

گره‌های خارجی در فرش ایرانی / ۳۰ درصد از تجارت جهانی فرش از آن ایرانیان است

[ad_1]

به گزارش اقتصادآنلاین به نقل از شهروند ، این دغدغه‌ای است که حمید کارگر، رئیس مرکز ملی فرش مطرح می‌کند و از چالش‌هایی می‌گوید که بازار جهانی ۵۰۰ میلیون دلاری فرش ایران را به ۳۰۰ میلیون دلار کوچک کرده است. کارگر از مهاجرت تولید کنندگان فرش می‌گوید. روزهایی که تولیدکنندگان ناچار شدند برای حفظ بازارهای جهانی سرمایه‌شان را به کشورهای دیگر ببرند و فرش ایرانی را با کارگران خارجی ببافند.

او تأکید می‌کند در شرایطی که ایجاد یک شغل به‌طور میانگین سرمایه‌ای معادل ۲۰۰ میلیون تومان می‌طلبد، صنعت فرش تنها با یک بیستم این مبلغ یعنی ۲۰ میلیون تومان شغل ایجاد می‌کند و ادامه می‌دهد حالا در شرایط خشکسالی قالبیافی مهمترین صنعتی است که می‌تواند جمعیت روستاها را تثبیت کند اما یک سیاست نادرست مثل پرداخت یارانه نقدی به روستاییان، موجب ریزش تعداد زیادی از قالبیافان شده است. مشروح گفت‌وگو با حمید کارگر، رئیس مرکز ملی فرش را در ادامه می‌خوانید:

از گرفتاری‌هایی بگویید که بازار یکی از مهمترین کالاهای صادراتی ایران یعنی فرش را کوچک کرد.

فرش ایران با وجود تمام تنگناها و دشواری‌هایی که تحمل کرده همچنان صدرنشین بازارهای جهانی است. اما افت زیادی را طی یک دهه گذشته در بازارهای جهانی تجربه کردیم. از متوسط ۵۰۰ میلیون دلاری دو دهه گذشته به متوسط ۳۰۰ میلیون دلاری رسیدیم. این افت صادرات متاثر از عوامل متعدد داخلی و خارجی بود. برخی از این عوامل خارج از دسترس ما بودند. به‌عنوان مثال تحریمی که از طرف آمریکا از سال ۲۰۱۰ بر فرش ایران اعمال شد به شدت صادرات فرش دستباف ایران را متاثر ساخت. فراموش نکنیم که آمریکا بزرگترین واردکننده فرش دستباف ایران است. رقم واردات فرش دستباف این کشور سالانه حدود ۲۰۰ میلیون دلار است که قبل از تحریم ۸۰ میلیون دلار آن به صورت

مستقیم از ایران صورت می‌گرفت. برای سنجش اهمیت بازار آمریکا برای فرش دستباف ایرانی باید بدانید که این رقم بیش از ۱۶,۵ درصد از کل صادرات فرش ما بود. این آمارها به خوبی نشان می‌دهد که حذف شدن این بازار و رسیدن صادرات فرش ما به صفر، تأثیر بسزایی در کل صادرات فرش ما داشت.

به جز تحریم چه فاکتورهای دیگری بر بازار جهانی فرش ما تأثیرگذار بود؟

اتفاق دیگر تأثیرگذار در بازار فرش دستباف وقوع رکود اقتصادی در بین کشورهای اروپایی بود که تا حد زیادی فرش را به‌عنوان یک کالای لوکس از سبد خانوار خارج کرد. ناآرامی‌های سیاسی در برخی از کشورهای عربی از دیگر رخدادهایی است که بازار این هنر - صنعت ایرانی را تحت تأثیر قرار داد. تحریم‌های اقتصادی کشور نیز منجر به نوسانات نرخ ارز و بالا رفتن ریسک و هزینه‌های صادرات شد و مشکلات حمل‌ونقل هم در بازار فرش اثرگذار بودند.

برجام چقدر روی تجارت فرش ما تأثیر داشت؟

از ابتدای دولت یازدهم این روند کاهشی متوقف شده و تا حدی افزایشی شد. مهمترین علت این رشد هم بهبود مناسبات سیاسی کشور به‌ویژه برجام بود. بعد از ۵ تا ۶ سال وقفه و صادرات صفر به آمریکا، از ژانویه سال ۲۰۱۶ و بلافاصله با اعلام برجام، نخستین محموله صادراتی فرش دستباف از هامبورگ به لس‌آنجلس صادر شد و از ماه بعد از آن در فوریه ۲۰۱۶ (بهمن ۹۴) صادرات مستقیم از ایران به آمریکا را شاهد بودیم. همین اتفاق موجب شد که ما در سال ۹۵ بیش از ۹۰ میلیون دلار (یعنی بیشتر از سال ۲۰۱۰ و قبل از تحریم) صادرات فرش به آمریکا داشته باشیم. همین اتفاق سرجمع صادراتی ما در سال گذشته را به ۳۵۹,۸ میلیون دلار با وزن ۵ هزار و ۷۴۱ تن رساند. مقایسه این رقم با سال ۹۴ از رشد ۱۳ درصدی به لحاظ وزنی و رشد ۲۳ درصدی به لحاظ ارزشی حکایت می‌کند. که امیدوارم این روند همچنان تداوم داشته باشند هرچند که به این روند رشد خیلی خوشبین نیستیم و به آن بسنده نمی‌کنیم. چراکه بعد از چند سال وقفه، نوعی تشنگی در بازار آمریکا برای رسیدن به دست‌بافته‌های ایرانی ایجاد شده بود. اما تداوم این روند یک سری الزاماتی دارد و باید دید که در ۵ سال عدم حضور ما در بازار آمریکا رقبای ما چه کرده‌اند.

چه شد که رفع تحریم فرش دستباف هم به مفاد مذاکرات ۱+۵ اضافه

با توجه به مشکلاتی که به برخی از آنها اشاره کردم، اهمیت رفع تحریم از فرش ایرانی و آنچه در بند ۲۲ برجام آمده است بیشتر حس می‌شود. با این‌که تحریم فرش از سوی آمریکا هیچ ربطی به مذاکرات ۵+۱ نداشت، دیپلمات‌های ما توانستند در واپسین دور مذاکرات، رفع تحریم‌های فرش دستباف ایران را در توافقنامه بگنجانند. این اتفاق درحالی بود که تحریم فرش ایران به دیگر کشورهای مذاکره‌کننده ربطی نداشت و تنها مفاهمه‌ای بین دولتمردان ایرانی و آمریکایی بود. مفاهمه‌ای که با توافق بر سر آن، تحریم فرش ایرانی از بین رفت چون درواقع آنها به شکلی بدخواهانه، هنر و قالیبافان ایرانی را تحریم کرده بودند. باید توجه داشت که تولید و تجارت فرش دستباف هیچ ربطی به دولت ایران نداشته و ندارد و تمام آن توسط بخش خصوصی رخ می‌دهد و تنها بخش دولتی فرش، همین مرکز ملی فرش ایران است که نه تولیدی دارد و نه تجارتي و تنها در نقش حامی و ناظر و سیاست‌گذار است. از طرفی این تحریم برای شهروندان آمریکایی نیز بوده است. آمار صادرات نشان می‌دهد که فرش ایرانی در میان شهروندان آمریکایی محبوبیت بالایی دارد و دولت آمریکا با این اقدام شهروندان خود را از این دست بافته ایرانی محروم کرده بود.

برگردیم به بازار داخلی. به نظر می‌رسد بازار فرش ایران به سمت کفپوش‌های صنعتی حرکت می‌کند. این موضوع تا چه حد متأثر از کاهش توان خرید خانوار است و تا چه حد متأثر از گرایش‌های تنوع طلبانه و مد؟

من فکر می‌کنم بیشتر از آن‌که موضوع قدرت خرید مطرح باشد کم آگاهی مصرف‌کنندگان نسبت به فرش دستباف موضوع اصلی است. فرش دستباف ماندگاری و کیفیت بالاتری نسبت به فرش ماشینی دارد. به‌عنوان مثال بیشتر مردم نمی‌دانند الیاف مصنوعی به کار رفته در فرش‌های ماشینی بسیار سریع آتش را انتقال می‌دهد یا آلرژی‌های پوستی و تنفسی را به گفته پزشکان ایجاد می‌کنند.

جدا از این ماجرا، بسیاری از مردم تصور می‌کنند فرش‌های دستباف بسیار گرانقیمت هستند این درحالی است که ما فرش دستباف ارزان‌قیمت هم داریم ولی نسبت به این اتفاق آگاهی کافی نداریم. تصور بسیاری از عموم مردم از فرش دستباف یک فرش ریزبافت تمام ابریشم است که از قضا قیمت بالایی هم دارد درحالی‌که فرش‌های درشت‌باف پشمی که قیمت‌های بسیاری پایینی هم دارند از کیفیت بسیار بالایی برخوردار

هستند. هرچند که باید تأکید کنم مشکلات اقتصادی از عوامل اثرگذار در کوچک شدن بازار فرش دستباف بوده و بخشی از مردم درعین علاقه‌مندی به فرش دستباف به سمت استفاده از کفپوش‌های صنعتی حرکت کرده‌اند.

الگوی مصرف فرش دچار چه تغییراتی شده است؟

الگوی مصرف فرش در سال‌های گذشته تغییرات قابل توجهی داشته و فرش از حالت کالای سرمایه‌ای خارج شده است. به‌عنوان مثال در گذشته در خانه پدربزرگ و مادربزرگ‌های ما فرش روی فرش می‌افتاد یا حتی فرش روی کنج دیوارها هم بالا می‌رفت. ولی امروز اندازه‌ها متفاوت شده و ما فرش‌های کوچک‌تری را مصرف می‌کنیم. از طرفی در گذشته فرش‌ها با رویکرد کالای سرمایه‌ای و پسانداز روز مبادا خریداری و از نسلی به نسلی دیگر هم منتقل می‌شد. اما امروز با نگاه مصرفی و مدگرایی که در سبک زندگی پدید آمده، ما گردش فرش را شاهد هستیم. در واقع بعد از ۵ سال، دارنده تصمیم می‌گیرد که فرش خود را عوض کند.

چند درصد از بازار داخلی در اختیار فرش دستباف قرار دارد؟

آمار قابل اتکایی در این زمینه وجود ندارد. چون حتی فرش‌هایی که به مصرف داخل می‌رسند در انتها رویکرد صادراتی دارند. فرش‌های دستباف بعد از پا خوردن هم به‌عنوان فرش تجاری به بازارهای هدف ارسال می‌شوند. بنابراین خیلی مرزبندی دقیقی وجود ندارد که چقدر از تولیدات فرش مصرف داخلی می‌شود و چقدر خارجی. از طرفی امروزه شاهد هستیم که در برخی از بازارهای غربی فرش‌های فرسوده و مستعمل معروف به فرش‌های وینتج و چهل تکه خود به سبکی تبدیل شده و خود نوعی از تجارت محسوب می‌شوند. به‌طور معمول تخمین زده می‌شود سالانه ۳ میلیون مترمربع تولید فرش دستباف داریم که از این مقدار دوسوم صادر می‌شود و یک‌سوم به مصرف داخلی می‌رسد.

نقش‌های سنتی فرش ما تا چه حد با سلیقه جهانی همخوانی دارد و اصولاً ما باید نگران تکرار این نقش‌ها و نبود تنوع باشیم؟

من اصلاً این را قبول ندارم. سابقه فرش بافی در کشور ما به بیش از ۲۵۰۰ سال می‌رسد و همواره طراحان درحال نوآفرینی و زایش طرح و نقش بوده‌اند. ما دارای یک گنجینه غنی از طرح و نقش فرش دستباف هستیم که در طول قرن‌ها توسط هنرمندان فرش دستباف بازآفرینی و نوآفرینی شده‌اند. آن‌قدر که می‌توانم با اطمینان بگویم هر سلیقه‌ای و نیازی را می‌توانند پاسخ دهند.

طراحان فرش همچنان به شیوه سنتی با تولیدکنندگان ما در ارتباطند یا سازوکار جدیدی برای این موضوع تعریف شده است؟

مدلهای متفاوتی در این رابطه وجود دارد. در برخی موارد طراحان و نقاشان با تولیدکنندهای کار کرده و تولیدکننده طرح و نقش تولید شده را بین بافندهها توزیع میکنند. گاهی اوقات تولیدکننده اتصال به بازار هدف داشته و براساس خواست مصرفکننده طرح و نقشی را سفارش داده و تولیدات خود را براساس آن شکل میدهد. گاهی اوقات ما با شرکتهای، تعاونی و اتحادیههایی طرف هستیم. به عنوان مثال شرکت سهامی فرش با ۸۰ سال سابقه به صورت سنتی در بازارهای هدف و نمایشگاههای برون مرزی حضور داشته و به طراحان براساس سلیقههای مختلف سفارش کار میدهد. این طرحها بعد از تأیید در کمیسیون طرح و نقش برای تولید در استانهای مختلف توزیع میشود. برخی سفارشدهنده و مشتریان در خارج از کشور با یک طراح و نقاش در داخل کشور ارتباط برقرار میکنند. اما هستند طراحانی که خود بدون اخذ سفارش طرح و نقشی را زده و بعد از آن به دنبال مشتری برای اثر خود هستند.

با این شیوه از طراحی چقدر نیاز بازارهای جهانی پاسخ داده میشود؟

برای پاسخ به این سوال باید دو نکته را مورد ارزیابی قرار داد. نخست این که آیا ما میتوانیم تولیدات خود را با خواستههای جهانی تطابق دهیم؟ دوم این که آیا تطبیق پیدا کرده ایم یا نه؟ من باید بگویم که ما میتوانیم و طراحان ما کاملاً این قدرت و توان را دارند و نمونههای آن نیز فراوان است. به عنوان مثال در نمایشگاه دمو تکس آلمان به عنوان مهمترین رخداد بینالمللی در حوزه کفپوشها هر سال طرحها و فرشهایی از ایران در میان برترینهای دنیا است. ضمن این که صادرکنندگانی داریم که در بازارهای سنتی و جدید ما بازار مناسبی دارند و صادرات خوبی را هم انجام میدهند. بنابراین امکان به دست آوردن نبض بازار و سلیقه مصرفکننده را داریم. اما جدا از این که میتوانیم، آیا تلاشی برای این کار کردیم یا نه؟ باید بگویم نه.

با وجود اعتقاد شما به نوآوری در طراحی فرش ایرانی، طراحان اعتقاد سفت و سختی به حفظ اصالتها دارند، این دیدگاه چقدر میتواند تجارت فرش را تحت تأثیر قرار دهد؟

متأسفانه ما در تطبیق تولیداتمان با نیاز بازارهای هدف در مقایسه

با پیشینه خود و اقدامات صورت گرفته از سوی رقبایمان تا حدی کاهلی و سستی و تنبلی داشته‌ایم و همین مسأله موجب شده که از رقبایمان در برخی بازارها عقب بیفتیم. گاهی اوقات هم سعی می‌کنیم تنبلی و کاهلی خود را با عناوینی همچون پایبندی به اصالت‌ها توجیه کنیم. بی‌تردید پایبندی به اصالت‌ها خیلی خوب است و هیچ‌کس هم قرار نیست در نقش‌آفرینی‌های جدید اصالت‌های فرش ایرانی را از بین ببرد. اما معنی این پایبندی درجا زدن و از دست دادن بازار نیست.

رقبای ایران در بازار جهانی کدام کشورها هستند و سهمشان از بازار چقدر است؟

بعد از ما هند به فاصله خیلی کمی بیشترین سهم از بازارهای جهانی را به خود اختصاص داده است.

آیا پیش از این نیز فاصله هند با ایران بسیار کم بوده است؟

نه طی سال‌های گذشته این فاصله به شدت کاهش یافته است. تجارت جهانی فرش دستباف به‌طور متوسط حدود یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار است و ایران با داشتن ۳۰۰ تا ۵۰۰ میلیون دلار سهمی حدود ۳۰ درصدی از کل تجارت جهانی فرش دستباف را داشته و دارد. بعد از ایران و هندوستان، کشورهای پاکستان، افغانستان، ترکیه، نپال و چین قرار دارند.

گرایش قشر جوان به شغل بافندگی چطور است؟

متأسفانه در ابتدای این سوال باید یک نقد رسانه‌ای داشته باشم. ما در کشورمان قالیباف را به‌عنوان یک هنرمند نشان نداده‌ایم. برون داد رسانه‌ای ایران کلیشه‌ای را در ذهن مخاطبان شکل داده که قالیبافی متعلق به قشر فقیر جامعه است. به‌عنوان مثال در تبلیغات نهادهای حمایتی وقتی می‌خواهند یک نیروی تحت حمایت خود را به نمایش بکشند یک قالیباف را نشان می‌دهند. این به تثبیت این کلیشه در ذهن مخاطب کمک کرده که اگر فردی قالی می‌بافد، حتماً کمیته امدادی است. این تصور به هیچ وجه درست نیست و قالیباف یک هنرمند گمنام است که قدرش را تاکنون ندانسته‌ایم و به شأن آن آنگونه که ایجاب می‌کند بها نداده‌ایم. که اگر این‌گونه بود پرهیز از قالیباف شدن را در جامعه شاهد نبودیم. امروز این اتفاق در کشور رخ داده و دختر قالیباف از این‌که بگوید مادر من قالیباف است پرهیز می‌کند که مبادا در افکار عمومی به نیروی تحت حمایت کمیته امداد متصف شود.

ad_211

Source link