

## **The Consequences of the World Economic Crisis of 1929 on the Production and Export of Iranian Carpets: 1929 to 1941**

**Shahram Gholami\***

### **Abstract**

The economic crisis of 1929 was one of the most important economic crises in the twentieth century, beginning in the United States and spreading immediately to other countries. As a result of this crisis, extensive changes in economic and social planning occurred in Iran and most countries of the world. This study by using the archival documents and written sources by analytical-descriptive method, try to answer this question: what were the consequences of the economic crisis of 1929 on the Iranian carpet weaving industry? The hypothesis of this study is that the world economic crisis was a major variable in the direction of Iran's economic planning, including the establishment of a carpet joint stock company. The research findings show that Iranian carpet exports fell sharply due to the economic crisis in the US market and trade competitions. Due to Iran's foreign trade monopoly program and the formation of monopoly companies, carpet exports had some fluctuations. However, the government sought to overcome to foreign trade by monopolizing foreign trade and setup a joint-stock company, but despite the growth of carpet exports in 1931 and 1932, its production never reached the pre-crisis position of the global economy. The formation of Carpet Joint Stock Company could not improve its position, as a result, this caused

\* Assistant Professor of History education, Farhangian University, Khoram Abad, Iran,  
Shahramgholami1975@gmail.com

Date received: 2022/02/17, Date of acceptance: 2022/04/24



Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

widespread unemployment in parts of Iran that were heavily dependent on the production and export of carpets.

**Keywords:** Carpet Weaving, world Economic Crisis, Export, Carpet Joint Stock Company, Foreign Trade.

## پیامدهای بحران اقتصاد جهانی ۱۹۲۹ بر تولید و صادرات قالی ایران: ۱۳۰۸ تا ۱۳۲۰

شهرام غلامی\*

### چکیده

بحران اقتصادی ۱۹۲۹ یکی از مهمترین بحران‌های اقتصادی سده بیستم بود که در آمریکا آغاز شد و بی‌درنگ به سایر کشورهای دیگر سرایت کرد. در نتیجه این بحران تحولات گسترده‌ای در برنامه‌ریزی اقتصادی و اجتماعی بیشتر کشورهای جهان پدید آمد. این بحران در ایران نیز تأثیرات دامنه‌داری در برنامه‌ریزی اقتصادی و زندگی مردم داشت. این جستار با بررسی اسناد آرشیوی و داده‌های مکتوب بازرگانی به روش توصیفی-تحلیلی به دنبال پاسخ به این پرسش است که پیامدهای بحران اقتصادی ۱۹۲۹ بر صنعت قالی‌بافی ایران، به عنوان مهمترین کالای صادراتی غیر نفتی کشور، چه بود؟ فرضیه این جستار آن است که بحران اقتصاد جهانی یک متغیر اصلی در جهت‌دهی به برنامه‌ریزی‌های اقتصادی ایران از جمله برپایی شرکت سهامی قالی بود. یافته‌های پژوهش نشانگر آن است که صادرات قالی ایران تحت تأثیر بحران اقتصادی آمریکا و رقابت‌های بازرگانی بسیار کاهش یافت. اگر چه دولت کوشید تا با انحصار بازرگانی خارجی و تشکیل شرکت سهامی قالی بر موانع ساختاری بازرگانی خارجی غلبه پیدا کند، اما به رغم رشد صادرات قالی در سال ۱۳۱۰ و ۱۳۱۱، تولید و صادرات قالی هیچ‌گاه به موقعیت پیش از بحران اقتصاد جهانی نرسید. تشکیل شرکت سهامی قالی نتوانست موقعیت آن را بهبود بخشد. در نتیجه این موضوع باعث رکود اقتصادی و بیکاری گسترده در بخش‌هایی از ایران شد که به شدت وابسته به تولید و صادرات قالی شده بودند.

\* استادیار گروه آموزش تاریخ، دانشگاه فرهنگیان، خرم‌آباد، ایران، Shahramgholami1975@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۲۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۰۴



Copyright © 2018, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose.

**کلیدواژه‌ها:** قالی بافی، بحران اقتصاد جهانی، صادرات، شرکت سهامی قالی، بازرگانی خارجی

## ۱. مقدمه

بحران اقتصادی ۱۹۲۹ ناشی از افزایش تولید کشاورزی، کساد میزمن در بخش کشاورزی، انباشت بدهی کشورهای اروپایی به آمریکا و رواج وام، اعتبارات و سفته‌بازی گسترده در بازار مالی آمریکا بود. چون گرفتن قرض و وام در آمریکا آسان بود، بهای سهام هر لحظه ترقی می‌کرد و به این ترتیب افراد با خرید و فروش سهام ثروت هنگفتی به دست آوردند که تنها روی کاغذ بود، اما با پایین آمدن ارزش سهام این پدیده مانند یک دومینو بر بانک‌ها و صاحبان کارخانه‌ها اثر گذاشت. در طی یک ماه بهای سهام ۴۰٪ پایین آمد. در سال‌های ۱۹۲۹ تا ۱۹۳۲ بیش از ۵ هزار بانک آمریکایی ورشکست شدند (پامر، ۱۳۸۳: ج. ۲: ۱۳۸۶) درآمد ملی آمریکا از ۸۵ به ۳۵ میلیارد دلار کاهش یافت. صدور کالا و سرمایه به آمریکا متوقف شد و میزان تولید جهانی تا ۳۰٪ پایین آمد. در همین مدت ۳۰ میلیون نفر در آمریکا و اروپا بیکار شدند. پیرن، ۱۳۵۷، ج. ۲: ۳۰۴-۳۰۳؛ تامسون، ۱۳۷۸، ج. ۲: ۹۹۸)

این مشکلات در آمریکا باعث سقوط جمهوری خواهان و روی کار آمدن فرانکلین روزولت شد. اقدام دولت جدید برای مقابله با این بحران شامل پایین آوردن ارزش دلار، تغییر پول پایه از طلا به نقره، سرمایه‌گذاری در امور عمرانی، افزایش تعرفه‌های گمرکی و دادن وام برای مسکن بود. (تامسون، ۱۳۷۸: ج. ۲، ۹۹۹؛ پیرن، ۱۳۵۷: ج. ۲، ۳۰۸-۳۱۰) با جهانی شدن بحران، کشورهای دیگر نیز با توجه با امکانات موجود، راه حل‌های متفاوتی در پیش گرفتند. از جمله این‌ها در پیش گرفتن اقتصاد دستوری، افزایش اختیار دولت‌ها برای قانونگذاری‌های آمرانه، سهمیه‌بندی واردات، تغییر پول پایه کشور، کاهش عامدانه ارزش پول ملی، افزایش تعرفه‌های گمرکی و روی آوردن به مبادلات پایاپای بود. (پیرن، همان، ۳۱۰-۳۱۲)

در این مقاله با روش کتابخانه‌ای و با تکیه بر منابع دست اول کوشش شده تا الف: علل و پیامدهای بحران اقتصادی ۱۹۲۹ بر تولید و صادرات قالی ایران، ب: اقدامات دولت در رویارویی با این بحران، در دهه ۱۳۱۰ بررسی شود. این جستار با رویکرد به نظریه نظام اقتصاد جهانی، بحران اقتصادی آمریکا را به عنوان متغیر اصلی در تحولات صنعت قالیبافی ایران در دهه ۱۳۱۰ در نظر گرفته است. زیرا اولاً تقریباً نیمی از فرستاده‌های فرش ایران به آمریکا می‌رفت و دوماً بحران مالی این کشور که هسته اصلی نظام اقتصاد جهانی بود، تأثیر مستقیمی بر بازارهای صادرات ایران در اروپا و سایر کشورهای جهان داشت. در قسمت دوم، اقدامات

پیامدهای بحران اقتصاد جهانی ۱۹۲۹ بر تولید ... (شهرام غلامی) ۲۲۷

آمرانه دولت برای مهار بحران اقتصادی از طریق تأسیس شرکت سهامی فرش ایران و سیاست‌های ارزی و پیامدهای آن مورد بررسی قرار می‌گیرد.

### ۱.۱ پیشینه پژوهش

برخی پژوهش‌ها درباره پیامد بحران اقتصاد جهانی در ایران انجام شده است. از جمله سیدحسن شجاعی در مقاله‌ای با عنوان «پیامد بحران اقتصادی ۱۹۲۹ در مرکز و پیرامون بازار جهانی»، در مجله پژوهش‌های تاریخی ایران و اسلام، ش. ۹، زمستان ۱۳۹۰، به بررسی کلی این موضوع پرداخته است. همچنین خانم فریده فرضی و سیمین فصیحی در مقاله‌ای دیگر با عنوان «تأثیر بحران اقتصاد جهانی بر تریاک ایران»، در مجله تاریخ ایران و اسلام، پاییز ۱۳۹۳، شماره ۲۳ به بررسی پیامدهای بحران اقتصادی در ایران پرداخته‌اند. اما تا کنون پژوهش ویژه‌ای درباره تأثیر این بحران بر روی «تولید و صادرات قالی ایران» صورت نگرفته است. از این رو، جستار حاضر پژوهشی است دست اول و می‌کوشد تا به این پرسش پاسخ دهد که بحران اقتصادی آمریکا چه تأثیراتی بر بازار قالی ایران در داخل و خارج از کشور داشت؟

### ۲. عوامل خارجی محدود کننده بازار قالی ایران پس از بحران اقتصادی

بحران اقتصادی ۱۹۲۹ در خارج از ایران تنگناهای تازه‌ای را برای بازار قالی ایران پدید آورد و مشکلات ساختاری بازرگانی پس از جنگ جهانی یکم را تشدید کرد. در ادامه به برخی از این عوامل محدودکننده از جمله افزایش تعرفه‌های بازرگانی، افزایش تولید فرش ماشینی و رقابت شرکت‌های بازرگانی روسیه اشاره می‌شود.

### ۱.۲ افزایش تعرفه‌های گمرکی

با بروز بحران و رکود اقتصادی در آغاز دهه ۱۹۳۰، راهی که بیشتر کشورهای جهان برای مقابله با آن در پیش گرفتند، محدود کردن واردات و جنگ تعرفه‌های گمرکی بود. بنابراین، افزایش تعرفه‌های گمرکی و محدود کردن واردات، از یک سو نتیجه بحران اقتصادی و از سوی دیگر خود علت کاهش صادرات قالی ایران بود.

بسیاری از کشورهای اروپایی مانند اتریش، مجارستان، چکاسلواکی، رومانی و یوگسلاوی قالی را جزو کالاهای لوکس به حساب آورده و به طور کلی از واردات آن جلوگیری کردند. در

مجارستان و چک‌اسلواکی حتی اجازه نمی‌دادند قالی در انبارهای گمرک این کشورها به طور ترانزیت فروخته شود و ناگزیر قالی در واگن‌های در بسته و تحت مراقبت عبور داده می‌شد. در آلمان نیز چون خروج پول ممکن نبود، هر مقدار قالی به فروش می‌رفت، باید در مقابل آن کالای آلمانی خریداری می‌شد. (مجله اطاق تجارت، ش. ۴۱: ۳۱؛ ش. ۴۶: ۲۲) کشورهای سوئیس و لهستان نیز تعرفه‌های گمرکی را بسیار افزایش دادند. بعداً لهستان واردات قالی را مشروط به صادرات کالا از این کشور کرد (همان)

ترکیه نیز در سال ۱۳۰۸ عوارض گمرکی ۱ کیلو قالی ایران را از ۷ قروش به ۴۴۰ قروش (۲۴ قران و ۲۰۰ دینار) افزایش داد، (علی‌اکبری، ۱۳۸۱: ۷-۱۸۶؛ ۲۶-۱۲۴؛ اطاق تجارت، ش. ۳۳: ۲۹) اما ظاهراً در پی اعتراض بازرگانان ایران و تغییر مسیر بازرگانی قالی از استانبول به یونان و لندن، ناگزیر در ۶ فروردین ۱۳۰۹ با تصویب لایحه‌ای تعرفه گمرکی را کاهش داد. گذشته از این، ترکیه از قالی‌های صادراتی ایران ۶٪ مالیات ترانزیت دریافت می‌کرد و در ۱۳۱۰ برای کالاهای صادراتی ایران از جمله قالی نوعی سیستم سهمیه‌بندی در نظر گرفت که هر سه ماه یک بار اعلام می‌شد. (مجله تجارت، ش. ۲۰، سال ۱۳۰۹: ۳۳؛ مجله اطاق تجارت، ش. ۱۱، شهریور ۱۳۰۹: ۲۵؛ همان ش. ۱۳: ۱۸)

افزایش تعرفه‌های گمرکی در سال ۱۳۰۸ باعث شد تا صادرات قالی ایران به فرانسه، چک‌اسلواکی و آلمان به طور چشمگیر کاهش پیدا کند. (مجله تجارت، سال ۱۳۰۸، ش. ۱۶: ۱۶) گذشته از فرانسه و ترکیه، مصر نیز در بهمن سال ۱۳۰۸ تعرفه گمرکی جدیدی به اجرا گذاشت که به موجب آن مالیات گمرکی بر قالی و تنباکوی ایران تقریباً دو برابر شد. به موجب قانون جدید گمرکی انگلستان در سال ۱۳۱۰، هرگاه کالایی به میزان غیرعادی وارد می‌شد، مشمول عوارض سنگین می‌شد. پس از آن در اردیبهشت ۱۳۱۱ عوارض گمرکی انواع قالی و قالیچه از ۱۰ به ۲۰٪ افزایش یافت (همان، ش. ۱۸، اسفند ۱۳۰۸: ۱۹؛ ش. ۲۹: ۳۱؛ ش. ۴۰: ۲۴) به موجب قانون جدید آرژانتین در پایان سال ۱۹۳۰ تعرفه هر کیلو فرش ایران و چین به طور ثابت ۸ پزو طلا تعیین شد و بعد به موجب قانونی دیگر ۱۰٪ به حقوق گمرکی همه کالاها اضافه کردند. درحالی‌که تا این هنگام حقوق گمرکی آن تنها ۲ پزو و ۷۲ سانتیم بود. به این ترتیب در سال ۱۳۱۵، معادل ۵۷٪ قیمت قالی ایران به عنوان حقوق گمرکی دریافت می‌شد و گذشته از آن ۲۰٪ هم به عنوان مالیات ارز می‌گرفتند. (سازمان اسناد ملی، سند شماره ۲۴۴، جای‌نما ۷۹۰: ۲۹)

پیامدهای بحران اقتصاد جهانی ۱۹۲۹ بر تولید ... (شهرام غلامی) ۲۲۹

در آمریکا، بزرگترین واردکننده قالی ایران که تقریباً ۵۰٪ صادرات قالی ایران را دریافت می‌کرد، بر اثر فشار صاحبان کارخانه‌های قالی‌بافی و ایجاد لابی‌هایی توسط آنها در پارلمان این کشور در سال ۱۳۰۸، تعرفه گمرکی به ۷۵٪ قیمت قالی رسید. (مجله اطاق تجارت، ش. ۵۸ اسفند ۱۳۱۱: ۲۹) در سال ۱۳۰۸ برای هر فوت قالی ۵۰ سنت (۱۴ ریال) تعرفه گمرکی تعیین شد، در حالیکه قیمت اصلی تولید هر فوت مربع ۴ تا ۵ ریال بود. به عبارتی دیگر، طبق این تعرفه جدید، بهای گمرکی هر پا قالی ۲۷۵ تا ۳۵۰٪ بیشتر از قیمت اصلی آن بود، در حالیکه پیشتر تعرفه گمرکی تنها برابر با ۲۵٪ قیمت تولید کالا بود. بنابراین ورود قالی‌های ارزان به آمریکا به طور کلی غیر ممکن شد. (همان) گذشته از این، قالی‌های ایرانی که از مسیر ترکیه به آمریکا ترانزیت می‌شد، مشمول عوارض بیشتری می‌شدند. به گونه‌ای که در سال ۱۳۰۸ بر این قالی‌ها ۹۶٪ عوارض از روی قیمت دریافت می‌شد. بنابراین چون بخش مهمی از تجارت قالی ایران به آمریکا از مسیر ترکیه و از گمرک تبریز می‌آمد، این موضوع حتی می‌توانست باعث بحران اقتصادی این ایالت شود. در نتیجه این اقدامات، بیشتر از نیمی از ۱۵۰۰۰ عدد قالی وارد شده به استانبول در سال ۱۳۰۸ در انبارهای این شهر باقی ماند (علی اکبری، ۱۳۸۱: ۷-۹۶، ۱۲۳، ۱۳۱)

بنابراین، به دلیل حجم بالای صادرات ایران به آمریکا، مهمترین عامل بازدارنده‌ای که تجارت فرش ایران به دنبال بحران اقتصادی از آن رنج می‌برد، عوارض گمرکی جدید آمریکا بر روی فرش‌های ارزان شرقی بود. این طرح آمریکا، بافندگان فرش در نواحی خاصی از ایران را مجبور می‌کرد که یا فرش‌های بهتری ببافند و یا به طور کل تولید را متوقف کنند. (Lingman, 31-32: 1930) در نتیجه این بلا تکلیفی، صادرکنندگان ایرانی جرأت نمی‌کردند محموله‌ای به آمریکا بفرستند. صادرات پنج ماه نخست سال ۱۳۰۹، به رغم قیمت بسیار مساعد ارز، حدوداً کمتر از ۵۰٪ صادرات دوره مشابه سال گذشته بود. قیمت فرش‌های تازه به طور کل همانند سال گذشته باقی ماند، در حالیکه قیمت فرش‌های کهنه عملاً تابع نوسانات ارزی بود. (Ibid)

جدول شماره ۱: فهرست مالیات گمرکی بر قالی در کشورهای مختلف اروپا در سال ۱۳۱۴

نام کشور	مقدار عوارض گمرکی بر هر کیلو قالی
اتریش	۲۴ فرانک فرانسه به اضافه ۱۲/۵ درصد ارزش
چک‌السواکی	۳۲ فرانک به اضافه ۶/۵ درصد ارزش کالا
آلمان	۵ مارک برای قالی‌های سنگین و ۶ مارک برای قالی سبک
لهستان	۹۸ فرانک فرانسه به اضافه ۱۰ درصد ارزش کالا

نام کشور	مقدار عوارض گمرکی بر هر کیلو قالی
سوئیس	۶ فرانک سوئیس؛ در معاملات پایاپای ۱/۵ فرانک سوئیس
مجارستان	۸۳ فرانک فرانسه؛ به اضافه ۲۵ درصد ارزش کالا
یوگسلاوی	۲۰۷ فرانک فرانسه به اضافه ۱۵ درصد ارزش کالا
رومانی	۱۱۵ فرانک فرانسه به اضافه ۱۲/۵ درصد ارزش کالا
ایتالیا	هر متر مربع ۴۴ لیر ایتالیا به اضافه ۵ درصد ارزش کالا

منبع: مجله اطاق تجارت، ش. ۱۱۱، خرداد، ۱۳۱۴: ۱۵

## ۲.۲ تولید قالی ماشینی با بهره‌گیری از نام قالی‌های ایرانی

از دیگر محدودیت‌های قالی ایران در بازارهای مهم به ویژه در بازار آمریکا، رقابت کشورهای خارجی تولیدکننده، افزایش تولید فرش‌های ماشینی و کاهش قیمت این نوع فرش‌ها و ترفندهای گمرکی کشورهای صادرکننده بود. برای نمونه کشور بلغارستان با تقلید از شیوه قالی‌بافی ایران در دهه ۱۳۱۰ تولید قالی با نام قالی کرمان بخشی از بازار آمریکای شمالی را در اختیار گرفته بود. (مجله اطاق تجارت، ش. ۷۲، مهر ۱۳۱۲: ۱۱)

در آمریکا نیز برخی از شرکت‌های فرش ماشینی از نام‌های ایرانی مانند کرمانی، وطنی، شرقی، گلستان و بهارستان بر روی تولیدات خود بهره می‌بردند و چون نقشه و رنگ‌آمیزی قالی‌های ایرانی را تقلید می‌کردند، جز فروشنده کسی از روی ظاهر آنها را تشخیص نمی‌داد. همچنین، بر اثر رقابت شرکت‌های ماشینی بهای قالی تولید آمریکا پایین آمد. برای نمونه بهترین قالی ۲/۵ در ۳/۵ متر ۸۴ دلار بود در حالیکه برای پست‌ترین قالی ایرانی در همین اندازه، ۸۴ دلار هزینه گمرکی و شتسو داشت که با اضافه‌بهای تولید، قیمت آن ۱۳۰ دلار می‌رسید. بنابراین خریداران، قالی آمریکایی را ترجیح می‌دادند. گذشته از این، رقابت میان مغازه‌های بزرگ آمریکا برای پایین آوردن قالی و نیاز شدید صادرکنندگان جزء، باعث شد تا در مجموع میزان صادرات به آمریکا در سال ۱۳۱۰ به نصف برسد. (مجله اطاق تجارت، ش. ۲۹: ۱۳-۱۲) در اثر این تحولات احتمالاً شمار بافندگان قالی در آمریکا افزایش یافت. بنا به گزارش مجله قالی شرق در سال ۱۳۱۲ نزدیک ۱۰۲۵۰ نفر در نیویورک و پیرامون آن مشغول قالی‌بافی بودند. (مجله اطاق تجارت، ش. ۷۲: ۳۲) بنابراین همانگونه که صنعتی شدن جایگزین واردات به عنوان راه حلی برای برون‌رفت رکود صادرات کشاورزی در کشورهای صادرکننده موارد خام سودمند به نظر می‌رسید، افزایش تعرفه‌های گمرکی در سودمند شدن تولید قالی‌های ماشینی در



کشورهای وارد کننده قالی مانند آمریکا تأثیر داشت و در نتیجه بر محدودیت بیشتر بازار قالی برای کشورهای صادر کننده می افزود.

## ۳.۲ نقش شرکت‌های بازرگانی روسیه در رکود فرش ایران در بازارهای لندن و آمریکا

در گزارش‌های متعددی که کنسولگری‌های ایران در کشورهای آمریکا و انگلیس فرستاده‌اند یا مطالبی که درباره بازار قالی در مجله اطاق تجارت بازتاب یافته، بارها نقش شرکت‌های روسی در نابسامانی بازرگانی قالی ایران از مورد اشاره قرار است. بنا به گزارش مجله تجارت پیش از آغاز بحران اقتصادی ۱۹۲۹، به دلیل فعالیت کمپانی شرق شوروی، مشهد که از مراکز مهم تولید قالی بود، دچار پریشانی و رکود گردید. (مجله تجارت، سال اول، شماره ۱، آبان ۱۳۰۶، برگه ۱۶) از آنجایی که خود دولت شوروی اداره امور بازرگانی را دست داشت، از سال ۱۳۰۶ به بعد بازرگانی قالی لندن را دست گرفته و در این زمینه بی‌رقیب ماند. آنها همه محصول قالی قفقاز، ترکستان، بخارا و افغانستان و بخش بزرگی از قالی قدیم و نوین ایران را صادر می‌کردند. تجارتخانه‌های روسی **وَنشتورک** venshtorg در ایران و **آرکوس** Arcos در انگلیس هزاران تخته فرش به صورت کلی و جرئی در همه بازارهای آمریکا و انگلیس به فروش می‌رساندند. (مجله اطاق تجارت، ش.، بهمن ۱۳۰۸: ۱۴-۱۵) به دلیل اقدام آژانس بازرگانی روسیه، در نیمه دوم سال ۱۳۰۸ بهای انواع قالی در بازار لندن کاهش یافت. علت آن بود که روسیه مقدار زیادی قالی و قالیچه قدیمی بافت قفقاز، بخارا و افغانستان را که با قالی ایران برابر می‌کرد، به لندن می‌آورد. همچنین، این شرکت‌ها از کلی‌فروشی به خرده‌فروشی روی آورده و با این اقدام اثر منفی بر بازرگانان قالی فروش گذاشتند. بنابراین، یگانه راهکار عملی که برای مقابله با روس‌ها و حذف واسطه‌ها مطرح می‌شد، تشکیل شرکت قالی ایران و ایجاد شعبه‌هایی در لندن، پاریس و سایر شهرهای اروپایی بود. (پیشین ۱۳۰۸: ۱۵)

روش دیگر روس‌ها برای کنترل بازار قالی، سیاست دامپینگ بود. برای نمونه تجارتخانه آمتورگ Amtorg شوروی در سال ۱۳۰۹ با خرید اقسام قالی‌های ایران به ویژه جنس ساروق، کاشان، همدان، کمره و عراق، همه سفارشات خود را در پایان سال ۱۳۱۰ ابتدا به لندن نزد کمپانی شوروی به نام آرگوس فرستاده و از آنجا به نیویورک وارد نمودند. اموال مذکور در لندن از قرار هر پا ۲ شیلینگ فروخته شد. بنابراین به طور میانگین هر پا قالی با ۵۰ سنت گمرک آمریکا و بهای حمل و نقل، سرانجام با قیمت ۱/۳۳ دلار وارد آمریکا می‌شد، در حالیکه

قیمت تمام شده واردات آن برای سایر تجار ۱/۴۰ تا ۱/۵۰ دلار بود. شرکت *امتورگ* روسیه قالی کاشان و ساروق را از قرار هر پا ۱ دلار و ۱۰ سنت، و قالی‌های همدان، کمره و عراق را هر پا ۷۵ تا ۷۸ سنت می‌فروخت. در حالیکه همین قالی‌ها را در ایران هر متر را ۳۲ تا ۳۴ تومان می‌خریدند. بنابراین، با این قیمت‌ها ۲۰ تا ۲۵٪ ضرر می‌کردند. در حالیکه تجار ایرانی قالی ساروق را هر پا ۱ دلار و ۳۵ تا ۴۰ سنت، و قالی همدان، کمره و عراق را هر پا ۷۸ تا ۹۵ سنت، به آمریکا وارد می‌کردند. در نتیجه، مؤسسات بازرگانی آمریکایی با رؤسای کمپانی *امتورگ* مذاکراتی به عمل آوردند تا آنها را قانع کنند که از این رویه که باعث خسارت زیاد می‌شد، دست بردارند. به هر حال، این کار روس‌ها بهانه مناسبی برای صاحبان صنایع قالی ماشینی آمریکا بود تا خواستار افزایش تعرفه گمرکی برای قالی‌های شرقی از هر پا ۵۰ سنت به هر پا ۱ دلار شوند. (علی‌اکبری، ۱۳۸۱: ۸۵-۱۸۴) شوروی‌ها در سال‌های بعد سیاست دامپینگ را ادامه دادند به گونه‌ای که قالی‌های ایران را در نیویورک یکباره از متری ۱۶ دلار به ۴ دلار فروختند. (مجله تجارت، ش. ۳۱، سال ۱۳۱۱: ۲)

روس‌ها در مقابل صادرات فرش به بازرگانان ایرانی وجه نقد نمی‌دادند و به جای ۱۰ درصد براتی که پیشتر می‌دادند، حالا تنها اجناس شوروی داده می‌شد. (مجله تجارت، ش. ۱۹، سال ۱۳۰۹: ۱۰) همچنین روس‌ها طبق قرارداد بازرگانی پایاپای با ایران، اجازه داشتند تا قالی ایران را خریداری و صادر کنند. در نتیجه شرکت‌های روسی قالی را با نرخ‌های بالاتری از خریداران ثابت و واردکنندگان اروپایی و آمریکایی خریداری کرده و آن را برای نمایندگی‌های خود یعنی شرکت آرکوس در لندن و شرکت *امتورگ* در نیویورک می‌فرستادند. روس‌ها به دلیل نیازهای مبرمی که به پول نقد در آمریکا و جاهای دیگر داشتند، برای پرداخت آنی پول نقد آن را ارزانتر از واردکنندگان ثابت آمریکایی و اروپایی می‌فروختند که گاهی در نیویورک ۲۰٪ زیر قیمت بازار بود که باعث اشباع و کساد بازار می‌شد. این در حالی بود که روس‌ها در ازای واردات کالا به ایران، روبل طلا می‌گرفتند و در برابر قالی صادراتی از ایران در نیویورک دلار طلا دریافت می‌کردند. (سند شماره ۲۴۰۰۱۰۴۰، محل در آرشیو ۵۰۱ ض الف الف ۱)

بر اساس گزارشی دیگر از تشکیلات نظیمه آذربایجان، تجارتخانه روسی شرقی برای آسیب زدن به تجارت قالی ایران، مقداری فرش از سلطان آباد عراق خریده و فرش‌ها را در لندن به نصف قیمت فروخته بود. (مجله اطاق تجارت، ش. ۴۶، شهریور ۱۳۱۱: ۲۸؛ علی‌اکبری، ۱۳۸۱: ۱۷۱) این مسئله باعث شد تا جلسه‌ای طولانی در خانه تیمورتاش وزیر دربار با حضور اعضای اتاق تجارت تهران و نماینده بازرگانی شوروی برای رسیدگی به این موضوع برگزار شود.

پیامدهای بحران اقتصاد جهانی ۱۹۲۹ بر تولید ... (شهرام غلامی) ۲۳۳

شکایاتی تنظیم شد که در نشریات ایران و روسیه بازتاب یافت (مجله اطاق تجارت، ش. ۴۸، آبان ۱۳۱۱: ۱۰)

گذشته از اینها، عادی سازی روابط آمریکا با شوروی در آذر سال ۱۳۱۲ باعث شد تا صادرات قالی این کشور به آمریکا چند برابر شود. (مجله اطاق تجارت ش. ۵-۸۴: ۳۰) بنابراین، سیاست‌های بازرگانی روسیه در کنار بحران اقتصادی در آمریکا، عامل مهمی در کاهش حضور بازرگانان آمریکایی در ایران بود. پیش از آنکه روس‌ها وارد عرضه رقابت صادرات قالی بشوند، چند تایی از واردکنندگان آمریکایی هر کدام بین ۴ تا ۵ هزار دستگاه قالی بافی در ایران داشتند در حالیکه در سال ۱۳۱۲ کمتر از ۱۰٪ آن را در اختیار نداشتند و این باعث محروم شدن زارعان ایرانی از منبع مهم درآمد و گذران زندگی‌شان می‌شد. بنابراین، روس‌ها با معلق کردن فعالیت واردکنندگان آمریکایی، این مهمترین صنعت ایران را دچار رکود کرده و با مقادیر اندکی که می‌توانستند سفارش دهند، شرایط خودشان را به تولید کنندگان ایرانی دیکته می‌کردند. (اسناد ملی ایران، سند شماره ۲۴۰۰۲۳۱۸۶ محل در آرشیو ۰۷۰۶۷ ب آ ۱)

به هر حال، سیاست‌های مخرب شرکت‌های بازرگانی دولتی روسیه نقش مهمی در تغییر سیاست‌های بازرگانی ایران داشت و در این مورد خاص در شکل‌گیری شرکت سهامی فرش مؤثر بود.

### ۳. پیامدهای داخلی بحران اقتصادی ۱۹۲۹ بر صنعت فرش ایران

#### ۱.۳ کاهش صادرات قالی ایران

پس از بازسازی اقتصادی اروپا از سال ۱۳۰۳ تا ۱۳۰۸ به دلیل افزایش تقاضای جهانی مرتباً بر میزان تولید و صادرات قالی ایران به ویژه در بازار آمریکای افزوده می‌شد. به گونه‌ای که در سال‌های پررونق پیش از بحران، یعنی ۱۳۰۶ تا ۱۳۰۸ قالی بیش از ۳۳٪ کل صادرات غیر نفتی ایران را تشکیل می‌داد. (مجله اطاق تجارت، ش. ۱۶: ۱۳) آمار دقیقی از جمعیت شاغل در صنعت قالی‌بافی پیش از بحران در دسترس نیست، اما همه گزارش‌ها در سال‌های پس از بحران حاکی از کاهش شدید جمعیت شاغل در قالی‌بافی و کاهش مقدار صادرات آن است. طبق برخی آمارها تا سال ۱۳۱۵ حدود ۸۲ هزار نفر به صورت روزمزد و تمام وقت در تولید فرش کار می‌کردند که به طور کل بیش از ۸۱٪ آنها در کارگاه‌های قالیبافی اراک، و بقیه آن در کرمان، قم، مشهد، بیرجند، سبزوار و همدان فعالیت می‌کردند. (Wilber, 1948: p.137) شمار

۲۳۴ پژوهش‌نامه تاریخ اجتماعی و اقتصادی، سال ۱۱، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۴۰۱

جمعیت شاغل ثابت در بخش قالی‌بافی ایران تا سال ۱۳۲۰ نزدیک ۱۸۰.۰۰۰ نفر برآورد کرده‌اند که احتمالاً با افزودن مشاغل فرعی مانند استادکاران و طراحان نقشه، شمار افراد شاغل در قالی‌بافی تا ۲۵۰.۰۰۰ نفر هم می‌رسد. (فلور، ۱۳۷۱: ۴۸، ۴۳-۴۲)

جدول شماره ۲: مقایسه صادرات قالی و درصد آن در کل صادرات غیر نفتی به نسبت کالاهای دیگر (صادرات به هزار ریال)

پشم	پنبه		درصد صادرات قالی ایران به آمریکا		قالی		سال
	هزار ریال	درصد	هزار ریال	درصد	هزار ریال	درصد	
	۱۵.۶۱۶			۴۷/۳	۷۵.۴۳۲	۳۳/۱	۱۳۰۷
	۱۵.۷۷۵			۵۳/۴	۷۸.۶۷۰		۱۳۰۸
	۲۳.۲۶۵		۳۱.۲۵۲	۴۷/۹	۶۰.۱۵۵	۲۷/۳	۱۳۰۹
۳	۲۵.۳۴۰	۱۵	۱۰۸.۴۵۱	۳۶/۳	۶۹.۰۹۰	۲۶	۱۳۱۰
۳	۱۹.۰۳۵	۸	۴۴.۸۷۹	۳۹/۹	۷۲.۸۸۱	۳۴	۱۳۱۱
۴	۲۱.۹۹۵	۱۹	۹۰.۵۱۹	۴۱/۹	۵۹.۵۵۰	۳۰	۱۳۱۲
۵	۲۹.۴۱۷	۱۸	۹۵.۰۵۵	۳۷/۶	۴۳.۹۴۴	۲۲/۲	۱۳۱۳
۶/۵	۳۹.۵۱۷	۱۰/۱	۶۵.۶۲۱	۳۹/۶	۴۷.۸۶۰	۱۸/۵	۱۳۱۴
۳	۲۵.۹۵۳	۱۳	۸۶.۷۶۲	۴۱/۲	۶۰.۱۱۰	۲۰/۷	۱۳۱۵
		۱۳/۷	۹۲.۵۸۹	۴۰/۵	۴۲.۴۹۶	۱۵/۶	۱۳۱۶
		۸/۶	۵۵.۹۵۲	۳۱/۵	۳۱.۶۱۷	۱۵/۴	۱۳۱۷
		۱۴/۷	۱۱۸.۱۸۹	۳۷/۹	۴۰.۵۳۸	۱۳/۲	۱۳۱۸
		۱۲/۱	۱۱۱.۹۷۷	۳۶/۲	۴۳.۵۹۰	۱۳	۱۳۱۹
		۴	۳۲.۴۲۲	۴۵/۳	۵۹.۷۰۵	۱۶/۲	۱۳۲۰

منبع: وزارت تجارت، اداره عهود و اطلاعات، تجارت خارجی ایران در سال‌های اقتصادی ۱۳۱۴-۱۵ و ۱۳۱۶-۱۷، ص. ۲۱ و ۲۸ و ۸-۳۷؛ وزارت دارایی، اداره کل گمرک. آمار بازرگانی ایران با کشورهای خارجه در سال ۱۳۲۵؛ مجله اطاق تجارت، ش. ۱۳۰: ۲۴؛ همان، ش. ۱۶، بهمن ۱۳۰۹: ۱۴؛ سازمان اسناد ملی ایران سند شماره ۲۴۰۰۲۳۱۸۶ محل در آرشیو ۶۰۷ ج ۱ ب آ ۱؛ مجله بانک ملی، ش. ۳۸، تیر ۱۳۱۸

همان‌گونه که از جدول شماره ۲ بر می‌آید، صادرات قالی ایران در سال‌های پس از بحران، بجز سال ۱۳۱۰ و ۱۳۱۱ به شدت کاهش یافت. صادرات قالی در سال ۱۳۱۲ نسبت به سال قبل به میزان ۴۰٪ پایین آمد. در همین مورد شمار کارگاه‌های قالی‌بافی ایران که در سال ۱۳۱۱ در حدود ۹۳.۱۲۰ عدد بود، به ۳۹.۷۶۰ مورد در سال ۱۳۱۳ کاهش یافت. (مجله اطاق تجارت، شماره ۱۱۶، مرداد ۱۳۱۴: ۱۷) با اینکه در دهه ۱۳۱۰ قالی همچنان جزو مهمترین کالای صادراتی ایران باقی ماند، اما ارزش صادرات آن به میزان چشمگیری پایین آمد. میانگین صادرات قالی در این دهه حدود ۲۱٪ کل صادرات غیر نفتی ایران بود، در حالیکه میانگین صادرات در دهه پیش از بحران بیش از ۳۳٪ بوده است. نکته قابل توجه اینک در مقابل کاهش ۴۰ درصدی صادرات قالی در سال ۱۳۱۲، صادرات کالاهای جایگزین یعنی پنبه و پشم به طور چشمگیری افزایش یافته است. به عبارت دیگر با افزایش صادرات پشم که ماده اصلی تولید قالی بود، کاهش صادرات قالی تا اندازه‌ای جبران می‌شد.

هر چند که ارقام سال‌های ۱۳۱۰ و ۱۳۱۱ در هنگامه بحران اقتصادی، افزایش چشمگیری در صادرات قالی ایران را نشان می‌دهد، اما همانگونه که در ادامه خواهیم دید، باید در مورد ارقام صادراتی این سال‌ها تردید کرد. زیرا اولاً مقامات گمرکی ایران تمایل چندانی برای کنترل ارزش واقعی کالاهایی که به وسیله صادرکنندگان اعلام می‌شد، نشان نمی‌دادند. (Lingman, 1930: 31) دوماً پس از اجرای قانون انحصار تجارت خارجی در ایران و جواز صدور، شماری از تجار کم مایه برای بهرمنند شدن از جواز صدور، سوء استفاده می‌کردند. آنها قالی‌های پست را به نام قالی‌های خوب از اداره گمرک صادر می‌کردند. مثلاً برای کالایی که ۱۰۰۰ ریال قیمت داشت، به نام جنس خوب ۳ تا ۴ هزار ریال جواز می‌گرفتند. و بعد عین این مبلغ را کالاهای دیگر خریده و وارد می‌کردند. (علی‌اکبری، ۱۳۸۱: ۲۵۴) بنابراین، این عوامل باعث می‌شد تا رقم صادرات بیش از ارزش واقعی آن نشان داده شود.

تأثیر رکود اقتصادی آمریکا و افزایش تعرفه‌های گمرکی این کشور بر کاهش صادرات قالی ایران بسیار مشهودتر بود. در سال ۱۳۱۰ و ۱۳۱۱ قالی ایران در بازاری آمریکا که بهترین بازار قالی ایران بود، دچار بحران شد. بهای قالی در بازار آمریکا در سال ۱۳۱۳ نسبت به سال پیش تا ۱۶٪ کاهش یافت و خریداران آمریکا به دلیل ضررهای هنگفت در بورس، از خرید فرش ایران دست کشیدند. (مجله اطاق تجارت، ش. ۳ سال ۱۳۰۸: ۲۵؛ همان، ش. ۵-۸۴: ۳۰؛ همان، ش. ۴۸: ۱۸) البته این کاهش واردات تنها برای قالی ایران نبود، بلکه کل واردات قالی‌های شرقی به آمریکا در سال ۱۳۱۳ از لحاظ مقدار ۴۰٪ و از لحاظ ارزش ۱۹٪ به نسبت سال ۱۳۱۲ کاهش

یافت. (مجله اطاق تجارت، ش. ۱۰۷-۱۰۶، اسفند ۱۳۱۳: ۴۳) در سال‌های بعد نیز یعنی از سال ۱۳۱۳ تا ۱۳۱۹ به طور کل صادرات قالی ایران به آمریکا تقریباً نصف صادرات سال‌های پیش از بحران بود و هیچ بازار دیگری در اروپا نتوانست این شکافت صادراتی را جبران کند.

### ۲.۳ تعطیلی کارگاه‌های تولیدی داخلی و برچیده شدن شرکت‌های خارجی

یکی دیگر از پیامدهای این بحران، بیکاری گسترده کارگران قالی‌باف و کاهش فعالیت شرکت‌های خارجی در ایران بود که اثرات آن بیشتر از سال ۱۳۱۱ به بعد نمودار شد. شرکت‌های فرش‌بافی در ایران یا به طور قابل ملاحظه‌ای فعالیت‌هایشان را محدود کردند و یا در برخی موارد به طور کلی بسته شدند. (Simmonds, 1935:38) در مناطق عمده تولید فرش خسارات زیادی به شرکت‌های تولیدی وارد آمد و بسیاری از بافندگان بیکار شدند. در زمستان سال ۱۳۰۹ بهای قالی کاشان نسبت به مهرماه این سال ۲۰ تا ۴۰٪ کاهش یافت و حدود چند صد هزار تومان به صنعتگران این منطقه خسارت وارد آمد. در منطقه آران در نزدیک کاشان تا پیش از بحران، ۶۰۰ دار قالی داشت که غالباً قالی بزرگ می‌بافتند و ماهیانه ۵۰ عدد قالی به کاشان صادر می‌شد، اما در طی ماه شهریور ۱۳۰۹ بیشتر آنها بیکار شدند. (مجله تجارت، ش. ۲۱ و ۲۲، سال ۱۳۰۹: ۴) در بیرجند، بازار قالی نسبت به سال ۱۳۰۸ تا ۲۵٪ کاهش یافت. در کرمان نیز به دلیل کساد بازار ۲۵۰۰ نفر قالی‌باف بیکار شدند و دستگاه‌های آنها تعطیل شد. (مجله تجارت ش. ۲۲، مهر ۱۳۰۹: ۳۵، ۴۲)

بنا به گزارشی از خراسان، به دلیل کساد بازار ۱۰٪ سرمایه داران و ۲۰٪ افراد کم سرمایه ضرر می‌کردند. در نتیجه هزاران دستگاه قالی در نقاط مختلف خراسان برچیده شد و به دلیل کساد و ضرر، اکثر دستگاه‌های شال و قنایز بافی برچیده شده و اغلب اساتید آنها نابود شدند. با ادامه این بحران در سال ۱۳۱۳ افرادی که تنها از راه قالی‌بافی گذران می‌کردند، دچار تنگدستی شدند. (مجله تجارت، ش. ۳۰، فروردین ۱۳۱۱: ۲۱-۲۲؛ همان، ش. ۹۱-۹۰، مرداد ۱۳۱۳: ۲۱) در آغاز سال ۱۳۱۲ وضعیت عمومی تجارت بیرجند به ویژه تجارت فرش که مهمترین صادرات و وسیله اصلی گذران زندگی مردم این ناحیه بود، به کلی متوقف شد. در خرداد سال ۱۳۱۲ بهای قالی به نسبت نرخ پایان سال ۱۳۱۱ تا ۲۵٪ کاهش یافت. با این حال هیچ خریداری نداشت و افراد قالی‌باف دستگاه‌های خود را تعطیل کردند. (مجله اطاق تجارت، ش. ۶۶: ۲۹-۲۸)

گذشته از این، بحران اقتصادی باعث بیرون رفتن شرکت‌های آمریکایی و اروپایی از ایران شد. تا پیش از بحران اقتصادی شرکت‌های خارجی معتبری در عراق فعالیت می‌کردند، به دلیل بحران اقتصادی شرکت زیگلر در سال ۱۳۱۰ برچیده شد و ساختمان‌هایش را فروخت. (مجله اطاق تجارت، ش. ۸۷: ۲۰) کاهش چشمگیر بهای قالی عراق (اراک) که مهمترین تولیدکننده قالی باب آمریکا بود، موجب خسارت بسیار بر صاحبان کارخانجات قالی‌بافی و بازرگانان گردید. در طی چند ماه آغاز سال ۱۳۱۲ از شمار دستگاه‌های قالی‌بافی کاسته شد و صاحبان دستگاه‌ها ناگزیر به تعطیلی مؤسسات خود شدند. (همان، ش. ۶۴، خرداد ۱۳۱۲: ۹-۸) کساد بازار قالی عراق در سال‌های بعد ادامه یافت و در ماه‌های نخست سال ۱۳۱۳ بهای قالی ساروق به پایین‌ترین حد خود رسید. (همان، ش. ۹۱-۹۰: ۱۸) در مجموع به دلیل فروش نرفتن فرش‌های ایران بسیاری از تجار داخلی در خارج از ایران دچار تنگدستی شدند. (مجله تجارت ش. ۲۲، مهر ۱۳۰۹: ۴۱)

در سایر مناطق کشور نیز تولیدکنندگان تا ۲۰٪ زیان می‌کردند. علت آن به کار بردن پشم‌های مختلف، بدی بافت و نقشه‌های نامناسب برخلاف سلیقه مشتریان خارجی، پُر بودن انبارهای خارجی، کاهش بهای ارزهای خارجی، افزایش بهای پشم، و مهمتر از همه اشکال تراشی‌های دولت‌ها برای واردات و برقراری تعرفه‌های گمرکی در آمریکا بود. (مجله تجارت، ش. ۳۰، فروردین ۱۳۱۱: ۲۲)

### ۳.۳ افزایش هزینه‌های تولید (پشم - دستمزدها)

چنانکه در توضیح جدول ۲ گفته شد، علاوه بر کاهش تقاضا در بازارهای جهانی برای قالی، نوسان قیمت پشم در داخل ایران که خود متأثر از حجم تولید و تجارت بین‌المللی بود، نیز یک مشکل اساسی برای تولید فرش به وجود می‌آورد. از سال ۱۳۰۸ به بعد، با اینکه کیفیت پشم، مخصوصاً در خراسان رو به وخامت گذاشته بود، اما به دلیل رقابت سخت میان روس‌ها و تولیدکنندگان فرش به دلیل محدودیت عرضه محصول در دسترس، قیمت‌ها به نحو چشمگیری بالا رفت. (Lingman, 1930: 31-32) بهای پشم صادراتی در سال‌های بعد از ۱۳۱۲ دو برابر بهای آن در سال‌های پیش از آغاز بحران بود. به گونه‌ای که بهای ۱ کیلوگرم پشم صادراتی از ۲.۷ ریال در سال ۱۳۰۷ به ۵.۵۳ در سال ۱۳۱۶ رسید. (مجله بانک ملی، ش. ۳۷: ۳۱۸) افزایش صادرات پشم به روسیه در نتیجه کاهش چشمگیر شمار دام‌های این کشور و در نتیجه افزایش واردات پشم، باعث بالا رفتن بهای آن در داخل ایران می‌شد. (همان، ۲۹۵، ۳۰۳)

با توجه به داده‌های جدول شماره ۳ در سال ۱۳۱۵ مظنه پشم در حدود ۲۰ تا ۲۵٪ افزایش یافت که در نتیجه آن نزدیک ۱۰٪ بر قیمت قالی افزوده شد. این افزایش نسبت به فرش‌های ارزان قیمت بسیار بیشتر از فرش‌های گران قیمت بود.

جدول شماره ۳: مظنه اقسام پشم و ترقی آن نسبت به سال ۱۳۱۴

نوع جنس	مظنه سال ۱۳۱۴	مظنه سال ۱۳۱۵	درصد میزان ترقی
کرمانشاه	۱ من ۱۲ ریال	۱۵ ریال	۲۵
خراسان	۱ من ۱۵ ریال	۱۸ ریال	۲۰
گلپایگان	۱ من ۹/۵ ریال	۱۱/۵ ریال	۲۰
کرمان	۱ من ۱۸ ریال	۲۲ تا ۲۷ ریال	۳۶
ماکو	۱ من ۱۰/۹۰ ریال	۱۰/۹۰ ریال	ترقی نکرده

منبع: سازمان اسناد ملی ایران سند شماره ۲۴۰۰۲۲۳۶۹ محل در آرشیو ۵۲۰ ت ۵ ب آ (۱)

علاوه بر افزایش بهای پشم، دستمزد کارگران فرش‌باف نیز در سال ۱۳۱۵ افزایش یافت. شرکت مرکزی سهامی فرش برای بهبود بافت قالی از آغاز تیر ۱۳۱۵ دستمزد کارگران را برای هر ۱۰۰ نشان به بیش از ۳ ریال افزایش داد. (مجله اطاق تجارت، ش. ۱۳۸: ۶۵) برای نمونه، پیشتر در ساروق برای هر ذرع مربع قالی درجه یک ۲۵ تا ۲۸ ریال می‌پرداختند، اما از این به بعد بایستی ۳۸ ریال پرداخت می‌شد. همچنین برای فرش‌های درجه ۲ که پیشتر ۱۸ تا ۲۰ ریال پرداخت می‌شد، از این به بعد باید ۲۸ ریال پرداخت می‌شد. (سند شماره ۲۴۰۰۲۲۳۶۹، محل در آرشیو ۵۲۰ ت ۵ ب آ) بنابراین در سال ۱۳۱۵ نسبت به سال پیش از آن تمام هزینه‌های مواد خام و دستمزدها به شرح زیر افزایش یافت:

شرح محصول	سال ۱۳۱۴	سال ۱۳۱۵	درصد افزایش قیمت
پشم رنگ شده	۱ من ۴۰ ریال	۴۸ ریال	۲۰
قالی مشک آباد جنس ۷۰-۶۰ رگ در هر گره			
	سال ۱۳۱۴	۱۳۱۵	
پشم ۳ تا ۴ من	۳۰ ریال	۳۶ ریال	۲۰
پنبه	۹ ریال	۱۱ ریال	۲۲/۲
دستمزد	۹	۱۲	۳۳/۳
جمع	۴۸ ریال	۵۹ ریال	۲۲/۹۱



پیامدهای بحران اقتصاد جهانی ۱۹۲۹ بر تولید ... (شهرام غلامی) ۲۳۹

مقایسه قیمت اصلی قالی ساروق ۱۲۰-۱۱۰ رگ در گره			
۲۰	۷۲ ریال	۶۰ ریال	پشم
۵۰	۲۴	۱۶	پنبه
۳۳/۳	۴۰	۳۰	دستمزد
۲۸۳۰	۱۳۶	۱۰۶	جمع
مقایسه قیمت اصلی قالی همدان ۱۶۰-۱۴۵ رگ در یک گره			
۲۰	۷۲ ریال	۶۰ ریال	پشم یک و نیم من
۵۰	۲۴	۱۶	پنبه
۹/۴	۸۱	۷۴	دستمزد
۱۸	۱۷۷	۱۵۰	جمع

منبع: (سازمان اسناد ملی ایران سند شماره ۲۴۰۰۲۳۱۸۶ محل در آرشیو ۶۰۷ چ ا ب آ ۱)

بنا بر محاسباتی که شرکت سهامی فرش در خصوص جزئیات هزینه‌های تولید قالی اعم از پشم، ریسندگی، رنگرزی، بافت و غیره انجام داده، در کل افزایش این هزینه‌ها تولید قالی و صادرات آن را با مشکل روبرو می‌ساخت. هر چند اطلاع دقیقی از هزینه‌های سالیانه تولید در همه مراکز قالیبافی و شهرهای بزرگ وجود ندارد، اما از روی آمارهای سال ۱۳۱۱ اینگونه برمی‌آید که هزینه تولید هر ذرع مربع قالی در تهران بسته به کیفیت آن، ۸ تا ۵۰ برابر، و بهای تمام شده آن، حدود ۳ برابر بیشتر از تبریز بوده است. به همین ترتیب هزینه تولید انواع قالی در اصفهان ۱۱ تا ۳۲ برابر بیشتر از تبریز بوده است. اما بهای تمام شده قالی در اصفهان جز در مورد قالی‌های کم کیفیت که دو برابر تبریز بوده، در مورد قالی‌های باکیفیت تقریباً یکسان است. بنابراین با توجه هزینه پایین و یکنواخت برای تولید انواع قالی در تبریز، و همچنین ارزانی انتقال آن تا مرز باعث می‌شد تا این شهر کانون مناسبی برای سرمایه‌گذاری شرکت‌های قالی باشد. (مجله اطاق تجارت، ش. ۵۰، ۱۵ مهر ۱۳۱۱: ۹۵-۷۷)

جدول شماره ۴: مقایسه قیمت تمام شده یک ذرع مربع انواع قالی و هزینه‌های تولید و انتقال آن تا مرز کشور. شهریور مهر ۱۳۱۱ (قیمت به ریال)

قالی ۶۰ پودی			قالی ۵۰ پودی			قالی ۴۰ پودی			قالی ۲۰ پودی			
هزینه انتقال	هزینه تولید	قیمت	هزینه انتقال	هزینه تولید	قیمت	هزینه انتقال	هزینه تولید	قیمت	هزینه انتقال	هزینه تولید	قیمت	
--	۳۲	۴۰۰	-	۲۴	۳۰۰	--	۲۳	۲۶۰	۶	۱۱	۱۴۰	اصفهان
	۱	۴۵۰	۳	۱	۳۰۰	۳	۱	۲۰۰	--	۱	۵۸	تبریز
	۵۰	۱۰۰۰	۲	۳۵	۷۰۰	۱	۱۶	۳۲۰	۲۴۰	۸	۱۶۰	تهران
						۱	۱۲	۲۰۰	۲	۶	۷۵	عراق
۱	۳۲	۴۵۰	۱	۱۸	۲۵۰	۱	۱۰	۱۳۰	۱	۵	۵۵	کرمان
۱/۵	۳۲	۲۹۰	۱/۵	۳۰	۲۷۰	۱/۵	۲۳	۲۵۰	۱/۵	۲۰	۲۰۰	ناصری (اهواز)
۲	۱۰	۸۰۰	۲	۶	۵۰۰	۲	۴	۳۵۰	۲	۲	۱۲۰	همدان
						۱	۷	۲۰۰	۳/۵	۴	۸۰	یزد

منبع: مجله اطاق تجارت. شماره ۵۰، مهر ۱۳۱۱: ۹۵- تا ۹۷:

## ۴. اقدامات دولت برای مقابله با بحران اقتصادی جهانی و صادرات قالی

### ۱.۴ کنترل ارز و انحصار بازرگانی خارجی

در نیمه دوم سال ۱۳۰۸ ارزش پول نقره ایران در برابر ارزهای خارجی به ویژه پوند انگلیس کاهش چشمگیری یافت. به گونه‌ای که ارزش ۱ پوند انگلیس از ۴۷ به ۶۰ قران بالا رفت. دولت ایران برای حفظ ارزش پول خود در برابر ارزهای خارجی قانون تازه‌ای وضع کرد که به موجب آن صادرکنندگان قالی را وادار می‌کرد تا ۹۰٪ ارز خود را به بانک‌های داخلی تحویل دهند و تنها حق داشته باشند تا معادل ۵۰٪ آن را کالا وارد کنند. این قانون باعث شد تا بسیاری از بازرگانان دست از کار بکشند و کار به دست نمایندگان کمپانی‌های خارجی افتاد. بنابراین، چون از یک سو فروش در خارج بازار خوبی نداشت و از سوی دیگر تحویل ارز به بانک‌ها برای تسعیر لیره ۶ تومان برای آنها مفید نبود، دست از کار کشیده و شخصاً داد و ستد نمی‌کردند. بنابراین ۸۰٪ صادرات فرش ایران، قالی‌های کهنه بود و بیشتر توسط کمپانی‌ها انجام می‌گرفت (مجله اطاق تجارت، ش. ۱۲، مهر ۱۳۰۹: ۱۶)

اقدام دیگر ایران برای مقابله با بحران، کنترل واردات و افزایش عوارض گمرکی برای کالاهای وارداتی بود. البته ایران تنها در مقابل آن دسته از کشورهایی که واردات گسترده‌ای داشت، می‌توانست دست به جنگ تعرفه‌ای بزند، اما مقابله‌جویی با کشورهایی مانند آمریکا که صادرات قالی ایران به آنجا زیاد و در مقابل واردات کمی به ایران داشتند، این امکان وجود نداشت. برای نمونه در این هنگام صادرات قالی ایران به آمریکا سالانه نزدیک ۷/۵ میلیون تومان و واردات اتومبیل در حدود ۱/۳ میلیون تومان بود. در نتیجه اداره اقتصادی وزارت خارجه رویارویی با این کشور را صلاح نمی‌دانست. (علی‌اکبری، ۱۳۸۱: ۱۲۱)

### ۲.۴ تصویب قانون متمم اسعار و تأثیر نوسانات آن بر صادرات قالی

همانگونه که پیشتر در قسمت (ب) توضیح داده شد، نوسانات صادرات قالی ایران و نمودار ارزش کلی صادرات در دهه ۱۳۱۰ تنها وابسته به کشش تقاضا در مرکز هسته نظام اقتصاد سرمایه‌داری نبود، بلکه سیاست‌های پولی و مالی دولت، مجوزهای ارزی و غیره می‌توانست در فراز و فرود صادرات مؤثر باشد.

تصویب قانون کنترل ارز به طور موقت باعث افزایش صادرات کالاهای خارج از شمول قانون اسعار مانند قالی شد. صادرات برخی از کالاهای داخلی و صنایع دستی مانند قالی که

وضعیت خوبی نداشت، در نتیجه این قانون برای موقت رونق یافت. زیرا در برابر ترقی بیش از اندازه بهای کالاهای خارجی ناگزیر کالاهای داخلی هم پس از مدتی گران می‌شد. البته پس از آنکه دولت و بانک‌ها برخی راههای دور زدن قانون ارز و قاچاق را گرفتند، و واردکنندگان هنگامی می‌دیدند که پول حاصل از فروش کالاهایشان را نمی‌توانند خارج کنند، ناگزیر پول خود را به خرید کالاهای ایرانی و صادر کردن آن اختصاص می‌دادند. (مجله اطاق تجارت، ش. ۱۳، آبان ۱۳۰۹: ۱۲)

از سوی دیگر، در نتیجه انحصار تجارت خارجی و ایجاد سهمیه جواز برای واردات، شمار بسیاری از افرادی که آگاهی زیادی از بازارهای خارجی نداشتند، تنها برای به دست آوردن جواز واردات، مقدار زیادی فرش صادر کردند که در خارج زیر قیمت فروخته می‌شد. همچنین برخی از شرکت‌های خارجی برای تهیه ماشین‌آلات و لوازم خط آهن مجبور به صادرات کالای ایرانی بودند، بدون مطالعه مقدار زیادی قالی را به بندرهای اروپایی سرازیر و با قیمت‌ها پایین فروخته شد. (مجله اطاق تجارت، ش. ۸۵: ۲۶؛ همان، ش. ۶۶: ۲۹) در نتیجه در ماه‌های شهریور و مهر ۱۳۰۹ صادرات قالی رونق گرفت و فرش‌های درجه یک کاشان اعم از قالی و قالیچه در تهران، تومانی ۴ تا ۵ قران افزایش یافت. در خود محل هم این افزایش بها به گونه‌ای بود که گفته می‌شد در نزدیک مهر ماه این سال چند بار مالتجاره قالی و قالیچه از تهران به کاشان حمل شده بود. قالی خراسان نیز در تهران ۲۰ تا ۳۰٪ افزایش قیمت داشت. با این حال، این رونق در آبان ماه درهم شکست و دوباره کساد بازار قالی را فرار گرفت. (همان، ش. ۱۳، آبان ۱۳۰۹: ۱۲ و ۱۳؛ همان ش. ۱۴، آذر ۱۳۰۹: ۲۵)

در آذر سال ۱۳۱۲ به دلیل ترقی نرخ پوند، افزایش بهای جواز صدور و افزایش سمیه واردات، بازار فرش تکان نسبی خورد. اما این ترقی زیاد طول نکشید و دوباره دچار رکود شد. (مجله اطاق تجارت، ش. ۸۵-۸۴: ۲۶) در اردیبهشت ۱۳۱۴ نیز به دلیل پایین آمدن ارزش لیره برابر با ۵۲ ریال، صادرات محصولات کشاورزی و قالی را تحت تأثیر قرار داد در نتیجه بازرگانان برای انتظار ترقی ارز از صدور جنس خودداری کردند، زیرا به خاطر پایین بودن ارزش لیره فروش کالاهای ایران در خارج از کشور به سود بازرگانان نبود. (مجله اطاق تجارت، شماره ۱۲۷: ۶)

## ۵. تشکیل شرکت سهامی فرش

### ۱.۵ تشکیل موسسه قالی ایران، مدرسه صنایع مستظرفه و مدارس رنگرزی ۱۳۰۹

وزارت اقتصاد ملی به ریاست محمدعلی فروغی که در سال ۱۳۰۹ همزمان با آغاز بحران اقتصادی برپا شد، اصلاح صنعت ملی قالی را در اولویت برنامه اقتصادی خود قرار داد. بنابراین در سال ۱۳۰۹ موسسه‌ای به نام «موسسه قالی ایران» درست شد که دارای سه شعبه نقشه کشی، رنگرزی و قالی‌بافی بود. همچنین شواری قالی تهران مرکب از متخصصان گمرک، رنگرزان و بازرگانان درجه اول قالی تشکیل شد. (مجله تجارت، ش. ۲۰: ۲۹-۳۰؛ مجله اطاق تجارت، ش. ۱۲: ۲۵) اعضای این کمیسیون در جلسه مهر ۱۳۰۹ با برپایی سندیکایی با سرمایه بازرگانان و صاحبان کارخانه قالی و دولت، به مبلغ ۱ میلیون تومان موافقت کردند. هدف از تشکیل این سندیکا کمک به فروش قالی تهیه کنندگانی بود که نمی‌توانستند قالی خود را به فروش برسانند. (مجله اطاق تجارت، ش. ۱۳، آبان ۱۳۰۹: ۲۷) با این حال، در سال ۱۳۱۰ موسسه قالی، منحل شد. در عوض مبلغ ۱۵ هزار تومان برای چاپ و انتشار نقشه‌های قالی اختصاص داده شد (مجله تجارت، ش. ۲۷، آذر ۱۳۱۰: ۳)

در اقدامی دیگر، برای ترقی صنعت قالی ایران، مدرسه صنایع مستظرفه به وزارت اقتصاد انتقال یافت. دولت کوشید تا شرکت‌های قالی‌بافی محصول خود را زیر نظر دولت و با نشان مخصوص ایران تهیه نمایند (مجله تجارت، ش. ۲۰، سال ۱۳۰۹: ۳۱) همچنین، مدرسه رنگرزی که دارای یک کلاس عملی و یک کلاس علمی بود در مدرسه صنایع مستظرفه در کنار موسسه قالی‌بافی و نقشه‌کشی دولتی تأسیس شد. (همان، ش. ۲۳ و ۲۴، اسفند ۱۳۰۹: ۱۸) گذشته از این، کمیسیون قالی برای مطالعه در امور قالی و ترقی آن در اغلب شهرها تشکیل، و برای رونق قالی‌بافی دستورالعمل‌هایی به وزارت داخله داده شد. (همان، ش. ۲۳ و ۲۴، اسفند ۱۳۰۹: ۱۸)

### ۲.۵ تشکیل شرکت سهامی مرکزی فرش ایران

از دید بسیاری از کارشناسان اقتصادی، وجود شرکت‌های روسی، نبود صادرات مستقیم، وجود واسطه‌های بسیار و انحصار بازرگانان ارمنی باعث افزایش قیمت نهایی قالی می‌شد. (علی‌اکبری، ۱۳۸۱: ۱۱۸، ۱۸۴) تنها در بندر نیویورک بیش از یکصد تجارتخانه فرش وجود داشت که بیشتر آنها آرامنه و اهالی سوریه و لبنان بودند که بیشتر به دلیل آگاهی از مزایای قالی

ایرانی سرمایه‌های هنگفتی به هم زدند. (مجله تجارت، ش. ۷، اردیبهشت ۱۳۰۷: ۸) بنابراین تشکیل شرکت سهامی ایرانی برای کنترل تولید و صادرات مستقیم ضروری بود. شاید مشوق دیگر دولت برای ایجاد شرکت‌های سهامی، اقداماتی بود که در کشورهای رقیب ایران مانند ترکیه صورت گرفته بود. در این هنگام ترکیه با تأسیس شرکت‌های دولتی کنترل بازرگانی قالی را در اختیار گرفته بود و این شرکت‌های دولتی ترکیه قالی‌های ابریشمی ماشینی تولید می‌کردند که از قالی‌های ایران برتر بود. (علی‌اکبری، ۱۳۸۱: ۱۳۲) بنابراین، احتمالاً مواردی مانند این الگوی مناسبی برای تشویق دولت به ایجاد شرکت‌های سهامی قالی بود.

تا پیش از تشکیل شرکت سهامی فرش ایران در سال ۱۳۱۴ و انحصار صدور فرش توسط این شرکت، شمار زیادی از تجارخانه‌ها فردی و شرکت به طور مستقیم یا غیر مستقیم در صادرات قالی نقش داشتند. آمار دقیقی از افراد و شرکت‌های صادرکننده قالی وجود ندارد. زیرا از مجموع ۳۱۷ شرکت تجاری ثبت شده در سال ۱۳۱۱ فعالیت بسیاری از آنها مشخص نشده است. اما از روی اظهارنامه خود این شرکت‌ها می‌توان گفت که به طور کل بیشترین شمار تجارخانه‌های شخصی و شرکت‌هایی که به کار صادرات قالی می‌پرداختند، به ترتیب در تهران و تبریز تمرکز داشته‌اند. بیشتر شرکت‌ها و اتباع خارجی که در کار صادرات قالی نقش داشتند، به ترتیب در تهران، سلطان آباد و کرمانشاه فعالیت داشتند. اطلاع دقیقی از هویت مذهبی بازرگانان خارجی و داخلی فعال در صادرات قالی در دست نیست اما به طور کل همه شرکت‌های صادرکننده قالی در کرمانشاه یهودی و از اتباع کشور عراق بوده‌اند.

جدول شماره ۵: تجارخانه‌ها و شرکت‌های صادرکننده قالی پیش از تأسیس شرکت سهامی قالی (سال ۱۳۱۱)

نام محل	شمار تجارخانه‌های ایرانی صادرکننده قالی		شمار شرکت‌های ایرانی		شمار شرکت‌های خارجی	
	کل تجارخانه‌های صادرکننده قالی	فقط صادرکننده فرش	کل شرکت‌های صادرکننده فرش	فقط صادرکننده فرش	قالی و سایر کالاها	فقط صادرکننده قالی
تهران	۵۳	۱۳	۲۴	۵	۱۰	۱۰
تبریز	۵۵	۲۳	۴	۱	۳	۳
اردبیل	--	۱	--	--	--	---
مشهد	۲۱	۷	۲	۱	۱	۱

پیامدهای بحران اقتصاد جهانی ۱۹۲۹ بر تولید ... (شهرام غلامی) ۲۴۵

نام محل	شمار تجارخانه‌های ایرانی صادر کننده قالی		شمار شرکت‌های ایرانی		شمار شرکت‌های خارجی	
	کل تجارخانه‌های صادر کننده قالی	فقط صادر کننده قالی	کل شرکت‌های صادر کننده فرش	فقط صادر کننده فرش	فقط صادر کننده قالی	سایر کالاها
بیرجند	۳	--	۱	۱	--	--
زاهدان	۴	۲	--	--	۲	۴
شیراز	۱۱	---	۲	--	۱	۱
اصفهان	۸	--	--	--	۱	۱
کرمانشاه	۱۱	۱	۱	۱	۷	۷
قصر شیرین	۲	-				
سندج	۱	-	--	--	--	--
رشت	۲	-	---	--	۱	--
بروجرد	۱	--	--	--	--	--
ناصری (اهواز)	۲	-	--	--	۱	۱
سلطان آباد (اراک)	۳	۳	--	--	۶	۶
بندعباس	۶	---	--	--	۱	۱
بوشهر	۴	--	--	--	۲	۲
لنگه	۷	۱				
گرگان	۳	--	--	---	--	---
یزد	۱۱	۱	---	---	--	--
همدان	--				۱	۱
جمع	۲۰۸	۵۲	۳۴	۹	۳۶	۳۹

منبع: مجله اطاق تجارت شماره ۸۲ و ۸۳ فروردین ۱۳۱۳، برگ ۳۱ تا ۴۰

بنابراین، در سال ۱۳۱۴ به منظور اصلاح صنعت و تجارت فرش، در دست گرفتن بازار توزیع آن در کشورهای خارجی و ایجاد بازارهای جدید برای فروش آن، شرکتی به نام «شرکت مرکزی فرش ایران» با سرمایه اولیه ۵۰ میلیون ریال برپا شد. ۳۰ میلیون ریال از سهام این شرکت توسط بانک فلاحی و صنعتی پرداخت شد. بانک مزبور نیز برای تأمین یک سوم

سرمایه اولیه شرکت با مجوز وزارت مالیه مبلغ ۱۰ میلیون ریال از بانک ملی استقراض کرد و بقیه آن به شرکت‌های محلی و تولید کنندگان قالی واگذار شد.

شرکت مرکزی می‌توانست در مراکز مهم صنعت فرش با شراکت افراد دارای سرمایه شرکت‌های محلی ایجاد کند. سرمایه شرکت‌های محلی به ترتیب زیر پرداخت می‌شد: ۲۶٪ توسط شرکت مرکزی؛ ۲۵٪ سهام شرکت مرکزی؛ ۴۹٪ توسط افراد علاقمند. (سند شماره ۲۴۰۰۲۲۳۶۹ محل در آرشیو ۵۲۰ ث ب آ؛ مجله اطاق تجارت، ش. ۱۲۸، بهمن ۱۳۱۴: ۲) فروش همه فرش‌های شرکت‌های محلی در بازارهای خارجی از هنگام آغاز تأسیس آنها توسط شرکت مرکزی صورت می‌گرفت و مأخذ حق‌العمل فروش در هر کشور به تناسب هزینه‌های آن و بنا به تصمیم هیئت مدیره شرکت مرکزی تعیین می‌شد. (سند شماره ۲۴۰۰۲۲۳۶۹ محل در آرشیو ۵۲۰ ث ب آ) شرکت سهامی قالی ایران در آلمان، آمریکا و انگلیس نمایندگی بازرگانی برپا کرد. این شرکت همچنین در شهرهای تبریز، سلطان آباد، کرمان، همدان، مشهد، اراک، کاشان و ملایر کارخانه‌های مخصوص داشت.

برای نظارت بر کیفیت بافت قالی، تجار و قالی‌بافان ملزم بودند نسخه‌ای از قرارداد خود با کارفرمایان را برای شرکت بفرستند. همچنین نقشه قالی‌ها باید به شرکت داده می‌شد و از پایان بهمن ۱۳۱۵ باید تمام قالی‌ها آماده صادرات به تأیید شرکت می‌رسید. برای بهبود بافت قالی از تیر ۱۳۱۵ اجرات کارگر برای هر ۱۰۰ نشان به بیش از ۳ ریال تعیین شد. (مجله اطاق تجارت، ش. ۱۳۸: ۶۵؛ همان، ش. ۱۴۸: ۳۰-۲۹) بازرسی فرش‌های صادراتی از سوی شرکت فرش در مراکز تهران- تبریز- مشهد- همدان- عراق- کرمان، زاهدان و شیراز صورت می‌گرفت. شرکت علاوه بر بازرسی فرش‌های صادراتی موظف بود بر تهیه قالی در داخل کشور هم نظارت کند. این وظایف عبارت بودند از: دستور برای اصلاح دستگاه‌های فرش بافی، اصلاح نقشه، کیفیت پشم و رنگرزی، آموزش رنگرزه‌ها، بررسی شرایط کارخانه شستشوی فرش. (سازمان اسناد ملی ۸۱۸۰۶-۲۴۰ محل در آرشیو ۳/۲۲۸/۲۰۲)

سرانجام، محدودیت‌های ایجاد شده توسط شرکت برای تولید و صادرات قالی باعث اعتراضات و شکایاتی بسیاری شد. در نتیجه با مقررات تازه در خرداد ۱۳۱۶ برخی محدودیت‌های داخلی برداشته شد و صادرات قالی برای همه کس آزاد شد، ولی صادرکننده می‌بایست تمام ارز حاصل از صادرات را به بانک می‌فروخت. بعد از فروش ارز، برای ۲۰٪ از ارزی که فروخته بود، در صادرات بعدی فرش تعهد فروش نداشت و ارز حاصله تا ۲۰٪ متعلق به صادرات کننده بود، می‌توانست آن را خارج نماید. (پیشین، همانجا)



شرکت سهامی فرش برای توسعه صنعت قالی ایران، با جلب نظر کارشناسان فنی تغییرات مهمی در طرز بافت، رنگ‌آمیزی و نقشه قالی انجام داد. علاوه بر این، برای تشویق فروش قالی، در سال ۱۳۱۷ فروشگاه‌هایی در تهران و شهرستان‌ها، از جمله تبریز، مشهد، اراک و آبادان تأسیس نمود و فرش‌های شرکت را با اقساط مدت‌دار می‌فروخت. به این ترتیب در نتیجه اقدامات شرکت بر میزان تقاضا برای خرید فرش در داخل افزایش یافت و فروش آن در بازارهای خارجی تا اندازه‌ای موفقیت‌آمیز بود. با توسعه حوزه فعالیت شرکت تعداد دستگاه‌های قالیبافی مربوط به آن نیز افزایش یافت و تعداد دستگاه‌های شرکت از ۳۶۳۹ دستگاه در سال ۱۳۱۷ به ۵۲۸۰ دستگاه در سال ۱۳۱۹ افزایش یافت. (یکتایی، ۱۳۴۰: ص ۳۶۴-۳۶۲؛ مجله اطاق تجارت، ش. ۲۱۲: ۱۱) گذشته از این، درآمدهای شرکت در سال ۱۳۱۸ به نسبت سال ۱۳۱۵ تقریباً ۳ برابر افزایش یافت و مجموع فروش آن در بازار لندن در سال ۱۳۱۸ نسبت به سال قبل از آن ۲ برابر شد. با این حال، به رغم موفقیت‌های نسبی شرکت، هیچگاه صادرات فرش به سال‌های طلایی پیش از بحران نرسید. (مجله اطاق تجارت، ش. ۲۱۲: ۱۶-۱۳؛ همان، ۲۳۴-۳۵: ۱۶-۱۷)

## ۶. نتیجه گیری

در این جستار کوشیده شد تا اثرات متقابل بحران اقتصاد جهانی ۱۹۲۹ و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی ایران در خصوص تولید و صادرات قالی در دهه ۱۳۱۰ مورد بررسی قرار گیرد. بحران اقتصادی ۱۹۲۹ نقطه عطف مهمی در اقتصاد سیاسی ایران معاصر بود. این بحران اقتصاد کشور را به شدت تحت تأثیر قرار داد و دولت را وادار کرد تا برنامه‌های اقتصادی تازه‌ای ارائه دهد. برنامه‌های اقتصادی ایران مانند کنترل ارز، انحصار بازرگانی خارجی و سهمیه‌بندی واردات، اگرچه صادرات قالی را احتمالاً به صورت ظاهری و موقت در سال‌های ۱۳۱۰ و ۱۳۱۱ افزایش داد، اما چون موفقیت چشمگیری نداشت، دولت ناگزیر شد تا با سامان‌دهی صادرات از طریق ایجاد شرکت سهامی فرش، راه حل تازه‌ای ارائه دهد. شرکت سهامی فرش هرچند موفقیت‌های نسبی برای بازاریابی قالی در خارج به دست آورد و درآمد شرکت از سال ۱۳۱۵ تا ۱۳۱۸ تقریباً ۳ برابر شد، اما با اعتراضات بسیاری مواجه شد و صادرات قالی هیچگاه به پای سال‌های رونق پیش از بحران نرسید. از آنجایی که نیمی از صادرات ایران به آمریکا می‌رفت، افزایش چشمگیر تعرفه گمرکی در آمریکا، تولید گستره قالی ماشینی و کاهش تقاضا در این کشور مهمترین عامل رکود بازار قالی ایران بود. گذشته از این‌ها، شیوه‌های مخرب بازرگانی شرکت‌های روسی

در ایران، افزایش تعرفه‌های گمرکی در اروپا، افزایش دستمزدها و افزایش بهای پشم در داخل در نتیجه کشش تقاضای خارجی، از جمله عوامل مهمی بودند که مانع ترقی دوباره تولید و صادرات قالی شد.

## کتاب‌نامه

- بهرامی، تقی. (۱۳۳۳): *جغرافیای کشاورزی ایران*، تهران. انتشارات دانشگاه تهران.
- پامر، روزول. (۱۳۸۶): *تاریخ جهان نو*، ج. ۲، ترجمه ابوالقاسم طاهری، تهران. امیرکبیر
- پیرن، ژاک (۱۳۵۷): *جریان‌های بزرگ تاریخ معاصر*، ترجمه رضا مشایخی، ج. ۲، تهران. امیرکبیر
- سازمان برنامه و بودجه. (۱۳۵۵): *بیان آماری تحولات اقتصادی و اجتماعی ایران در دوران پرافتخار دودمان پهلوی*، تهران
- عیسوی، چارلز. (۱۳۶۲): *تاریخ اقتصادی ایران*، ترجمه یعقوب آژند، تهران، نشر گستره،
- علی‌اکبری، علی‌اکبر. (۱۳۸۱): *اسنادی از صنعت فرش ایران ۱۲۹۷ تا ۱۳۵۷*، مرکز اسناد ریاست جمهوری، تهران. وزارت فرهنگ،
- فلور، ویلم. (۱۳۷۱): *صنعتی شدن ایران و شورش شیخ احمد مدنی ۱۹۲۵-۱۹۰۰*، ترجمه ابوالقاسم سری، توس
- مرکز اسناد ریاست جمهوری. (۱۳۸۳): *گزارش‌های ایالات و ولایات از اوضاع اجتماعی و اقتصادی ایران در سال ۱۳۱۰*، تهران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- میلسیو، آرتور. (۱۳۵۶): *مأموریت آمریکایی‌ها در ایران*، ترجمه حسین ابوترابیان، تهران. نشر پیام
- وزارت تجارت، اداره عهود و اطلاعات. *تجارت خارجی ایران در سال‌های اقتصادی ۱۳۱۴-۱۵ و ۱۶-۱۳۱۵*
- وزارت دارایی، اداره کل گمرک. *آمار بازرگانی ایران با کشورهای خارجه در سال ۱۳۲۵*
- یکتایی مجید. (۱۳۴۰): *تاریخ دارایی ایران و گمرکات و انحصارات*، تهران، پیروز،
- مجلات:
- مجله بانک ملی ایران، ش. ۳۸، تیر ۱۳۱۸
- مجله اطاق تجارت، (مدیر مسئول ع. مسعودی). شماره‌های ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۹، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۵، ۲۸، ۲۹، ۳۳، ۴۱، ۴۶، ۴۸، ۵۰، ۶۶، ۷۲، ۸۲، ۸۳، ۸۵، ۱۱۶، ۱۱۱، ۱۲۷، ۱۳۰، ۱۳۲، ۱۳۸، ۱۴۸، ۲۱۲، ۲۳۴

پیامدهای بحران اقتصاد جهانی ۱۹۲۹ بر تولید ... (شهرام غلامی) ۲۴۹

مجله تجارت، دور دوم (مدیر مسئول دکتر اسلامی). شماره‌های ۱، ۲، ۳، ۴، ۷، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۴، ۲۶، ۲۷، ۳۰، ۳۱، ۳۲،

استاد:

سازمان اسنادکتابخانه ملی ایران. سند شماره ۲۴۴ جای نما ۷۴۰؛ سند شماره ۲۴۰۰۱۰۴۰، محل در آرشیو ۵۰۱ ض الف الف ۱؛ سند شماره ۲۴۰۰۲۳۱۸۶ محل در آرشیو ۶۰۷ ب آ اسناد شماره ۲۴۰۰۲۲۳۶۹، محل در آرشیو ۵۲۰ ث ۵ ب آ اسناد شماره ۸۱۸۰۶-۲۴۰ محل در آرشیو ۲۲۸/۲۰۲

۳

Lingeman, E.R. (1928): Report on The Finance and Commerce of Persia 1925-27, London.

Simmonds, S. (1935): Economic Conditions in Iran, London,

Wilber, Donald. (1948): N. Iran: Past and Present, Princeton University press