



شماره ۱۷ / پاییز ۱۳۸۹
ISSN 2008-2718

تحریم فرش ایران، تهدید یا فرصت؟ / دکتر سید جلال الدین پشام

نقش طرح های جدید در توسعه و گسترش فرش دستباف
دکتر حسنی بورمند، دکتر محمدجواد مهدوی، تران الهه ایمانی

مطالعه تطبیقی قالی ارمنستان و قالی ارمنی باق ایران
ارزو سلطانی تران، حمیده فرهمند بروجنی، نوح زوله

طراحی و رتبه بندی مؤلفه های آمیخته بازاربایی داخلی فرش دستباف ایران
دکتر امیرحسین حبیب سزاییان، علیرضا حبیب سزاییان

بررسی عوامل مؤثر بر تولید صادراتی فرش دستباف ترکمن
پولفتسل اسفندیاری، فریاد تاج پوری، دکتر طیرنشا پاکراد

کاهش انحراف با نیازهای بازار جهانی فرش دستباف با تأکید بر فناوری اطلاعات
علی وانگناری، دکتر احمد لادعلیان، دکتر علی اسمر شیرازی

رویش و زایش خست و نو شوئدگی و نوکندگی فرش با بررسی گاهان و فرش چالشی تر
محمد احمادی، آقداغله لیلی

فهرست مطالب

- ۵ تحریم فروش ایران، تهدید یا فرصت؟ / دکتر سید جهان‌گوش برهم
- ۱۱ نقش طرح های جدید در توسعه و گسترش فروش دستیاف
دکتر بهمن پورست / دکتر مجتهد پورسلو، دکتر مهدیه ارمی
- ۳۷ مطالعه تطبیقی قالی ارمنستان و قالی ارمنی باف ایران
آر. و. س. م. نژاد / دکتر سید محمد سعید / دکتر توحید زاهد
- ۵۳ طراحی و زمینه‌بندی مؤلفه‌های آمیخته بازار با این داخلی فروش دستیاف ایران
دکتر محسن بیضا / دکتران علی محمد جبار / دکتر سید علی
- ۷۱ بررسی عوامل مؤثر بر تولید صادراتی فروش دستیاف توکم
لیلیان / دانشیار / دکتر علی محمد / دکتر علی محمد / دکتر علی محمد
- ۸۵ کاهش انحراف یا نیازهای بازار جهانی فروش دستیاف با تأکید بر فناوری اطلاعات
علی باغچه‌بان / دکتر محمد باغچه‌بان / دکتر علی محمد / دکتر علی محمد
- ۱۰۳ رویش و زایش خشت و نو شوکتی و توکتندی فروش یا بررسی کاهش و فروش چالشی
محمد باغچه‌بان / دکتر علی محمد / دکتر علی محمد / دکتر علی محمد

کاهش انحراف با نیازهای بازار جهانی فرش دستباف با تأکید بر فناوری اطلاعات^[۱]

علی وندشعاری

دانشجوی دکتری پژوهش هنر دانشگاه شاهد

دکتر احمد نادعلیان

استادیار دانشکده هنر دانشگاه شاهد

دکتر علی اصغر شیروازی

استادیار دانشکده هنر دانشگاه شاهد

چکیده

باید توجه داشت که جهانی شدن به عنوان بخشی از اقتصاد نوین، موضوع بحث کارشناسان اقتصادی در کشورها است. کشور ما نیز به منظور گسترش صادرات غیرنفتی و حضور در بازارهای جهانی و رشد و دوام در این بازار، نیازمند در نظر گرفتن اصول سلیقه‌یابی و ایجاد بازارهای مصرف مناسب و مطمئن است. در این راستا فرش دستباف به عنوان یکی از مهم‌ترین صادرات ایران در عرصه تجارت جهانی، به دنبال به‌دست آوردن جایگاه متناسب و در خور توجه و شأن و منزلت خود است. تولید سنتی و تمرکز بر طرح و نقشه‌های قدیمی و روش‌های سنتی بازاریابی و فروش، و نیز کوریافی و تولید بدون اهمیت دادن به سلیقه‌های مشتریان فرش در بازارهای هدف، می‌تواند یکی از عوامل رکود فرش ایران باشد که باید در این زمینه تحول اساسی صورت گیرد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که تولید در ایران رابطه‌ای

متناسب با سلیقه‌ها و درخواست‌های مشتریان ندارد و از این بابت یکی از عوامل مهم تأثیرگذار در روند کاهش بازار جهانی فرش ایران محسوب می‌شود. به نظر می‌رسد عدم تمایل برای به کار گرفتن ابزار نوین فناوری اطلاعات در میان تجار فرش ایرانی خارج از کشور، باعث نداشتن اطلاعات مناسب در خصوص سلیقه مشتریان و نیز ناتوان بودن در انتقال این اطلاعات به حوزه تولید در داخل کشور نیز شده است.

این مقاله به روش توصیفی - پیمایشی انجام شده و جمع آوری اطلاعات به صورت میدانی و حضور در بازارهای خارجی و نمایشگاه دمو تکس ۲۰۱۲ و نیز به صورت کتابخانه‌ای و استفاده از پایگاه‌های اینترنتی و پرسشنامه به عنوان ابزار انجام شده است.

واژه‌های کلیدی: فرش دستباف، بازارهای هدف، سلیقه مشتریان بازارهای هدف، ابزار فناوری اطلاعات

کلام

نمونه

علمی - پژوهشی

انجمن علمی

فرش ایران

شماره ۱۳

تابش ۱۳۸۹

۸۵