

اشاره:

حدود هفت قرن است که فرش ایران با ویژگی‌ها و اصالت‌های خود، بازارهای اروپایی را تسخیر کرده، لیکن از اواسط دهه میلادی جاری از رونق و شکوفایی بازار آن کاسته شده است.

نبود یک «متولی» واقعی برای این هنر ملی خسارات سنگینی به آن وارد کرده و به تدریج به حاشیه بازارها کشیده می‌شود. در دو سال گذشته سهم فرش دستباف ایران در بازار جهانی به کمتر از ۲ درصد سقوط کرده و چنانچه یاری و پشتیبانی دولت همراه آن نباشد، رقبای بی‌هویت جای آن را خواهند گرفت.

در این رهگذر، نه تنها درآمدهای ارزی کشور، بلکه زندگی بسیاری از روستاییان هنرمند با تنگنا مواجه خواهد شد. چاره‌اندیشی برای صادرات غیرنفتی و از جمله فرش دستباف می‌تواند موانع و تنگناهای موجود را برطرف ساخته و راهکنشای پیاده کردن برنامه اقتصاد بدون نفت باشد.

در این برهه، بررسی و برآورد نظرات دلسوزان این هنر ملی و اتخاذ راهبردها و راهکارهای متناسب با شرایط بازار ضرورت دارد.

خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با «دکتر کیخسرو سبحه» عضو هیأت‌مدیره اتحادیه صادرکنندگان فرش ایران، تنگناهای بازار فرش و راهکارهای متناسب برای رویارویی با شرایط کنونی بازار را جویا شد. ماحصل این گفت‌وگو را با هم می‌خوانیم.



■ سهم ایران در تجارت جهانی فرش در حال حاضر چقدر است؟

است؟

○ یک‌سوم بازار جهانی فرش در دست ایران است و در حال حاضر سهم فرش ایران از تک‌تک رقبای خارجی بالاتر است.

لا در این زمینه ضعف آمار وجود دارد. آمار غیررسمی حکایت از آن دارد که یک‌سوم بازار جهانی فرش در دست ایران و بقیه در اختیار دیگر رقبا می‌باشد. البته در حال حاضر نیز سهم فرش ایران از تک‌تک رقبا بالاتر است. در سال گذشته میلادی (۱۹۹۶) ایران، هند، نپال و چین از لحاظ ارزش صادرات فرش، مقام‌های اول تا چهارم را داشته‌اند.

■ آینده فرش ایران در بازارهای جهانی، چگونه ارزیابی می‌شود؟

می‌شود؟

□ پیش‌بینی وضعیت آینده چندان آسان نیست. زیرا تصمیم‌گیری‌های مسوولان اقتصادی کشور قابل پیش‌بینی نمی‌باشد. برخی از آنها فرش را کالایی دارای مزیت نسبی می‌دانند و برخی دیگر بخش خصوصی را قبول ندارند. اگر به

■ ارزش صادرات فرش ایران در سال ۷۵ چقدر بود و

نسبت به سال ۷۴ چه تغییری داشت؟

□ صادرات فرش ایران در سال ۷۵ کاهش یافت و بالغ بر ۶۰۲ میلیون دلار بود. این رقم برای سال ۷۴ به میزان ۹۱۹

۱- عملی نشدن واگذاری امتیاز واردات از نام صادرکننده فرش به واردکننده کالاهای مجاز با وجود مصوبه مجلس شورای اسلامی موضوع بند «ف» تبصره ۲۹ قانون بودجه سال ۱۳۷۶ کل کشور.

۲ مشکلات ارزی در رابطه با کمبود ارز یا داشتن ارز مازاد بر پیمان ارزی

۳- تبعیض میان مالیات تولیدکنندگان کالاهای صنعتی و سنتی یعنی صدور کالاهای صنعتی از ۱۰۰ درصد مالیات معاف است، اما صادرات فرش از ۵۰ درصد معافیت برخوردار می‌باشد. مالیات صادرات فرش تصاعدی است، از ۱۲ درصد شروع می‌شود و هر چه صادرات فرش بیشتر شود، ضریب مالیات افزایش یافته و تا ۵۴ درصد می‌رسد. این به معنای جریمه کردن صادرکنندگان فعال و یا تشویق آنها به استفاده از کارت بازرگانی دیگران است تا رقم کارکرد (صادرات فرش) بالا نرود.

۴- فرش همراه مسافر، که باید تا سقف سه متر مربع برای هر مسافر آزاد باشد.

۵- مشکلات شناسنامه فرش، که لازم است الصاق آن اختیاری و تشویقی باشد نه اجباری.

۶- صدور روادید برای مشتریان خارجی فرش ایران. در حال حاضر فقط یک بار در سال و برای مدت ۱۰ روز روادید صادر می‌شود. در حالی که دیگر تولیدکنندگان فرش مانند هند، روادید یک ساله به دفعات (مولتی‌پل) برای خریداران فرش خود صادر می‌کند.

○ اگر به بخش مردمی اجازه فعالیت قانونمند داده شود، بازار فرش در آینده از آن ایران خواهد بود.

۷- وزارت امور اقتصادی و دارایی که به‌طور مرتب اعلام می‌کند: صادرکنندگان باید در خریدهایشان از کد اقتصادی استفاده کنند، در حالی که بافندگان و فروشندگان شهرستانی و روستایی کد اقتصادی و سیاهه فروش (فاکتور) ندارند. فرش‌های صادرکنندگان فقط از این طریق (با کد اقتصادی) از کمربات کشور صادر می‌شود و در نهایت تمام اسناد و مدارک به وزارت امور اقتصادی و دارایی منعکس می‌شود و نسخه‌ای برای اداره خدمات ماشینی برای حوزه‌های مالیاتی ارسال می‌گردد. بدین ترتیب نیاز به داشتن سیاهه خرید (فاکتور)

بخش مردمی اجازه فعالیت قانونمند داده شود، بازار فرش در آینده از آن ایران خواهد بود، ولی اگر با بی‌اعتمادی و بی‌اعتقادی به جامعه تجاری و صادرات نگاه شود، نه تنها فرش ایران، بلکه هیچ کالای ایرانی جایی در بازارهای جهانی نخواهد داشت.

تجربه ۲۸ کشور سوسیالیستی که به نظام متمرکز اقتصادی پشت کرده‌اند، تجربه‌ای گرانقدر است که باید از آن بهره جست.



○ صادرات فرش ایران از ۹۱۹ میلیون دلار در سال ۷۴ به ۶۰۲ میلیون دلار در سال ۷۵ کاهش یافت.

■ عمده‌ترین مشکلات صادرکنندگان فرش برای مقابله با کاهش سهم ایران در بازار چیست؟

۱۱ مشکلات صادرکنندگان به دو بخش تقسیم می‌شوند که یکی مشکلات کوتاه‌مدت و دیگری مشکلات بلندمدت است. در زمینه مشکلات کوتاه‌مدت می‌توان به این موارد اشاره کرد:

همراه با کد اقتصادی در مورد صادرکنندگان فرش نیست.

در زمینه مشکلات بلندمدت می‌توان به این موارد اشاره کرد:

- ۱- بی‌ثباتی و کارشناسی نبودن مقررات که تغییرات و نوسانات پیاپی در جهت تکمیل مقررات قبلی پدید می‌آورد.
- ۲- مشورت نداشتن تصمیم‌گیرندگان با کارشناسان صاحب‌نظر و اتحادیه صادرکنندگان فرش، در صورتی که بها دادن به تشکلهای در قانون دومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی کشور آمده است.

○ در دو سال گذشته میزان تورم ۷۱ درصد بوده و طبیعی است که تثبیت نرخ ارز صادراتی پاسخگوی مخارج نیست.

- ۳- تعدد مراکز تصمیم‌گیری و هماهنگ نبودن تصمیمات آنها.
- ۴- نبود سیاست‌گزاری و برنامه‌ریزی مدون، جامع و هماهنگ برای صادرات فرش در سطح خرد و کلان.
- ۵- نبود آمار و اطلاعات صحیح درباره صادرات فرش ایران و دیگر کشورهای رقیب و نحوه عملکرد آنها.

■ مقررات کنونی در زمینه صدور فرش چه مزایا و معایبی دارد؟

□ مهمترین ضعف قوانین جاری، تغییرات پی‌درپی آنهاست که از کارشناسی نبودن مقررات ناشی می‌شود. یک کارشناس اقتصادی، صاحب تجربه و با دید وسیع، قوانینی را وضع و یا پیشنهاد نمی‌کند که در عمل قابل اجرا نباشد. قوانین حاکم بر صادرات فرش به‌طور عمده اداری هستند.

■ برای گسترش صادرات فرش کدام بخش از قانون و مقررات کنونی باید اصلاح شود؟

□ بیشترین مشکل در حال حاضر مربوط به مقررات بانکی، ارزی و مالیاتی است که باید اصلاح گردند.

○ وقتی سخت‌گیری در زمینه پیمان‌سپاری شروع شود، «فساد» فرصت حضور و خودنمایی پیدا می‌کند.

■ آیا صادرکنندگان فرش با نرخ ارز صادراتی و مقررات پیمان‌سپاری مشکل دارند؟

□ در سال ۷۴ بر اساس آمار بانک مرکزی، میزان تورم ۴۸ درصد و در سال ۷۵، ۲۳ درصد بود یعنی در عرض دو سال ۷۱ درصد تورم داشته‌ایم. طبیعی است نرخ ارز صادراتی (هر دلار برابر با ۳۰۰۰ ریال) پاسخگوی مخارج که همراه و یا گاهی جلوتر از میزان تورم حرکت می‌کند، نیست.

موضوع پیمان‌سپاری یک ایراد کلی است. وقتی سخت‌گیری شروع شود، «فساد» فرصت حضور و خودنمایی پیدا می‌کند و رخدادهایی از قبیل مسأله گمرک فرودگاه مهرآباد پدید می‌آید. قبل از آنکه از صادرکنندگان پیمان ارزی اخذ شود، به غلط اظهار می‌شود که بازرگانان ارز خود را به کشور بر نمی‌گردانند، در حالی که اگر ارز به ریال تبدیل نشود و به جریان نیفتد، صادرکننده از کجا می‌تواند نقدینگی ریالی برای خرید و صدور فرش به‌دست آورد.

اکنون که پیمان‌سپاری برقرار شده و نمی‌توان چنین ادعای واهی را مطرح کرد، تضییقات دیگر وجود دارد و مصوباتی که می‌تواند تا حدی راهگشای صادرات باشد، در عمل کم‌رنگ و یا بی‌رنگ می‌شود، زیرا برخی مسؤولان به آنها اعتقادی ندارند. قانون باید اجرا شود و با اعتقاد یا بی‌اعتقاد نباید با آن برخورد و بازی کرد.

■ فرش ایران در بازارهای جهانی در حال حاضر چه موقعیت و ویژگی دارد؟

□ فرش ایران صاحب نام و اصالت است. تنوع بیشمار در نقشه‌ها و طرح‌های آن و نیز در اندازه‌هایش دیده می‌شود. به همین جهت طیف وسیعی از ارزان تا گران‌قیمت دارد که با هر بودجه‌ای متناسب است.

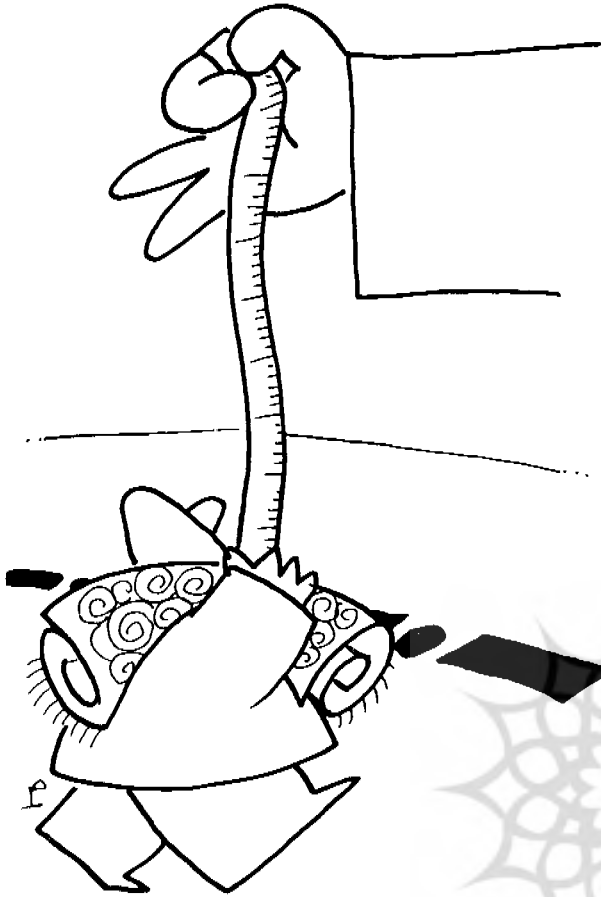
■ با وجود رقبایی چون چین، هند و... وضعیت بازار فرش ایران در خارج از کشور چگونه است؟

□ فاصله میان فرش ایران و فرش‌های رقیب در حال کم شدن است. به لحاظ ارزش صادرات فرش هند پس از ایران قرار دارد. اما از حیث مترآژ فرش، هند در رتبه اول و ایران در مقام دوم است. در سال ۱۹۹۶ میلادی صادرات فرش دستباف ایران به آلمان ۵۹۱ میلیون مارک و هند ۳۰۱ میلیون مارک بود، اما ایران ۲۴۸۷۳۶۵ متر مربع و هند ۴۱۶۹۲۲۶ متر مربع فرش به بازار آلمان صادر کردند.

به‌طور کلی رقبای ما در زمینه مدیریت صادرات فرش خیلی قوی و منسجم ظاهر شده‌اند.

■ به‌نظر شما راه‌های گسترش صادرات فرش چیست؟

□ یکی از راه‌های مهم برای گسترش صادرات فرش، تنظیم



برنامه‌ای با مشارکت صادرکنندگان می‌باشد. این برنامه دست‌کم برای سه سال (تا آخر برنامه پنج‌ساله دوم) باید تثبیت شود.

○ عملی نبودن تصمیم‌ها، مهیا نبودن زمینه اجرای قانون و تسامح در برخورد با افراد خاطی، مشکل قاچاق فرش را به وجود آورده است.

■ صادرکنندگان فرش در زمینه مقررات واردات در مقابل صادرات چگونه از امتیاز خود بهره‌برداری می‌کنند؟

□ به‌طور عمده در قالب مشارکت با واردکنندگان عمل می‌کنند و برای آنها به واردات کالا می‌پردازند. در مواردی هم خود به واردات چادرمشکی، میلگرد و آهن‌آلات و یا لاستیک می‌پردازند. البته این اقلام وقت‌گیر و بی‌حاصل است و تخصص و منابع مالی آنها را به هدر می‌دهد.

■ صادرکنندگان فرش درآمد ارزی خود را چگونه هزینه می‌کنند؟

□ آنها ارز حاصل از صادرات را به نظام بانکی تحویل می‌دهند، زیرا صدور فرش از طریق توزیع پیمان ارزی نزد نظام بانکی صورت می‌گیرد.

○ یکی از راه‌های مهم گسترش صادرات فرش، تنظیم برنامه‌ای با مشارکت صادرکنندگان و تثبیت آن دست‌کم برای سه سال است.

□ صادرات فرش به بازارهای نو با نوسان و افت و خیز همراه بوده است. مشکلاتی که در زمینه صدور فرش به بازارهای سنتی وجود داشته، در بازارهای جدید هم بوده است. **■ چرا بازار فرش ایران در برخی کشورها مانند ژاپن از دست رفته است؟**

□ به لحاظ ضعف برنامه‌ریزی و نوسانات پی‌درپی در مقررات صادرات فرش که حتی صادرکنندگان حرفه‌ای را با مشکل روبه‌رو کرده، صادرات فرش به بازارهایی نظیر ژاپن کاهش یافته است.

به واسطه بی‌برنامگی و روزمره عمل کردن، نمی‌توانیم از هر بازاری به شکل بهینه استفاده کنیم، تنها حربه ما به جای تبلیغات، بازاریابی و مطالعه بازار، «انبوه و ارزان‌فروشی» است.

در کار صادرات باید فرهنگ آن و حرفه‌ای عمل کردن را ترویج کنیم. تسهیلات باید به صادرکنندگان واقعی داده شود و

■ با توجه به اشتغال حدود ده میلیون نفر از جمعیت کشور به تولید فرش و ارزش افزوده حاصل از آن، آیا در بلندمدت به نفع اقتصاد کشور است؟

□ قضاوت برای بلندمدت به برنامه‌ریزی و عملکرد امروز کشور بستگی دارد. در حال حاضر که فرش می‌تواند اشتغال فراهم کند و یک میلیارد دلار ارز به ارمغان آورد، نباید ندیده گرفته شود. اگر صاحب صنعت یا خدمتی شویم، دیگر کسی دنبال بافت فرش نخواهد رفت و نگرانی از این بابت برای بلندمدت لازم نیست.

■ صدور فرش به بازارهای نو (غیرسنتی) در سال‌های اخیر چه روندی داشته است؟

□ از آنجا که برنامه‌ریزی برای تولید و صدور فرش، بی‌رنگ و یا دست‌کم کم‌رنگ است، تولیدکننده و بافنده یا از سلیقه مشتریان اطلاع ندارند و یا قدرت بهره‌گیری از سلیقه آنها در عمل را ندارند. به همین جهت به فروختن ارزان‌تر فرش بسنده می‌کنند. در خیلی از موارد به سلیقه مشتریان عمل نکرده‌ایم و گاهی نیز می‌توانستیم بر سلیقه آنها اثر گذاریم که این تأثیرگذاری را هم به‌ندرت انجام داده‌ایم. «گجه» یکی از نمونه‌های نادر و موفق به‌کارگیری سلیقه مشتریان در تولید و نیز تأثیرگذاری بر سلیقه آنها می‌باشد. این نمونه را می‌توان با قدری همت از طرف بخش خصوصی و مساعدت و اعتماد از سوی دولت در دیگر فرش‌ها و تولیدات به‌کار برد.

■ نقش بخش خصوصی در مقایسه با دولت در تجارت فرش تا چه حد است؟

□ متأسفانه نبود یا کمبود آمار و ارقام و یا مغایرت آمارها با یکدیگر از ضعف‌های اساسی در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های کلان جامعه می‌باشد. فرش نیز از این قاعده کلی درامان نیست. به گفته منابع غیررسمی، ۱۵ درصد تولید فرش از سوی نهادهای دولتی مانند کمیته امداد امام خمینی (ره)، سازمان صنایع دستی ایران، شرکت سهامی فرش ایران، وزارت تعاون و وزارت جهاد سازندگی است و ۸۵ درصد تولید را بخش خصوصی و مردمی انجام می‌دهند.

در زمینه صادرات فرش، بخش دولتی و تعاونی حداکثر پنج درصد و بخش خصوصی و صادرکنندگان ۹۵ درصد را انجام می‌دهند.

■ فعالیت شما در زمینه بازاریابی و صادرات فرش در خارج از کشور چگونه بوده است؟

□ فعالیت ما با «بیم و امید» و استفاده بخشی از ظرفیت انجام شده است. فعالیت با روزمرگی، نگرانی و بدون برنامه بلندمدت صورت می‌گیرد که به دلیل نوسانات غیرقابل پیش‌بینی مقررات و سیاست‌ها می‌باشد.

■ نظر شما در مورد همکاری گمرک با صادرکنندگان

بخش خصوصی چیست؟

□ بر اساس مقررات جدید از ۲۴ خرداد سال جاری، گمرک

انحصارگرایی صحیح نیست. در صادرات فرش باید تخصصی کار کردن و از مزیت‌های به‌جا بهره گرفتن، رواج پیدا کند. وقتی بازاری به «اشباع» نزدیک می‌شود، باید به شیوه دیگری به آن نگریست و ما در مورد ژاپن این کار را نکردیم.

■ در بازار داخلی و بین‌المللی، فرش ماشینی تا چه حد برای فرش دستباف مشکل ایجاد کرده است؟

□ فرش ماشینی معضل هست ولی بزرگترین مشکل نیست. در حال حاضر ۲۹۲ کارخانه فرش ماشینی در کشور وجود دارد که نمی‌توان آنها را تعطیل کرد. ولی باید از گسترش بی‌رویه این صنعت جلوگیری نمود.

○ به گفته منابع غیررسمی، ۱۵ درصد تولید و ۵ درصد صادرات فرش در اختیار بخش دولتی و تعاونی و ۸۵ درصد تولید و ۹۵ درصد صادرات فرش برعهده بخش خصوصی است.

در بازارهای بین‌المللی مشتریان فرش ماشینی و فرش دستباف ایران یکی نیستند. البته متأسف هستم که در کشوری که خاستگاه و مهد فرش است، فرش ماشینی این‌چنین پایه‌گذاری شده و ناخواسته صاحب چنین صنعتی شده‌ایم، در حالی که باید آن را برای صادرات هدایت کنیم. برخی کارخانه‌های فرش ماشینی توفیق‌هایی نیز در صادرات فرش کسب کرده‌اند.

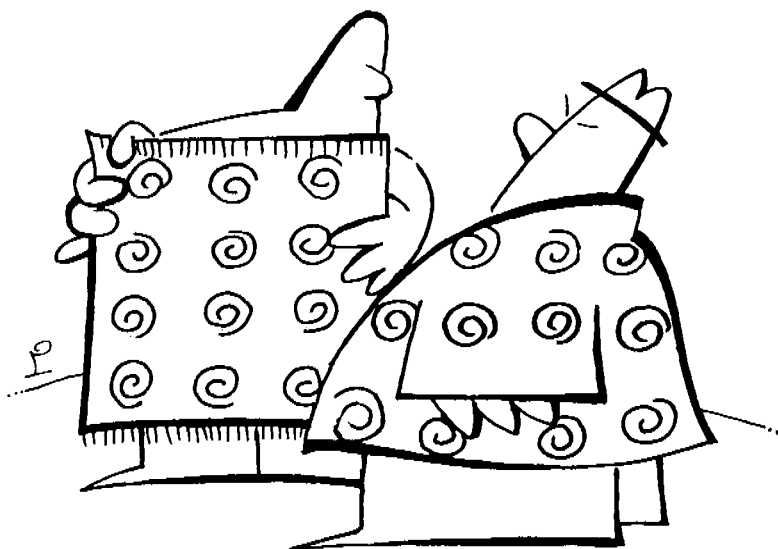
■ آیا ایجاد کارگاه‌های بزرگ قالی‌بافی برای گسترش

صادرات فرش مفید خواهد بود؟

□ ما هنوز هم مدیون «گذشته» فرش ایران هستیم. در گذشته کارگاه‌های متمرکز و غیرمتمرکز زیرنظر سرمایه‌گذاران و کارفرمایان متعصب به کار و کشور، اداره می‌شد که به‌خاطر داشتن انگیزه و تخصص، کارآیی آنها بسیار بالا بود. در حال حاضر به‌خاطر مشکلات مالیاتی، بیمه، قوانین کار، شهرداری و دیگر مزاحمت‌ها، اکثر کارگاه‌های بزرگ تعطیل شده‌اند و تک‌بافی و پراکنده‌بافی بدون نظم و برنامه‌ریزی جای آنها را گرفته‌اند. این موضوع در تولید فرش معضل بزرگی به‌شمار می‌رود، زیرا کیفیت فرش را تنزل داده است.

■ در سال‌های اخیر تولید فرش ایران تا چه حد با توجه به

سلیقه مشتریان خارجی هدایت شده است؟



مناسب حمل و نقل، بانک، بیمه، مخابرات و دیگر ملزومات بهره‌مند گردد.

اتحادیه صادرکنندگان فرش از ایجاد شهرک استقبال می‌کند و با شرکت سهامی فرش ایران، وزارت بازرگانی و راه و ترابری همکاری خواهد کرد.

■ توصیه شما به دولت برای گسترش صادرات فرش

چیست؟

□ دولت باید شرایط را فراهم کند و نظارت داشته باشد نه دخالت. از سوی دیگر باید به تجار صحیح‌العمل اعتماد کند. به‌طور کلی انگیزه در بخش خصوصی زیاد است و در مقابل هزینه‌های سربار کمتر می‌باشد.

فاصله میان تصمیم‌گیری و اجرا در بخش خصوصی کوتاه و سرعت عمل زیاد است. باید تجارت را از وضع موجود خارج کرد و به مردم سپرد، منتها باید آن را قانونمند و ضابطه‌دار کرد.

بخش خصوصی نیز طرفدار کار بدون برنامه و حساب نیست، لذا دولت نباید همه کارها را خود به عهده بگیرد، بلکه باید با مشارکت صادرکنندگان، برنامه را تنظیم کند و بر نحوه اجرای آن نظارت داشته باشد.

قوانین بدون تبعیض اعمال شود و آنها که از مزیت نسبی برخوردار هستند، به‌سهولت کار کنند.

غرب تهران (زمینی) و گمرک مهرآباد (هوایی) از صادرکنندگان عضو اتحادیه صادرکنندگان فرش، اظهارنامه برای صادرات فرش را قبول می‌کند. این کار تخصصی کردن صادرات است و شرکت‌های وارداتی نمی‌توانند به‌منظور دستیابی به امتیاز واردات به صادرات صوری فرش بپردازند. این گام مثبتی برای سالم‌سازی صادرات و واردات می‌باشد که از سوی گمرک جمهوری اسلامی ایران برداشته شده است.

■ صدور فرش به‌صورت گشایش اعتبار اسنادی چگونه

میسر است؟

□ گشایش اعتبار اسنادی اگر اختیاری باشد و جاذبه و انگیزه‌ای برای آن ایجاد شود، مثبت خواهد بود. تخفیف مالیات، تشویق ریالی، تخفیف پیمان ارزی، اعطای تسهیلات اعتباری و یا نقد کردن اعتبار اسنادی قبل از سررسید، از جمله انگیزه‌هایی است که می‌تواند برای صادرکنندگانی که با گشایش اعتبار اسنادی کار می‌کنند، منظور شود.

■ تأسیس «شهرک فرش» در حال حاضر در چه مرحله‌ای

است؟

□ قرار است شهرک فرش در جوار فرودگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) در جنوب تهران احداث شود. دبیرخانه آن در شرکت سهامی فرش ایران مستقر می‌باشد. تجمع صادرکنندگان و تشکل آنها به‌طور کلی به نفع صادرات فرش خواهد بود و از اتلاف وقت خریداران خارجی جلوگیری می‌کند و در تسریع صادرات فرش مؤثر خواهد بود. البته این کار باید با برنامه‌ریزی و مطالعه انجام شود تا شهرک فرش از امکانات