



اهمیت برندسازی در تولید فرش دستباف/ دولت موانع صادرات فرش را برطرف کند

فرش ایران یک برند است و در تمام دنیا، دو واژه فرش و ایران باهم پیوند خورده؛ از طرفی استان اصفهان، به دلیل تنوع در ۱۲ سبک مختلف، از ستون‌های اصلی فرش دستباف ایران است و برند فرش اصفهان را نیز در تمام دنیا می‌شناسند.

هر تولیدکننده باید بتواند برند مخصوص خود را ایجاد کند تا خریداران با توجه به مواد اولیه، رنگ و نقش خاصی که ایجاد شده، متوجه شوند فرش دستبافشان توسط کدام برند تولید شده است. برندسازی در افزایش میزان فروش نیز مؤثر خواهد بود، زیرا بسیاری از مصرف کنندگان به دنبال استفاده از برندهای خاصی هستند. برای برندسازی مناسب، تولیدکنندگان باید از مواد اولیه باکیفیت استفاده کرده و در نقش هایی که به کار می برند، از تصویرهای با اصالت که با مد روز هماهنگ است، استفاده کنند. فرش های دستباف اصیل از رنگ های ثابت گیاهی یا شیمیایی برخوردارند. برندهای معتبر، باید گارانتی و خدمات پس از فروش داشته باشند. اکثر خریداران، به جای خود فرش، به دنبال برند فرش هستند و این اهمیت موضوع برندسازی را به خوبی نشان می دهد.

ماه آینده جشنواره قالی فاخر، برای سومین سال پیاپی در استان اصفهان و در سطح ملی، برگزار می شود. این جشنواره توسط مرکز ملی فرش به عنوان رئیس ستاد برنامه، سازمان صمت به عنوان رئیس ستاد اجرایی و اتاق بازرگانی اصفهان به عنوان دبیرخانه دائمی، اجرایی شده و در آن، فرش ها از کل کشور، با سبک های مختلف ارائه می شوند. هدف از اجرای جشنواره قالی فاخر اصفهان، آشنایی با فرش های فاخر و ترغیب بافندگان و تولیدکنندگان برای بیشتر شدن کیفیت تولید است. مرحله اول داوری این جشنواره، در هر استان برگزار شده و برترین آثار برای دبیرخانه مرکزی در اصفهان ارسال می شود. سپس داوری در سطح ملی صورت گرفته و آثار برتر معرفی می شوند. هم زمان با برگزاری جشنواره قالی فاخر، دعوت نامه از سوی مرکز ثبت مالکیت معنوی، برای دانشجویان و اساتید دانشگاه ارسال می شود تا دوره ۵ روزه برندسازی را برگزار کنیم. اشخاصی که در امتحان پایانی این دوره پذیرفته شوند، گواهینامه دریافت خواهند کرد و امیدواریم این اقدامات بتواند در راستای برندسازی فرش ایرانی مؤثر باشد. همان گونه که رئیس اتاق بازرگانی اصفهان در مراسم رونمایی از پوستر جشنواره قالی فاخر گفت، امیدواریم که دولت همکاری کند تا فرشی که در تمام دنیا شناخته شده و برند و پرچم دوم کشور ما است، مجدداً با بازاریابی و رفع تحریم های داخلی، به دیگر کشورها صادر شود. نیاز است بخش دولتی و بخش خصوصی با همکاری و تعامل کمک کنند تا شاهد برندسازی مطلوبی در خصوص فرش به عنوان یکی از هنرهای اصیل و بزرگ ایران باشیم. با برندسازی می توان میزان صادرات این محصول با ارزش را افزایش داد و این موضوع می تواند به بهبود وضعیت اقتصادی فعالان این عرصه کمک شایانی داشته باشد.

سعید عصاچی

(رئیس انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان فرش دستباف استان اصفهان)