

# آینده صنایع دستی به برنامه ریزی بستگی دارد

شماره:

صنایع دستی به لحاظ ارزش افزوده بالا و ایجاد اشتغال با کمترین هزینه سرمایه گذاری، می تواند در اقتصاد ایران و صادرات غیر نفتی جایگاه ویژه ای پیدا کند.

با وجود تنوع صنایع دستی ایران و زمین و ظرفیت خاص به کار رفته در تولید آنها، به لحاظ پارامتری موثر در تولید و بازاریابی، ایران جایگاه متناسب یا توانمندی های صنایع دستی ندارد و کشورهای رقیب با سرمایه ریزی در دو دهه گذشته توانسته اند بخش قابل توجهی از بازارهای جهانی این محصولات را به خود اختصاص دهند.

با این حال هنوز فرصت برای نفوذ و حضور مؤثر در بازارهای جهانی صنایع دستی وجود دارد و می توان از طریق رفع موانع موجود و حمایت و تسهیل این بخش، گام مؤثری در زمینه رشد صادرات برداشت.

در خصوص روند تولید و صادرات صنایع دستی و موانع موجود در این زمینه، خبرنگار نشریه «بررسی های بازرگانی» با آقای **ابوالقاسم قسریفشان** معاون اقتصادی **سازمان گسترش صنایع دستی** گفت و گویی دارد که با هم می خوانیم.

■ **هزینه سرمایه گذاری سرانه برای ایجاد فرصت های شغلی در رشته صنایع دستی با مجموعه صنعت ایران چه تفاوتی دارد؟**

□ آخرین بررسی نشان می دهد که هزینه سرمایه گذاری برای ایجاد یک فرصت شغلی در صنایع دستی برابر با یک دهم این هزینه در مجموعه صنعت است.

برای مثال، برای اشتغال یک نفر در صنعت اگر ۱۰۰ دلار نیاز باشد، این رقم در رشته صنایع دستی ۱۰ دلار خواهد بود.

■ **وضعیت صنایع دستی ایران را**

**چگونه ارزیابی می کنید؟**

□ صنایع دستی در ایران هنوز به صورت «بکر» باقی مانده است. این صنعت مانند یک معدن است که هنوز روی آن هیچ گونه فعالیتی انجام نشده است.

آنچه که در این صنعت به چشم می خورد، خودجوش بوده و هنوز کار اصولی روی آن انجام نشده است. اگر دست اندرکاران صنایع دستی ایران الگوی چین و برنامه ریزی های این کشور را در ایران پیاده کنند، عده زیادی در رشته صنایع دستی مشغول به کار خواهند شد و درآمدهای ارزی و ریالی کلانی نیز

عاید اقتصاد کشور می شود.

چینی ها برای آنکه صنایع دستی کشورشان را رونق دهند، ابتدا رشته های مختلف این صنعت را که می توانستند در آن فعالیت کنند، شناسایی و سپس روی آنها برنامه ریزی کردند. این رشته عمدتاً عبارتند از: نقاشی، میناسازی، ملیله دوزی، کارهای روی پارچه، چرم، چوب، عاج، شیشه، بلور، سرامیک و چینی.

در چین هر گاه بخواهند روی یک بشقاب طرحی را پیاده کنند، هر قسمتی از آن را یک نفر هنرمند آموزش دیده که در آن قسمت استاد است، به کار می گیرد.

در کارگاه‌های چین روی یک بشقاب شاید ۲۰ نفر هنر خود را پیاده می‌کنند، تا این بشقاب تکمیل شود.

موضوع

بسته‌بندی صنایع دستی چین نیز به نحوی است که ماشینی نیست و با ارزان‌ترین نوع

بسته‌بندی صورت می‌گیرد. مواد به کار گرفته در بسته‌بندی صنایع دستی این کشور از الیاف کتان و مقواهای مقاوم است.

در بسته‌بندی‌های صنایع دستی چین نیاز به وجود کارخانه‌ها که قیمت تمام‌شده بسته‌بندی را بالا برد، نیست و بسته‌بندی بسیار ارزان تمام می‌شود.

■ در ایران چند نفر به کار صنایع دستی اشتغال دارند؟

اگر صنایع دستی همراه فرش در نظر گرفته شود، در ایران حدود ۷ میلیون نفر در این بخش به کار مشغول هستند.

در این بین در رشته‌های مختلف فرش حدود ۶ میلیون نفر و در رشته‌های صنایع دستی مانند قلمزنی، قلمکاری، قلمزنی روی تفره، مس، کارهای چوبی، چرم، پارچه‌های قلمکار، میناکاری، خاتم، معرق‌کاری و... حدود یک میلیون نفر مشغول فعالیت هستند.

■ آینده بازار صنایع دستی ایران را در عرصه بین‌المللی چگونه ارزیابی می‌کنید؟

آینده این صنعت به فعالیت پر اساس برنامه‌ریزی‌های ضروری بستگی دارد. اگر صنایع دستی ایران به صورت کنونی تولید شود و پشتوانه فکری نداشته باشد، در مقابل چین، هند و... قدرت مقابله خود را از دست خواهیم داد، اما

اگر تعدادی افراد دارای سواد دانشگاهی را به نقاط مختلف جهان اعزام کنیم و آنان پس از آگاهی از بازارهای جهانی و سلیقه

○ توسعه سرمایه‌گذاری صادرات‌گرا در صنایع دستی به برنامه‌ریزی دقیق و اصولی نیاز دارد و یک‌شبه انجام نخواهد شد.

مصرف‌کنندگان، به هنرمندان ایده بدهند و برای آنان پشتوانه فکری محسوب شوند، ایران خواهد توانست در بازار جهانی حرفی برای گفتن داشته باشد.

امروزه صنایع دستی ایران مطابق ذوق و سلیقه هنرمند و بدون آنکه پسند بازار جهانی منظور باشد، تولید می‌شود. این امر صنعت دستی ایران را از بازارهای جهانی دور ساخته است.

■ به نظر شما برای آنکه بتوان توسعه سرمایه‌گذاری در صنایع دستی را با هدف رشد صادرات انجام داد، چه روشی باید اتخاذ شود؟

□ برای آنکه توسعه سرمایه‌گذاری در صنایع دستی با دید رشد صادرات انجام شود، به برنامه‌ریزی دقیق و اصولی نیاز است. چنین برنامه‌ریزی نمی‌تواند یک‌شبه صورت گیرد.

برای دستیابی به این مهم باید تعدادی از صاحب‌نظران در صنایع دستی شناسایی شوند، سپس با برگزاری همایش‌های متعدد و انجام کارشناسی در این همایش‌ها، مشکلات مختلف صنایع دستی از تولید تا صادرات آن و نحوه ورود به بازارهای جهانی ارزیابی شوند. سپس با به‌کارگیری راه‌حل‌های لازم زمینه را برای تولید محصولات باب بازارهای خارجی و صادرات فراهم ساخت.

■ سهم صنایع دستی ایران در

بازارهای جهانی چقدر است؟

□ فرش ایران هنوز در بازارهای جهانی رقم قابل‌قبولی را به خود اختصاص می‌دهد، اما ارزش سایر صنایع دستی صادراتی ایران به بازارهای جهانی رقم چشمگیری نیست.

علت اصلی آن است که در طول ۵۰ سال گذشته فقط نفت را به بازارهای جهانی عرضه کرده‌ایم، در صورتی که موضوع فروش نفت با تولید و صدور صنایع دستی بسیار متفاوت است.

فروش یک بشکه نفت، ذخایر این ماده فسیلی را کاهش می‌دهد، اما تولید صنایع دستی و صادرات آن مانند گنجی است که همواره به آن افزوده می‌شود.

روتق تولید و صادرات صنایع دستی اشتغال ایجاد می‌کند و سطح آموزش در این رشته را بالا می‌برد.

■ آیا صنایع دستی می‌تواند در ایجاد اشتغال نقش داشته باشد؟

□ توسعه تولید و صادرات صنایع دستی در ایجاد اشتغال نقش اساسی می‌تواند داشته باشد.

سرمایه‌گذاری موردنیاز در این رشته بسیار اندک است و با کمترین سرمایه‌گذاری می‌توان اشتغال ایجاد کرد. صنایع دستی دارای ابزار کار بسیار محدودی است و اشتغال در این رشته سرما و گرما نمی‌شناسد.

■ صنایع دستی ایران در بازارهای جهانی چه جایگاهی دارد؟

□ آنچه که به بازارهای جهانی عرضه می‌شود، جایگاه مطلوبی دارد. تنوع صنایع دستی ایران زیاد است و حتی هند و چین که جزو کشورهای صاحب این

صنعت هستند، از نظر تنوع از ایران عقب‌تر هستند. متناهی این دو کشور برای آنکه بازارهای جهانی را از آن خود سازند، تولید را به صورت انبوه درآورده و قیمت تمام شده آن را به شدت کاهش داده‌اند.

تولیدات بازاریستند این کشورها باعث شده است درآمدهای کلانی عاید چین و هند شود. برای مثال سرمایه‌ک چین شاید ۱۰ برابر ایران به بازارهای جهانی عرضه شود.

همان‌طور که گفته شد، تولید سرمایه‌ک مانند دیگر صنایع دستی در چین با شیوه تقسیم کار انجام می‌شود و در این رهگذر تولید افزایش چشمگیری می‌یابد و سطح اشتغال افزایش می‌یابد.

### آیا صنایع دستی ایران با بازاریابی و تبلیغات به مصرف‌کنندگان خارجی شناسانده شده است؟

هنوز در این زمینه هیچ‌گونه فعالیتی انجام نشده است. بازاریابی و تبلیغات در صنایع دستی نیاز به سرمایه‌گذاری کلان دارد.

اتحادیه صادرکنندگان صنایع دستی ایران در گذشته بروشور صنایع دستی ایران را چاپ کرد، اما این امر باید مستمر باشد.

به نظر می‌رسد متخصصین صنایع دستی ایران باید تمامی رشته‌های صنایع دستی را به زبان‌های زنده دنیا معرفی کنند و آن را روی شبکه اینترنت قرار دهند.

امروزه بروشور یا کتاب صنایع دستی به تنهایی اکتفا نمی‌کند، بلکه استفاده از شبکه‌های خبررسانی باعث می‌شود، مردم و مصرف‌کنندگان در سراسر جهان با تولیدات صنایع دستی ایران در اسرع وقت آشنا شوند.

بهترین راه بازاریابی و تبلیغات

صنایع دستی ایران استفاده از شبکه‌های اطلاع‌رسانی تلویزیونی است.

### برای تجارت خارجی صنایع

#### دستی چه راهی را پیشنهاد می‌کنید؟

در آمریکا قانون امضاء دیجیتالی به ثبت رسیده و جنبه قانونی پیدا کرده است. با این وضعیت نیاز به سفر یک صادرکننده به کشورهای مختلف و مذاکره‌های گوناگون به هیچ‌وجه وجود ندارد.

تجارت الکترونیکی امروزه در سراسر جهان باب شده است. باید محصولات تولیدی صنایع دستی ایران با مشخصات و تصاویر آن روی شبکه اینترنت قرار گیرد، سپس از طریق همین شبکه قرارداد صدور آن را منعقد کرد.

البته ذکر این نکته ضروری است که اگر کالایی روی شبکه اینترنت قرار گرفت و خریدار خارجی خواستار آن شد، باید بتوانیم آن کالا را با کیفیت ارائه شده و در سطح انبوه در اختیار خریدار قرار دهیم.

سازمان صنایع دستی باید موظف باشد تولیدات را کنترل کند و کیفیت آن را زیر نظر داشته باشد. این سازمان نباید خود را درگیر خرید و فروش کند.

### آیا تجار صادرکننده صنایع

دستی ایران از طریق اینترنت و تجارت الکترونیکی کالای خود را به فروش می‌رسانند؟

به نظر نمی‌رسد چنین کسانی وجود داشته باشند. هنوز در صادرات صنایع دستی استفاده از اینترنت و معامله از طریق رایانه باب نشده است.

صادرکننده در رشته صنایع دستی به جز در رشته فرش به صورت کلان هنوز وجود ندارد.

آیا صادرکنندگان صنایع دستی در نمایشگاه‌های تخصصی این رشته

### در سطح جهان شرکت می‌کنند؟

شرط اول معرفی صنایع دستی ایران حضور در نمایشگاه‌های جهانی این رشته است. دست‌اندرکاران صادرات صنایع دستی ایران تا به امروز قدرت حضور در نمایشگاه‌های خارجی را نداشته‌اند.

مخارج اجاره غرفه در این نمایشگاه‌ها بسیار بالا است و پشتوانه فروش نیز وجود ندارد. قدرت مالی صادرکنندگان صنایع دستی اصولاً اجازه شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی خارجی را نمی‌دهد.

### عمده‌ترین موانع صادرات

#### صنایع دستی چیست؟

صادرکنندگان صنایع دستی اگر بخواهند در بازارهای جهانی موفق باشند، باید به طریق «دستی» آموزش‌های لازم را ببینند و با ذوق و سلیقه خریداران خارجی آشنا باشند.

گروه دیگری از صادرکنندگان که می‌توانند در بازارهای جهانی موفق باشند، کسانی هستند که به صورت علمی و دانشگاهی تربیت شده‌اند.

در رشته صنایع دستی هیچ‌کدام از این دو گروه تربیت نشده‌اند، به‌ویژه روی صادرات صنایع دستی فعالیت علمی صورت نگرفته است.

### عمده‌ترین تسهیلاتی که دولت

در چند ساله اخیر برای صادرکنندگان صنایع دستی ایجاد کرد، چه بوده است؟

حذف پیمان ارزی اقدام مهمی بود که دولت در زمینه صادرات صنایع دستی انجام داد. در زمینه صدور نقره نیز دولت اجازه داد این فلز قیمتی به صورت ساخته شده به خارج صادر شود و هم‌وزن آن نقره خام وارد شود. اجرای این سیاست نقره‌کاری را بیش از گذشته رونق

داده است.

در سال‌های اولیه پس از پیروزی انقلاب اسلامی صدور صنایع دستی حتی همراه مسافر نیز ممنوع بود، اما با پیگیری صادرکنندگان این رشته اجازه داده شد تا ۲۰ هزار ریال صنایع دستی همراه مسافر از کشور خارج شود.

با فعالیت‌هایی که صادرکنندگان صنایع دستی انجام دادند، این محدودیت نیز از بین رفته است.

**■ آیا اتحادیه صادرکنندگان صنایع دستی در جهت کمک به صادرکنندگان این صنایع اقداماتی**

**انجام داده است؟**

□ اتحادیه در سال‌های اول تأسیس در جهت حمایت از صادرکنندگان صنایع دستی اقدامات مثمر ثمری انجام داد، اما امروز این اتحادیه فعالیت عمده‌ای ندارد.

**■ رقبای ایران در بازارهای جهانی**

**چه کشورهایی هستند؟**

□ چین نخستین رقیب ایران در بازارهای جهانی است و پس از آن هند قرار دارد. البته صناعی چون خاتم‌کاری، مینیاتور و مینا در ایران وجود دارد که هیچ رقیبی در سراسر جهان برای آنها متصور نیست.

مشابه پارچه قلمکار ایران را هند تولید می‌کند، اما کیفیت آن مثل پارچه قلمکار ایرانی نیست. پارچه قلمکار هندی با قیمت پایین تولید و عرضه می‌شود، ولی اگر پارچه قلمکار ایرانی به‌طور مستمر به بازارهای جهانی عرضه شود، خریداران بیشتر و بهتری دارد.

**■ آیا سه کشور ایران، هند و چین**

**کالایی را تولید می‌کنند که مشابه یکدیگر باشد؟**

□ فقط فرش است که سه کشور تولید می‌کنند و بازارهای جهانی، خریدار آن است. ذکر این نکته ضروری است که مینای ایرانی با مینای چینی متفاوت است، در مینای چین سیم به کار می‌رود، اما در مینای ایرانی سیم به کار برده نمی‌شود. بازار مینای چین خریداران بسیاری دارد و به‌طور کلی بازار جهانی را گرفته است. البته مینای درجه یک ایرانی زیباتر و هنری‌تر است و مشتریان خاص خود را دارد.

**■ بازار صنایع دستی ایران کدام**

جبران‌ناپذیری به این صنعت پررونق زدند.

این عده با فروش تعداد زیادی شیشه به قیمت ۱۰ برابر قیمت ایران، سود سرشاری را به دست آوردند، اما هنگامی که خریداران ژاپنی از قیمت اصلی آن آگاهی پیدا کردند، خرید خود را قطع کردند.

در صادرات اصولاً باید با سود کم کنار آمد اما همیشه صادر کرد. البته هم اینک نیز اگر کسانی به‌طور منصفانه وارد بازار ژاپن شوند و با سود کم کنار آیند، می‌توانند دوباره بازار ژاپن را به دست آورند.

**■ توصیه شما**

**به صادرکنندگان چیست؟**

□ صادرکننده به‌تنباهی در بازارهای جهانی نمی‌تواند موفق باشد، بلکه ابتدا

**○ هنوز در فصوص بازاریابی و تبلیغات دستی هیچ کاری نشده و این امر به سرمایه‌گذاری کلان و نیز استفاده از شیوه‌های نو (تبلیغات روی اینترنت) و به‌کارگیری شیوه‌های نوین تجارت (تجارت الکترونیکی) نیاز دارد.**

**کشورها هستند؟**

□ کشورهای آلمان، بلژیک، کانادا، آمریکا، ژاپن، کره جنوبی و مالزی از جمله بازارهای عمده صنایع دستی ایران هستند. اگر برنامه‌ای برای صنایع دستی ایران تدوین شود و تولید و صادرات آن زیر چتر حمایت و نظارت دولت قرار گیرد، در تمامی بازارهای جهانی می‌توان نفوذ کرد.

**■ بی‌برنامگی در صادرات صنایع**

**دستی چه لطماتی را به صدور این کالاها وارد ساخته است؟**

□ در اوایل پیروزی انقلاب اسلامی، ژاپن خریدار شیشه‌های دستی ایران بود. عده‌ای صادرکننده با صدور شیشه‌های دستی به بازار ژاپن و فروش آن به قیمت‌های بسیار بالا، لطمات

باید تولید روی روال اصولی قرار گیرد. اگر صادرکننده ایرانی بتواند یک کالای صادراتی را برای مدت لااقل دو سال با کیفیت اولیه و به‌طور انبوه به خریدار خارجی عرضه کند، آن صادرکننده موفق خواهد بود. البته چنین صادرکنندگانی باید پشتوانه تولید داشته باشند. صادرکنندگان باید کالای صادراتی را لااقل برای مدت دو سال ذخیره کنند و قیمت آن را ثابت نگه دارند و با سود عادلانه‌ای آن را صادر کنند.

