانی ترین کالای ایرانی

ناشر: گنجینه فخرالدین

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۷

شماره جلد: ۰۰۰

تعداد صفحات: ۷۱ + ۱۰۰ عه رقعی

حروف نگاری و صفحه آرایی: صدیقه بهشتی نژاد

نمونه خوانی: والا صنایع راه

طراح و تذهیب: طاهرا صنایع زاد

ناظر فنی: انتشارات گنجینه فخرالدین

مدیر تولید: صدیقه بهشتی نژاد

گنجینه فخرالدین

انتشارات گنجینه فخرالدین آدرس ناشر: اصفهان خیابان آذر سوم کوی مظاهری مجتمع گلاره پ ۹

انتشارات گنجینه فخرالدین

شایک: ۷-۱-۹۹۳۰۷-۶۲۲-۹۷۸



۹	پیشگفتار
۱۳	بخش اول
۱۳	۱-۱ مقدمه
۱۶	۱-۲ تعاریف نظری و عملیاتی واژه‌ها
۱۹	بخش دوم
۱۹	۲-۱ مقدمه:
۲۰	۲-۲ آشنایی با صنعت فرش
۲۰	۲-۳ ریخ فرش ایران
۲۵	۲-۴ تعریف فرش دستباف
۲۵	۲-۵ ویژگی‌های فرش دستباف
۲۵	۲-۵-۱ ویژگی‌های فرش دستباف اصفهان
۲۷	۲-۶ اهمیت صنعت فرش از نظر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی
۲۸	۲-۷ روند صادرات فرش دستباف ایران از سال ۱۳۵۲-۱۳۹۶
۳۴	۲-۸ تعریف استراتژی و برنامه‌ریزی استراتژیک
۳۶	۲-۸-۱ فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک: مدل دیوید:
۳۷	۲-۸-۲ تحلیل فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی
۴۰	۲-۸-۳ تحلیل نقاط قوت و ضعف داخلی
۴۳	۲-۸-۴ تجزیه و تحلیل قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات صنعت فرش
۴۳	۲-۸-۵ تدوین استراتژی‌ها
۴۴	۲-۸-۵-۱ سطوح تعیین استراتژی:
۴۶	۲-۸-۶ ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی
۴۸	بخش سوم
۴۸	۳-۱ مقدمه
۴۹	۳-۲ مأموریت مرکز ملی فرش ایران
۵۰	۳-۳ بیانیه رسالت هنر صنعت فرش دستباف

۵۱	۳-۴ هدف‌های سالانه مرکز ملی فرش ایران
۵۶	۳-۵ ماتریس ارزیابی عوامل داخلی
۵۸	۳-۶ ماتریس ارزیابی عوامل خارجی
۶۱	ماتریس سوات swot
۶۲	۳-۷ ترسیم ماتریس داخلی و خارجی (IE)
۶۳	۳-۸ تشریح یافته‌های توصیفی مورد مطالعه
۶۵	۳-۹ تصمیم‌گیری: ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) در صنعت فرش
۶۹	۳-۱۰ جمع‌بندی نتایج بدست آمده :
۷۱	بخش چهارم
۷۱	بحث و نتیجه‌گیری
۷۷	فهرست منابع

کتاب ایرانی‌ترین کالای ایرانی درباره فرش ایران است با تلاش گردآورنده صدیقه بهشتی
نژاد و توسط انتشارات گنجینه فخرالدین به چاپ رسید. کتابی که نگاهی نقادانه و
پژوهش محور به ابعاد مختلف فرش دارد.

www.ketab.ir

پیشگفتار

آوازه فرش ایرانی هرچند برای سال‌ها است که در گوشه و کنار جهان شنیده می‌شود اما نقش و نگارهای این صنعت و هنر ایرانی با ورود رقبای پرتلاش و با بی‌تدبیری متصدیان در حال کم رنگ شدن است.

درحالی‌که تمامی صنایع خود را برای حضور در بازارهای جهانی به‌خصوص در دوره پس از تحریم‌ها آماده می‌کنند به نظر می‌رسد مشکل اصلی فرش ایرانی ماندن در تولید سنتی باشد. اینکه فرش را به‌نظیر است بر هیچ‌کسی پوشیده نیست اما هر کالای بی‌نظیری برای تداوم ماندگاری در بازارهای مختلف نیازمند توجه به تقاضای خریدار است. تولیدکنندگان ما در ۹۰ درصد مورد با رویکرد سنتی خود نقش‌ها و طرح‌های سنتی را برای بازارهای جهانی ارائه می‌کنند درحالی‌که این شیوه تولید ما نیازمند بازنگری جدی است. فرش ایرانی برای کسب دوباره جایگاه خود در دوره تجارت مناسب نیازمند آن است که ۱۰ الی ۲۰ درصد تولید سنتی داشته باشد و ۱۰ الی ۹۰ درصد تولید خود را به تقاضای بازارهای جهانی اختصاص دهد. این امر مستلزم بررسی کارشناسی، به کارشناس‌های دانشگاهی بلکه افرادی که در این حرفه مویی سفید کردند و پیشکسرت می‌باشند و مطالعات گسترده‌ای برای آشنایی با سلاقی روز دنیا است که باید در دستور کار قرار گیرد.

همین عدم شناخت تقاضای بازار موجب شده با بر اساس آمارهای موجود میلیون‌ها فرش به ارزش هزاران میلیارد تومان در انبارهای تجار ایرانی و بازرگان خاک بخورد و خریداری نداشته باشد.

این درحالی‌که است که هند، پاکستان و نپال با تولیدات متدیر مطابق سلیقه مشتریان می‌توانند از سه ماه قبل محصولات خود را پیش‌فروش کنند.

ما نیز می‌توانیم با یاری دولتمردان از این صنعت ملی با حفظ تولید سنتی در فرش ایرانی مطابق تقاضای بازارهای جهانی پیش رویم.

فرش ایرانی بدون شک با اندک حمایتی جهش دوباره خواهد داشت. تقاضای حمایت دولت از این صنعت شامل ساماندهی بازار داخلی و جلوگیری از تبلیغات غیرواقعی برای ترویج فرش ماشینی نیز هست که مصرف‌کنندگان بدانند استفاده از ارزان‌ترین فرش‌های دستباف بهتر از استفاده از فرش‌های ماشینی است. پرز فرش ماشینی برای ریه‌های کودکان مان و مشکلات تنفسی برای گروه حساس مضر می‌باشد.

در حالی فرش ایرانی از حمایت دولت محروم است که همواره شاهد حمایت‌های گوناگون تعرفه‌ای از صنایعی مانند خودرو هستیم. همچنان که باید بابت ورزش چون کشتی بیشتر توجه کنیم، چون مربوط به هویت ایرانی ماست. توجه و حمایت دولت خصوصاً در سالی که بانام این حمایت مزین شده بیشتر احساس می‌شود.

این امر نیازمند سرمایه‌گذاری مدون از سوی مرکز ملی فرش است. نگاهی به سایر کشورها نیز حمایت از صنایع ملی را نشان می‌دهد. به‌طور مثال در کشور ژاپن که صنعت چوب به‌عنوان یک صنعت ملی شناخته می‌شود با پرداخت یارانه‌های سنگین، تولیدکنندگان این صنعت مورد حمایت قرار می‌گیرند تا این صنعت ملی ژاپن زنده و پویا باشد.

تقاضای نیز حمایت دولت و پرداخت یارانه برای تولیدکنندگان این هنر سنتی است تا تولیدکنندگان با آماری در محصولات خود بتوانند برنامه‌ریزی مدونی برای توسعه صادرات و خیز صادراتی فرش ایرانی برای افزایش ارزآوری، داشته باشند.

واقعیت این است که فرش ایرانی در بازارهای جهانی از تاریخ سه هزار سال پیش در درجه اول بوده، هست و خواهد بود و سهم فرش ایرانی از بازارهای جهانی قبل از انقلاب ۶۷ درصد بوده و در حال حاضر ۲۵ درصد است.

حال که بحث رفع تحریم‌ها و ورود هیئت‌های تجاری از کشورهای دنیا را شاهد هستیم، شایسته است که دولت ما نیز با اعزام هیئت‌های اقتصادی و استفاده از تجار بزرگ در زمینه‌های مختلف از جمله فرش بازاریابی دوباره‌ای را رقم بزند. فرش ما نیازمند تبلیغ در بازارهای جهانی است و تجار می‌توانند با عنوان سفیران کشور ما در کنار هیئت‌های دولتی به معرفی این هنر ایرانی و فروش گسترده آن بپردازند. در چنین حال تولیدکنندگان نیز برای حضور جدی‌تر در بازارهای جهانی باید در کنار افزایش کیفیت، تنوع طرح، رنگ و سایز و تقاضای مشتری اقدام کنند. این امر باعث پیشرفت نقوش فرش‌های ما در شهرهای مختلف می‌شود؛ امری که در شهرهای تبریز و قم اتفاق افتاده است و تنوع بالایی را شاهد هستیم.

جهش دوباره صادرات فرش ایرانی که با انجام تبلیغات مناسب انجام می‌شود، به‌طور قطع به افزایش اشتغال‌زایی این هنر و کسب درآمد میلیون‌ها بافنده ایرانی نیز می‌انجامد.

فرش عظیم زاده نیز به‌منظور ارائه جدیدترین فرش‌های خود در حال بافت دوتخته فرش ۲۰×۲۰ و دوتخته فرش ۲۰×۳۰ و در مجموع ۲ هزار مترمربع است که در دنیا بی‌نظیر است و

برای ۲۴۰ نفر سالیان سال اشتغال ایجاد کرده است (سایت رسمی عظیم زاده
<http://www.azimzadeh.ir>)

آقای احد عظیم زاده طبق گزارش رسمی ازجمله بهترین صادرکنندگان است می‌گوید:
شنیده بودم آلمان مرکز تجارت فرش است. ویزا گرفتم و به هامبورگ رفتم و در یک
مسافرخانه یا پانسیون مستقر شدم. به سالن‌ها و انبارهای فرش آنجا سر زدم و باسلیقه‌ها آشنا
شدم. آنجا به من گفتند ثروتمندان برای خرید فرش به سوئیس می‌روند. ویزای ۱۵ روزه
سوئیس گرفتم و به ژنو رفتم. زبان هم نمی‌دانستم. در یک هتل با تاجری آشنا شدم و او ایده
اصلی را به من داد: فرش گرد بباف. در آن دوران در ایران فرش گرد بافته نمی‌شد و کیفیت
تولید فرش و رنگ‌بندوها هم مناسب نبود. چای و قهوه‌ام را خوردم و همان روزبه ایران
برگشتم. به ده نردمان ردم و ساختمانی اجاره کردم. دستگاه خریدم، با ۱۰ درصد نقد و
بقیه اقساط. ابریشم هم قسماً خریدم. انسان باید ریسک‌پذیر باشد و من هم ریسک کردم. با
دست‌خالی و از هیچ شروع، بافتن فرش گرد کردم و چند نمونه که بیرون آمد سروکله
تاجران آلمانی پیدا شد و آنان به سفارش آمدند. در اولین قدم... کسب‌وکارم رونق گرفت و
صادراتم را به آلمان، ایتالیا، سوئیس، انگلستان، لژیک و دیگر کشورها آغاز کردم. بسیار سفر
کردم و ایده‌های جدید دادم. از موزه‌های فرش‌ها بازدید می‌کردم و از طرح‌ها اقتباس یا
از آن‌ها عکس می‌گرفتم و با الهام از آن‌ها و تالیق طرح‌ها ایده‌های نو بیرون می‌دادم. در این

مدت سلیقه مشتریان را شناختم. (سایت رسمی پارسینه) <https://www.parsine.com>

سیاست‌های اقتصادی آمریکا به فکر دشمنی با ایران است و این شکی ندارد. فرش ایران را
تحریم کرد. ولی فرش دستباف ایرانی متعلق به ملت ایران بوده و جزء هویت ملی، فرهنگی و
فکری مردم ایران محسوب می‌شود، باوجوداین هیچ کشوری حق ندارد روی ملیت ایران
را در حوزه تحریم خود قرار دهد.

رئیس مرکز ملی فرش بایان اینکه تحریم فرش دستباف ایران از سوی آمریکا موجب نقض
پروتکل‌های بین‌المللی شده است، در این راستا از طریق سازمان ملل و نهادهای جهانی دیگر
برای خروج فرش دستباف از تحریم اقامه دعوا شده است. در مرکز ملی فرش ایران موضوع
اعزام و پذیرش هیئت‌های تجاری، کسب درآمدهای پایدار و توسعه تجارت الکترونیک فرش
دستباف ایران، ایجاد مجتمع‌های قالیبافی و ورود سیاست‌گذاران و تجار فرش دستباف به
زنجیره‌های جهانی دنبال می‌شود.

کتاب حاضر در باره برنامه ریزی استراتژیک صنعت فرش دستباف اصفهان در قالب ماتریس سوات هست که برای برقراری ارتباط سازنده و پویا با عوامل درونی و محیط پیرامون آن باوجود تحریم‌ها تدوین شده است. برای رسیدن به این هدف، از تمام مدیران مرکز ملی فرش و اعضاء اتاق بازرگانی استان اصفهان، کارفرمایان و تولیدکنندگان بنام در اصفهان که شهرت جهانی دارند و از تولیدکنندگان فرش دستباف مطرح در این شهر می‌باشند برای تکمیل پرسش‌نامه مصاحبه و جداول سوات استفاده شد.

با استفاده از فن هم‌اندیشی (Barin Storming)، وضعیت موجود صنعت فرش دستباف اصفهان با مطالعه و تجزیه و تحلیل نموده و با توجه به مأموریت این صنعت که تولید بهتر و افزایش میزان صادرات این محصول در جهت ارزآوری است و موقعیت رقبا، برنامه استراتژیک طراحی شد