

سهم ایران در تولید جهانی کاشی و سرامیک ۱/۵ درصد و در تجارت آن ۰/۶ درصد است

اشاره:

با وجود فراوانی مواد اولیه مورد نیاز صنعت کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی در ایران، دسترسی آسان و ارزان به منابع انرژی، و فور نیروی کار و... و از همه مهمتر سابقه دیرینه صنعت کاشی و سرامیک و کاشی کاری در ایران، به نظر می‌رسد که در این رشته از صنعت، مزیت نسبی فراوانی وجود دارد. با توجه به سرمایه‌گذاری‌های به نسبت بزرگی که در بیش از یک دهه اخیر در صنایع کاشی، سرامیک و چینی آلات کشور صورت گرفته است، اینک ظرفیت‌های تولیدی به نسبت قابل توجهی ایجاد شده که مازاد بر نیاز بازار داخلی است و می‌تواند برای صادرات به ویژه به کشورهای همسایه شمالی و جنوبی اختصاص یابد. با این حال وجود پاره‌ای مشکلات سبب شده که صنعت رو به توسعه کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی ایران نتواند به بازارهای خارجی نفوذ درخور توجهی داشته باشد.

در خصوص موانع و مشکلات فراروی تولیدکنندگان و صادرکنندگان کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی، خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» با آقای عباس صفاکیش، مدیرکل دفتر صنایع معدنی وزارت صنایع و معادن گفت و گویی دارد که توجه خوانندگان گرامی نشریه را به آن جلب می‌کنیم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

در زمینه چینی آلات بهداشتی نیز در ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی میزان تولید حدود ۱۰ هزار تن در سال بود که امروز به ۵۳ هزار تن رسیده است. با توجه به سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در این صنعت، به نظر می‌رسد تولید کاشی و سرامیک در سال آخر برنامه سوم توسعه به ۱۱۳ میلیون متر مربع برسد، پیش‌بینی می‌شود میزان تولید چینی آلات بهداشتی نیز در سال

صنایع کاشی و سرامیک که در ساختمان مورد استفاده قرار می‌گیرد، در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی دارای رشد مطلوبی بوده است. در سال‌های اول انقلاب اسلامی میزان تولید کاشی و سرامیک کشور حدود ۱۲ میلیون متر مربع در سال بود که امروز این رقم به ۶۴ میلیون متر مربع در سال رسیده است.

■ میزان تولید کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی در برنامه دوم توسعه چه میزان بوده است؟
۱۱ طی برنامه دوم توسعه حدود ۲۶۸ میلیون متر مربع کاشی و سرامیک تولید شد، در همین زمان ۲۳۵ هزار و ۷۰۰ تن چینی آلات بهداشتی نیز تولید گردید.

■ رشد تولید کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

آخر برنامه به ۷۵ هزار تن بالغ خواهد شد که رشد چشمگیری را نشان می‌دهد.

■ مشکلات مبتلابه تولید در صنعت کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی را بیان فرمایید.

□ مشکلات مبتلابه این صنعت به مواد اولیه، ماشین آلات و نیروی انسانی تقسیم می‌شود.

در ارتباط با مواد اولیه، پیش از این تأمین لعاب مورد استفاده در کاشی و سرامیک با مشکل مواجه بود. اما از سال ۱۳۶۰ به بعد تعدادی کارخانه تجهیز شد و اکنون قسمت عمده لعاب مصرفی در این صنعت در داخل کشور تولید می‌شود.

در حال حاضر به جز لعاب‌های خاص، بقیه لعاب و رنگ‌های سرامیک در داخل کشور تولید می‌شود.

در زمینه فرآوری مواد اولیه نیز مشکل وجود دارد. البته در اکثر صنایع معدنی، روی فرآوری سرمایه‌گذاری کمتری صورت گرفته است که با توجه به ادغام وزارتخانه‌های صنایع و معادن و فلزات به نظر می‌رسد فرآوری مواد اولیه در آینده نزدیکی با رشد مواجه شود و بخش فرآوری توسعه یابد. امید می‌رود به‌زودی مواد موردنیاز هر صنعت، تحویل آن شود.

این موضوع کیفیت تولید را به مراتب افزایش و قیمت تمام شده را کاهش چشمگیری می‌دهد.

موضوع دیگری که مشکل عمده‌ای را در این صنعت ایجاد کرده است، «حمل و نقل» می‌باشد. حجم بودن و وزن زیاد تولیدات این صنعت، حمل و نقل داخلی و خارجی آن را با هزینه‌های گزافی مواجه ساخته و سبب شده است صادرکنندگان نتوانند به راحتی با رقبای خود در بازارهای جهانی به رقابت برخیزند و در واقع رقابت را دشوار کرده است.

در زمینه نیروی انسانی باید گفت، با توجه به اینکه دو دانشکده نیروی انسانی صنعت سرامیک را تربیت می‌کنند، با رشد خوبی نسبت به ابتدای پیروزی انقلاب مواجه هستیم. اما باید آموزش‌های ویژه‌ای برای متخصصان این رشته در نظر گرفته شود. وزارت صنایع و معادن در این زمینه هماهنگی لازم را با ارگان‌های آموزشی دارد. این وزارتخانه نیازهای نیروی انسانی این صنعت را تأمین و با هماهنگی با این ارگان‌ها، دوره‌های تخصصی را برپا می‌کند. البته این امر باید توسعه یابد.

مشکل دیگری که باید به آن اشاره کرد، موضوع قیمت تمام شده محصولات تولیدی در رشته کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی به دلیل بهره‌برداری از ظرفیت‌های پایین است.

این امر رقابت صادرکنندگان را در بازارهای جهانی با مشکل مواجه می‌سازد، زیرا کشورهایمانند چین دارای ظرفیت‌های بسیار بالا با قیمت

تمام شده پایین هستند. در این رهگذر باید واحدهای موجود به سرعت تولید خود را افزایش دهند. زیرا تولید سرانه کارکنان صنعت کاشی و سرامیک در ایران حدود ۱۰ هزار متر مربع است، در صورتی که میانگین جهانی آن ۲۵ هزار متر مربع است.

این امر سبب رشد قیمت تمام شده محصولات ایرانی و دشواری رقابت در بازارهای جهانی شده است.

تورم نیروی کار در صنایع قدیمی کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی از مشکلات مبتلابه این صنعت است.

مشکل دیگری که باید به آن اشاره کرد، موضوع استهلاک ماشین‌آلات است. از آنجا که سرمایه‌گذاری برای کارخانه‌های سرمایه‌بر در سال‌های گذشته با ارزش ارزان‌تر صورت گرفته، برای میزان استهلاک سرمایه آنها، رقم ناچیزی منظور می‌شود. به همین جهت فعالیت کارخانه سود نشان می‌دهد، اما این سود واقعی نیست. به عبارت دیگر اگر سرمایه‌گذار بخواهد استهلاک را جبران کند، باید ارقام هزینه را بیشتر منظور کند و این امر باعث تضعیف بنیه مالی شرکت‌ها می‌شود.

البته در صنعت سرامیک به دلیل آنکه جزو صنایع جدید محسوب می‌شود، این امر کمتر مشاهده می‌شود. وزارت صنایع و معادن پیشنهاد داده است یک فرمول مناسبی در این زمینه تدوین شود تا اهرمی برای بازسازی

واحدهای قدیمی و نگهداری ظرفیت‌های تولیدی باشد.

این وزارتخانه در نظر دارد هزینه استهلاک را برای شرکت‌ها و واحدهای تولیدی که قصد بازسازی خطوط تولید را دارند، بالا ببرد. اما چنانچه آنها سرمایه‌گذاری برای توسعه انجام ندهند، باید مالیات آن را به دولت پرداخت کنند.

مشکل دیگر این صنعت، ماشین‌آلات است. با وجود آنکه سرمایه‌گذاری کلانی برای بومی کردن ساخت این ماشین‌آلات در ایران انجام شده، اما در این زمینه موفقیت مطلوبی کسب نشده است و سرمایه‌گذاران صنایع کاشی و سرامیک تاکنون تمایلی به خرید ماشین‌آلات ساخت داخل نداشته‌اند. البته این موضوع که تمامی ماشین‌آلات مورد نیاز صنایع کاشی و سرامیک بومی شوند، امکان‌پذیر نیست، ولی بسیاری از این ماشین‌آلات می‌توانند در داخل کشور تولید شوند.

■ میزان تولید کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی در سال جاری چقدر است؟

میزان تولید این محصولات امسال به ۶۸ میلیون متر مربع می‌رسد که از این مقدار ۱۹ میلیون متر مربع کاشی و سرامیک کف و ۴۹ میلیون متر مربع آن دیواری خواهد بود.

تولید کاشی و سرامیک دیواری و کف در سال گذشته به ۶۴ میلیون متر مربع رسید که از این میزان ۱۶/۵ میلیون متر مربع کاشی کف و ۴۷/۵ میلیون متر مربع کاشی دیواری بوده است.

تولید چینی‌آلات بهداشتی نیز در سال جاری ۵۸ هزار تن پیش‌بینی می‌شود که نسبت به تولید سال گذشته که ۵۵ هزار تن بود، افزایش می‌یابد.

از آغاز سال جاری تاکنون، واحدهای تولیدی کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی تولید مطلوبی داشته‌اند.

■ مشکلات صدور کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی را بیان فرمایید.

کاهش درآمد صادرکنندگان نسبت به سال‌های قبل از جمله مشکلات مبتلابه صادرات این محصولات است.

تثبیت نرخ ارز اگرچه تقویت ارزش ریال را سبب شده، اما درآمد صادرکننده را کاهش داده است. هزینه‌های تولید در سال‌های اخیر افزایش یافته، اما قیمت‌ها در بازارهای خارجی نه تنها رشد پیدا نکرده، بلکه کاهش نیز یافته است.

پیش از این هر متر مربع کاشی حتی ۶ دلار نیز معامله می‌شد، اما با ورود چین و هند به بازارهای صادراتی، اکنون قیمت به کمتر از ۳

دلار رسیده است. در حالی که به طور متوسط هر ساله در ایران هزینه تولید ۲۰ درصد افزایش می‌یابد.

کشورهای مختلف به طور معمول ارزش پول خود را کاهش نمی‌دهند، بلکه با کمک، جایزه صادراتی و ایجاد تسهیلات برای صادرکنندگان، به رشد صادرات کمک می‌کنند و اشتغال را افزایش می‌دهند.

از سوی دیگر، هزینه حمل و نقل برای کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی در ایران به مراتب بیشتر از کشورهای دیگر تولیدکننده این کالا است. در ایران تجهیزات بندری مناسب وجود ندارد و کشتی‌هایی که بار صادراتی را حمل می‌کنند، اغلب کوچک هستند و به زمان بیشتری برای بارگیری نیاز دارند. در نتیجه قیمت تمام شده کالا افزایش می‌یابد.

بنادر در ایران برای صادرات ساخته نشده است. از آنجا که بازارهای مهم کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی ایران کشورهای همسایه شمالی هستند، نبود بانک‌های ایرانی عامل در این کشورها دادوستد را با مشکل مواجه ساخته و واحدهای صادرکننده، مخاطرات (ریسک) زیادی را متقبل می‌شوند، زیرا آنها نمی‌دانند که پول حاصل از صادرات برگشت دارد یا خیر.

وجود عوارض‌های متعدد از جمله پرداخت حق خاک به کشورهای

شمالی ایران نیز از دیگر مشکلات صادرکنندگان محسوب می‌شود. این عوارض قیمت تمام شده را برای تولیدات ایران بالا می‌برد و رقابت را دشوار می‌سازد.

دستمزد کارگر در ایران ممکن است از رقبا به ظاهر کمتر باشد، اما همین دستمزد با توجه به میزان بهره‌وری کارگر ایرانی بسیار بالا است. این امر نیز روی قیمت تمام شده کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی ایران تأثیر زیادی دارد.

کمبود نقدینگی جهت تأمین مواد اولیه نیز از مشکلات تولیدکنندگان صادرکنندگان محسوب می‌شود. تسهیلات بانکی در صنعت با سود حداقل ۱۸ درصد اعطا می‌شود، در صورتی که این سود در هند کمتر از ۸ درصد است. نرخ بالای سود تسهیلات بانکی در ایران صادرات را به مخاطره انداخته است.

وجود تورم و افزایش هر ساله هزینه‌ها، قدرت رقابت ایران در زمینه کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی را کاهش می‌دهد. به دلیل افزایش هزینه‌ها و کاهش قیمت‌ها در بازارهای خارجی، هر ساله تعدادی از اقلام صادراتی در رشته کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی از بازار صادرات حذف می‌شوند.

فلورین و کرومیت در سال‌های قبل صادر می‌شد اما به دلیل کاهش قیمت

آنها در بازارهای جهانی این محصولات و افزایش هزینه‌ها در ایران، امکان صدور آنها اینک وجود ندارد.

به طور اصولی صادرات نیاز به دانش فنی دارد. در ایران صادرکننده حرفه‌ای کمتر وجود دارد. لذا تولیدکنندگان خود اقدام به صدور کالا می‌کنند. در حالی که باید صادرکنندگان حرفه‌ای تربیت شوند.

■ **رقبای ایران در بازارهای جهانی چه کشورهایی هستند؟**

۱۱ کشورهای رقیب عمده، چین و هند هستند. کشورهای چون ایتالیا نمی‌توانند رقیب ایران محسوب شوند، زیرا کیفیت تولیدات کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی ایران قابل رقابت با این کشورها نیست.

البته در برخی کالاها مانند اندازه‌های کوچک کاشی که کشورهای اروپایی مصرف می‌کنند، اما تولید آن صرفه ندارد، ایران صادرکننده کالا به این کشورها محسوب می‌شود.

کاشی‌های ۲۰×۲۰ سانتیمتر و ۱۵×۱۵ سانتیمتر از جمله این محصولات است.

در زمینه چینی آلات بهداشتی چون نیاز به بسته‌بندی حجیم دارد، نمی‌توان آن را به کشورهای دوردست ارسال کرد.

عربستان، کویت، ترکیه، امارات و کشورهای شمال ایران از جمله

مصرف‌کنندگان چینی آلات بهداشتی ایران هستند.

■ **در زمینه تبلیغات و بازاریابی چه مشکلاتی وجود دارد؟**

۱۱ در این زمینه ضعف‌های زیادی وجود دارد. صادرکنندگان ایرانی حتی توان تبلیغات در بازار کشورهایی چون روسیه را ندارند. با توجه به امکانات قانونی در این زمینه، مرکز توسعه صادرات باید برای کمک به صادرات ایران، صادرکنندگان را در امر تبلیغات یاری دهد.

هزینه‌های تبلیغات و بازاریابی در بودجه مرکز توسعه صادرات ایران دیده شده است، اما هنوز نشنیده‌ایم که این ارگان اقدامات عمده‌ای را در این مورد انجام داده باشد.

■ **نمایشگاه‌ها در توسعه صادرات کاشی، سرامیک و چینی آلات بهداشتی چه نقشی دارند؟**

۱۱ طبیعی است اگر نمایشگاه‌ها به‌طور صحیح برگزار شوند، نقش عمده‌ای در توسعه صادرات این محصول ایفا خواهند کرد. باید برای حضور فعال صادرکنندگان در نمایشگاه‌های خارجی، تسهیلات اساسی ایجاد شود، در نمایشگاه‌های داخلی نیز باید خریداران خارجی حضور یابند و از نزدیک با تولیدات ایران آشنا شوند.

مشکل عمده نمایشگاه‌های داخلی، فقدان خریداران خارجی در مدت

برپای نمایشگاه است، زیرا تسهیلات لازم جهت دیدار از این نمایشگاه‌ها برای خارجیان فراهم نیست. نمایشگاه‌ها اگر درست عمل کنند، می‌توانند بسیار مفید باشند. هنوز دیده نشده در یک نمایشگاه داخلی، یک قرارداد جدی از سوی خارجیان منعقد شود.

■ آیا ایران در زمینه صدور کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی دارای مزیت نسبی است؟
□ از آنجا که ایران از نظر سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در این صنعت، کمبود زیادی نسبت به دیگر کشورها ندارد، دارای مزیت نسبی است.

اگر موضوع رقابت در صنعت جدی باشد، به نظر من این صنعت رشد پیدا خواهد کرد. صنعت کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی از جمله صنایعی محبوب می‌شود که مزیت نسبی دارد و می‌تواند با دیگر کشورها به رقابت برخاست.

با توجه به فراوانی مواد اولیه موردنیاز این صنعت در کشور و نیز دسترسی به انرژی ارزان در ایران، چنانچه فرآوری مواد اولیه در داخل انجام شود و بهره‌وری در این صنعت رشد پیدا کند، به طور قطع مزیت نسبی در آن وجود خواهد داشت.

■ دولت چه تسهیلاتی در زمینه توسعه این صنعت در اختیار تولیدکنندگان قرار داده است؟
□ دولت تمامی امکاناتی که در اختیار دیگر صنایع قرار داده، در اختیار تولیدکنندگان کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی نیز گذارده است.

وزارت صنایع و معادن هر سال اولویت‌های سرمایه‌گذاری در صنایع را اعلام می‌کند که حدود چند سال قبل این صنعت جزو اولویت‌ها بود. در ده سال گذشته صنعت کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی جزو صنایع اولویت‌دار بوده است.

■ آیا سرمایه‌گذاری در این صنعت با نگاه صادرات‌گرایی صورت می‌گیرد؟

□ سرمایه‌گذاری در صنعت کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی با نگاه صادرات‌گرایی آغاز شده است. طرح‌های توسعه در این صنعت با دید صادرات‌گرایی انجام می‌شود، اما قبلاً این نگاه وجود نداشت، زیرا بازار داخلی به تولیدات این صنعت نیاز داشت و واردات آنها با محدودیت شدید مواجه بود.

در اثر این سیاست، بازار داخلی کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی بازار مطلوبی بود، و به طور طبیعی اکثر سرمایه‌گذاری‌ها برای

تأمین مصرف داخلی صورت گرفته است. اما در دو سه سال گذشته به دلیل آنکه عرضه این محصولات بیش از تقاضا بود، فقط آن دسته از تولیدکنندگان به اجرای طرح‌های توسعه پرداخته‌اند که نگاهشان به بازارهای صادراتی است.

■ این صنعت تا چه میزان اشتغال‌زا است؟

□ آمار سال ۱۳۷۸ نشان می‌دهد، در این صنعت ۱۴ هزار نفر به‌طور مستقیم مشغول به کار بوده‌اند، که با احتساب افراد شاغل به‌طور غیرمستقیم مجموع اشتغال به ۷۰ هزار تا ۸۴ هزار رسیده است.

■ سهم ایران در تولید و صادرات کاشی، سرامیک و چینی‌آلات بهداشتی جهان چقدر است؟

□ تجارت کاشی در سطح جهان سالانه حدود یک میلیارد متر مربع است. با توجه به میزان صادرات ایران، سهم ما در تجارت جهانی این کالا ۰/۸ درصد است. در زمینه تولید نیز سهم ایران حدود ۱/۵ درصد تولید جهانی کاشی می‌باشد. به‌طور کلی سهم ایران در تولید جهانی صنایع معدنی و کانی غیرفلزی معمولاً بیش از یک درصد است، اما سهم آن در صادرات اندک است.