

سهم ایران در تولید جهانی پوست خام گوسفندی

اشاره:

دامپروری، پرورش و کشتار دام برای تغذیه مردم و نیز فرآوری پوست برای تولید مایحتاج عمده مانند کفشدان و لباس، از گذشته‌های دور در ایران رواج داشته است.

پوست گوسفند ایران به عنوان مرغوب‌ترین پوست جهان، هنوز هواداران زیادی در گوشه و کنار جهان به ویژه کشورهای دارای صنایع پیشرفته چرم و صنایع جانبی آن دارد. اما ایران هنوز سهم مناسبی در بازار جهانی محصولات چرمی ندارد و کشورهای همسایه نظیر ترکیه و پاکستان که از واردکنندگان پوست خام و سالامبور ایران بودند، امروزه توانسته‌اند با جذب فناوری و سرمایه‌گذاری خارجی، پایه‌های تولیدکنندگان معتبر جهانی در بازارهای بین‌المللی قد علم کنند.

با وجود سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی که در صنایع چرم‌سازی صورت گرفته، اما هنوز این صنایع از فناوری روز بهره‌مند نیستند.

خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با آقای حسن نصیریان، مدیرعامل شرکت چرم مقان، وابسته به بانک صنعت و معدن، مشکلات کنونی صنایع چرم، راه‌های نفوذ به بازارهای جهانی برای جذب فناوری، سرمایه و فروش محصولات نهایی با ارزش افزوده بالاتر را جویا شد. ماحصل این گفت‌وگو را با هم می‌خوانیم.

■ تولید سالانه پوست گوسفند، بز، گوساله و گاو در ایران چه میزان است؟

□ سالانه حدود ۳۰ میلیون جلد پوست گوسفند، بز، گوساله و گاو در ایران تولید می‌شود.

وزارت صنایع مقرر کرده است این پوست‌ها به چرم تبدیل شود. در این راستا ماشین‌آلات و تجهیزات لازم در قالب کارخانه‌های چرم‌سازی وارد ایران شده است.

هدف وزارت صنایع این بود که بخش مهمی از میزان چرم تولیدشده، در ایران استفاده شود و بخش دیگر آن که

مازاد بر نیاز است، با ارزش افزوده بالا صادر شود.

■ چرا پوست تولیدی در ایران به صورت سالامبور به خارج صادر می‌شود؟ صدور سالامبور چه عواقبی در بر دارد؟

□ با توجه به اینکه از گذشته‌های دور صدور سالامبور گوسفندی از ایران آزاد بوده است، تجار راغب بودند پوست را به صورت سالامبور که نوعی فعالیت راحت است، صادر کنند.

صدور سالامبور در موارد مختلف به نفع تجار است. چون کالایی است که در آن سوی مرزها هواخواهان زیادی دارد و

به راحتی صادر می‌شود. در ضمن با توجه به اختلاف نرخ ارزی که قبلاً بین بازار آزاد و رسمی وجود داشت، رغبت صدور سالامبور بیشتر می‌شد.

صادرکنندگان با صدور سالامبور ارز را وارد کشور می‌کردند و از اختلاف نرخ آن با بازار آزاد، سود می‌بردند و بخشی از آن را نیز برای واردات یک سری کالاهایی که ورود آنها آزاد بود، به‌کار می‌بردند.

صدور بخش مهمی از سالامبور به خارج از کشور، قیمت پوست خام در ایران را افزایش می‌داد. بالا رفتن قیمت پوست خام در ایران باعث می‌شد

کارخانه‌ها به دلیل کمبود نقدینگی، قدرت خرید پوست را نداشته باشند. در نتیجه صادرکنندگان که دارای نقدینگی بالا بودند، پوست را خریداری و به خارج صادر می‌کردند.

این موضوع باعث شد کارخانه‌ها به تدریج نتوانند از تمام ظرفیت حقیقی خود استفاده کنند و امروز متأسفانه در وضعیتی قرار داریم که اکثر کارخانه‌های بزرگ چرم‌سازی تعطیل شده‌اند.

کارخانه‌های خزرخز در شمال ایران، پوست و چرم مشهد و کارخانه چرم شیراز جزو واحدهایی هستند که در اثر این سیاست تعطیل شده‌اند. آنها تولید بسیار بالایی داشتند، به طوری که هر کدام روزانه بالاتر از چهار هزار جلد تولید داشتند.

■ وضعیت کنونی صنعت چرم‌سازی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اصدور بی‌رویه سالامبور باعث شد صنعت چرم‌سازی روبه‌افول رود و امروز این صنعت در یک موقعیت بسیار بحرانی قرار دارد و اکثر کارخانه‌های چرم‌سازی با ظرفیت بسیار پایین کار می‌کنند یا این که تعطیل شده‌اند.

این موضوع از طریق انجمن صنایع چرم که حدود یک سال است تأسیس شده، به اطلاع مقام‌های ذیربط رسیده و پیشنهادهای لازم و توصیه‌های ممکن نیز به آنها شده است.

مسئولان ذیربط در وزارت صنایع، همکاری صمیمانه‌ای با این بخش دارند، اما تصمیم‌گیرنده نهایی وزارت صنایع نیست، بلکه وزارتخانه‌ها و سازمان‌های متعددی در این زمینه نقش مؤثر دارند.

مقررات کشور از جمله مقررات سومین برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی نیز عاملی در جهت رکود فعالیت کارخانه‌های چرم‌سازی است. زیرا در این برنامه آزادسازی صادرات مقرر شده است.

به‌طور کلی سیاست آزادسازی صادرات مطلوب است، ولی باید دید در چه زمینه‌هایی باید محدودیت ایجاد شود. در زمینه سالامبور، صادرات بخشی از آن که مازاد بر مصرف کارخانه‌های چرم‌سازی می‌باشد، بلا مانع است، اما صدور بدون محدودیت آن به این صنعت لطمه می‌زند.

انجمن صنایع از ارگان‌ها و وزارتخانه‌های ذیربط خواسته است در زمینه صدور سالامبور، یک سری محدودیت‌هایی را اعمال کنند تا کارخانه‌های چرم‌سازی که تعطیل شده‌اند، و در اثر این تعطیلی بیکاری ایجاد شده است، بار دیگر به کار ادامه دهند.

چنانچه صنعت چرم‌سازی فعال شود، کارخانه‌های متعددی نیز به خط تولید وارد خواهند شد و دوخت و دوز لباس، کیف، کفش و صنایع جنبی دیگر وارد عرصه تولید می‌شوند.

■ توسعه صنعت چرم با توجه به ارزش افزوده بالایی که دارد و تقویت بنیه رقابت این صنعت در عرصه جهانی، به چه عواملی بستگی دارد؟ چه محدودیت‌هایی وجود دارد و راهکار گذر از این محدودیت‌ها و هموار ساختن مسیر توسعه این صنعت چیست؟

مشکل عمده فناوری ساخت چرم در ایران است. فناوری تولید چرم در ایران به هیچ‌وجه نمی‌تواند با ایتالیا رقابت کند.

به نظر من در مقطع کنونی برای بالا بردن کیفیت محصولات چرمی ایران، یک عزم ملی مورد نیاز است. ترکیه، پاکستان و هند در زمینه تولید محصولات چرمی به پیشرفت‌های بزرگی نایل شده‌اند. فناوری صنعت چرم ترکیه در گذشته به مراتب پایین‌تر از ایران بود، اما امروز پا به پای ایتالیا جلو می‌رود.

با ورود ماشین‌آلات و سرمایه‌گذاران جدید به صنایع چرم، فناوری روز این صنعت وارد ترکیه شده و امروز این کشور جزو سازندگان محصولات چرمی با کیفیت بالا محسوب می‌شود.

مرزهای ترکیه محدودیتی ندارد و باز است. کارخانه‌داران ترک مواد شیمیایی لازم را به راحتی وارد می‌کنند و با سرمایه‌گذاری‌های انجام شده، محصولات چرمی با کیفیت بالا تولید می‌کنند.

در ایران تمامی امکانات جهت توسعه صنعت چرم‌سازی و تبدیل پوست به کالاهای با ارزش افزوده بالا وجود دارد، اما به دلیل محدودیت‌های موجود، جذب سرمایه‌گذاری خارجی در این رشته، تا به امروز میسر نشده است.

در ایران ورود و خروج ارز شامل محدودیت و مقررات خاصی است، اما در هند، پاکستان و ترکیه چنین محدودیت‌هایی وجود ندارد و به راحتی سرمایه‌گذاری خارجی و فناوری جدید را جذب می‌کنند.

به‌طور کلی فقدان جذب سرمایه‌گذار خارجی و فناوری روز، کیفیت پایین محصولات صنعت چرم ایران را سبب شده است.

مطلب دیگری که باید به آن اشاره شود، این است که در زمینه چرم در ایران، تحصیلات دانشگاهی وجود ندارد. در رشته چرم در ایران تکنیسین و کارشناس تربیت نشده است.

انجمن صنایع چرم ایران در این زمینه فعالیت‌های همه‌جانبه‌ای را آغاز کرده است. این انجمن با همکاری سازمان توسعه صنعتی ملل متحد «یونیدو» قرار است دوره‌های کارشناسی در زمینه صنعت چرم ایجاد کند.

در این زمینه وزارت صنایع نیز موافقت خود را برای همکاری اعلام کرده است و با شرکت شهرک‌های صنعتی

و دانشگاه امیرکبیر، این دوره کارشناسی ایجاد می‌شود.

شرکت شهرک‌های صنعتی زمینی را برای ایجاد کارگاه در چرم شهر ورامین اختصاص داده است.

دانشگاه امیرکبیر آمادگی خود را برای همکاری اعلام و واحدهای درسی را نیز مشخص کرده است. این دوره کارشناسی با همکاری دانشگاه‌های معتبر جهان مثل دانشگاه «نورت‌همپتون» انگلیس و «روت‌لینگن» آلمان برپا خواهد شد.

دانشگاه‌های یادشده دارای قدمت صدساله در دوره‌های کارشناسی و کارشناسی ارشد صنعت چرم هستند.

این امر که در زمینه صنعت چرم کارشناسان علمی و شخصیت‌های دانشگاهی تربیت شوند، برای ما بسیار بااهمیت است، زیرا این صنعت در ایران حالت سنتی و نیمه‌سنتی دارد.

ایجاد یک انستیتوی تحقیقاتی در زمینه چرم و وجود دانشکده در این رشته، صنعت چرم‌سازی ایران را از حالت بسته و انزوا خارج می‌کند.

به نظر من اگر چنین مؤسسات آموزشی در صنعت چرم فعال شوند، آینده صنعت چرم‌سازی ایران بسیار روشن خواهد بود.

■ ارزیابی شما از جایگاه ایران در بازارهای بین‌المللی چیست؟ آیا ایران سهم قابل توجهی از این بازار دارد؟

۱۱ ایران موقعیت بسیار خوبی در بازارهای چرم دارد. یکی از دلایل عمده نیز این است که پوست خام ایران متفاوت با پوست خام دیگر کشورها است. پوست گوسفندی ایران بسیار مرغوب و برای تولید البسه بسیار باکیفیت است.

سهم ایران از تولید پوست گوسفندی خام جهان حدود ۵ درصد است. این سهم بسیار بالا است و اگر این رقم به چرم با

کیفیت مرغوب تبدیل شود، ارزش افزوده بسیار بالایی دارد.

ذکر این نکته ضروری است که چرم ایران همیشه در بازار ایتالیا مطرح بوده است. «سولفرا» و «سالرنو» که مراکز چرم‌سازی سبک ایتالیا هستند، به‌طور عمده پوست سبک و پوست گوسفند ایران را مصرف می‌کنند.

دنبه گوسفند ایرانی کیفیت بسیار بالایی را به پوست این حیوان داده است، زیرا چربی داخلی پوست را به سمت خود می‌کشد و پوست را مرغوب می‌کند.

■ با چنین سهم چشمگیری، آیا پوست محصول ایران در بورس جهانی مطرح است؟

۱۱ پوست مانند بقیه محصولات که دارای بورس مرسوم هستند، بورس ندارد. اما مؤسسه‌ای به نام "MNS" (مارکت‌نیوز سرویس) در سوئیس اطلاعات چرم دنیا را جمع‌آوری کرده است. این مؤسسه به صورت دولتی اداره می‌شود و در سایت‌های اینترنت، تمامی اطلاعات مربوط به چرم را هر دو هفته یک بار به روز می‌کند.

پوست گوسفندی ایران در مؤسسه "MNS" همواره مطرح است. قیمت کراست و سالامبور ایران در مؤسسه "MNS" مشخص است. البته تمامی کشورهای مطرح در صنعت چرم و ایران در مؤسسه "MNS" مطرح هستند.

■ شرکت چرم مغان از چه زمانی صادرات داشته است؟

□ شرکت چرم مغان از گذشته‌های دور وارد صادرات چرم شده است. این شرکت اولین محموله کراست را در سال ۱۳۶۴ صادر کرد. در آن زمان صدور کراست گوسفندی از ایران مرسوم نبود. یکی از رسالت‌های مجتمع تولیدی چرم مغان، صدور چرم است و همواره از صدور سالامبور و وت‌بلو پرهیز کرده است.

خط تولید این کارخانه بسیار کامل است و چنانچه روی یک محصول فعالیت کند، خط تولید در بیکاری قرار می‌گیرد. از سال ۶۴ به بعد این کارخانه به‌طور مستمر صادرات داشته است.

■ محصولات چرمی شرکت چرم مغان به کدام کشورها صادر می‌شود؟

□ این شرکت محصولات خود را به ایتالیا، اسپانیا و آلمان صادر می‌کند. زمانی که قرارداد تهاتری بین ایران و روسیه وجود داشت، چرم مغان صادرات زیادی به روسیه داشت، اما از زمانی که قرارداد تهاتر برداشته شد، این صادرات نیز کاهش پیدا کرد و اکنون متوقف شده است.

■ میزان صادرات شرکت چرم مغان را اعلام فرمایید.

۱۱ ارزش صادرات این شرکت بین ۵۰۰ هزار تا یک میلیون دلار در سال‌های مختلف در نوسان بوده است. در زمانی که قرارداد تهاتر با روسیه وجود داشت، ارزش صادرات شرکت بیش از یک میلیون دلار در سال بود.

در دو سال اخیر به دلیل کمبود نقدینگی، صادرات کراست و چرم شرکت از ۵۰۰ هزار دلار نیز کمتر شده است.

شرکت چرم مغان هرگز در زمینه صدور سالامبور و وت‌بلو فعالیت نداشته است.

■ بین پوست تاکالاهای ساخته شده چرمی چه میزان ارزش افزوده وجود دارد؟

□ از پوست به چرم ارزش افزوده‌ای حدود سه برابر وجود دارد. از چرم به البسه نیز حدود دو تا سه برابر ارزش افزوده به‌وجود می‌آید که به این ترتیب تبدیل پوست به البسه چرمی، در مجموع ۵ تا ۶ برابر ارزش مواد اولیه، ارزش افزوده ایجاد می‌کند.

■ بازارهای جدید برای شرکت

چرم مغان کدام بازارها هستند؟

□ بازار اصلی شرکت چرم مغان از قدیم ایتالیا بوده است. اما مصرف چرم در جهان فراگیر شده است و نباید به چنین بازار سنتی بسنده کرد. این شرکت در سال جاری از طریق سایت اینترنت و دیگر شبکه‌های اطلاعاتی، مصرف‌کنندگان اصلی چرم در جهان را شناخته است.

اصولاً پوست و سالامبور ایران که به ایتالیا می‌رود، به کالاهای چرمی تبدیل می‌شود و به کشورهای دیگر از جمله کشورهای جنوب شرقی آسیا صادر می‌شود. شرکت چرم مغان با کشورهای جنوب شرقی آسیا ارتباط برقرار کرده و یکی از نتایج ملموس آن، به دست آوردن یک بازار مطلوب در تایوان است.

این شرکت از تایوان سفارش‌های چشمگیری گرفته است و در حال آماده کردن آن می‌باشد. این عمل برای اولین بار اتفاق می‌افتد.

تایوان جزو کشورهایی است که چرم را به مصنوعات مختلف تبدیل و به تمامی بازارهای جهانی صادر می‌کند. شرکت چرم مغان با چین، کره و هنگ‌کنگ نیز در حال گفت‌وگو و بازاریابی است.

■ بهترین نوع بازاریابی کالاهای**چرمی و چرم چیست؟**

□ قبل از آنکه سایت اینترنت و پست الکترونیکی به کار بیفتد، بهترین راه بازاریابی حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی بود. اما امروز حضور در نمایشگاه‌ها به وسعت گذشته لازم نیست و بیشتر تمرکز شرکت چرم مغان فعالیت روی سایت‌های اینترنت است.

این شرکت کالاهای خود را روی اینترنت ارایه می‌کند و به محض آنکه مشتریان پیام‌های شرکت را دریافت می‌کنند، با ما تماس برقرار می‌کنند. شرکت چرم مغان از طریق سایت

اینترنت مشتریان زیادی در سراسر جهان پیدا کرده است.

■ شرکت چرم مغان کالای چرمی**را به چه صورت صادر می‌کند؟**

□ این شرکت کالاهای چرمی را فقط به دو نوع "CAD" و "L/C" به کشورهای خارجی صادر می‌کند. معامله به صورت "CAD" نوعی از "L/C" است. در این نوع معامله اسناد مربوط به کالا به بانک طرف خریدار ارسال می‌شود و مشتری پس از مراجعه به بانک، صددرصد مبلغ معامله را پرداخت می‌کند و سپس اسناد را دریافت می‌دارد و آنگاه جنس را ترخیص می‌کند.

شرکت چرم مغان به هیچ‌وجه به صورت امانی جنس صادر نمی‌کند، زیرا این روش ایمنی لازم را ندارد.

■ آیا شرکت چرم مغان در فکر**انجام تجارت الکترونیکی و استفاده از****نقطه تجاری ایران نیست؟**

□ با آمدن شبکه اینترنت و جهانی شدن آن، استفاده از روش تجارت الکترونیکی و نقطه تجاری ایران، اجتناب‌ناپذیر است.

کار کردن با اینترنت مقدمه‌ای برای استفاده از روش تجارت الکترونیکی در آینده‌ای نه‌چندان دور خواهد بود. چنانچه از روش "EDI" در تجارت استفاده نشود، از دنیا عقب خواهیم ماند.

■ آیا سطح فناوری ایران در زمینه**چرم از کشورهای بسیار پیشرفته خیلی****عقب است؟**

□ فناوری تولید محصولات چرمی ایران از کشورهای صاحب فناوری در این رشته بسیار عقب است. اگر درجه فناوری کشورهای بسیار پیشرفته را ۱۰۰ فرض کنیم، درجه فناوری ایران ۳۵ تا ۴۰ است.

■ برای گسترش صادرات**محصولات چرمی چه انتظاراتی از****دولت دارید؟**

□ دولت باید زمینه را برای جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی فراهم کند. چنانچه ارتباط با سرمایه‌گذاران خارجی مجرب در زمینه چرم فراهم آید، مشکلات مبتلا به این صنعت به راحتی حل خواهد شد.

دولت باید برای سرمایه‌گذاری صنعت چرم، تسهیلاتی را ایجاد کند و اجازه دهد نیازهای این صنعت به راحتی وارد شود.

دولت در سه سال اخیر در زمینه صادرات، تسهیلات زیادی فراهم کرده است، اما برای بالا بردن کیفیت چرم ایران، ابزارهایی موردنیاز است که بتواند فناوری روز جهان را روی چرم ایران پیاده کند.

امنیت و ایمنی‌های لازم برای سرمایه‌گذاران خارجی باید ایجاد شود تا بتوان ابزارهای لازم همراه با سرمایه خارجی را به ایران وارد کرد.

■ به تولیدکنندگان و**صادرکنندگان ایرانی چه توصیه‌ای****دارید؟**

□ تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی باید در جهت بهبود کیفیت محصولات چرمی تلاش کنند. بهبود کیفیت زمینه را برای رقابت با ترکیه، هند و پاکستان فراهم می‌کند.

اگر کیفیت ساخت چرم ایران بهبود یابد، به راحتی می‌توان وارد بازارهای جهانی شد و به مرور صدور سالامبور و وت‌بلو و حتی کراست کاهش می‌یابد و سپس متوقف خواهد شد.

اگر چرم مرغوب به بازارهای جهانی صادر شود، به طور قطع جایگاه ایران در بازارهای جهانی مستحکم‌تر خواهد شد.

