

اشاره:

صادرات فرش دستباف بخش قابل توجهی از ارزش صادرات غیرنفتی کشور را تشکیل می‌دهد. در دو سال گذشته عوامل متعددی سبب شده است که روند صادرات فرش نزولی گردد و سهم ایران در بازار جهانی فرش کاهش یابد. ادامه این روند نه تنها درآمدهای ارزی کشور، بلکه معیشت نزدیک به ۱۰ میلیون نفر از جمعیت کشور را تهدید می‌کند.

دست‌اندرکاران تجارت فرش عوامل مختلفی را در رکود صادرات این هنر ملی دخیل می‌دانند که بررسی نظرات آنها می‌تواند راهکارهای مناسبی را پیش روی قرار دهد خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با آقای عزت‌الله حیدری مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های سراسری ایران (وابسته به وزارت تعاون) عمده‌ترین موانع و مشکلات صادرات فرش را به بحث و گفت‌وگو گذارده که در این شماره با هم می‌خوانیم.

عزت‌الله حیدری از جمله خبرگان فرش ایران است که پس از پیروزی انقلاب اسلامی وارد چرخه فعالیت صنایع دستی و روستایی شد. وی چند دوره در هیأت مدیره سازمان صنایع دستی ایران عضویت داشته و مدتی است که مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های سراسری ایران می‌باشد.



# مقررات متناقض، قاچاق فرش را رواج می‌دهد

تجارت فرش

## ■ به نظر شما عمده‌ترین مشکلات صادرکنندگان فرش

### ایران چیست؟

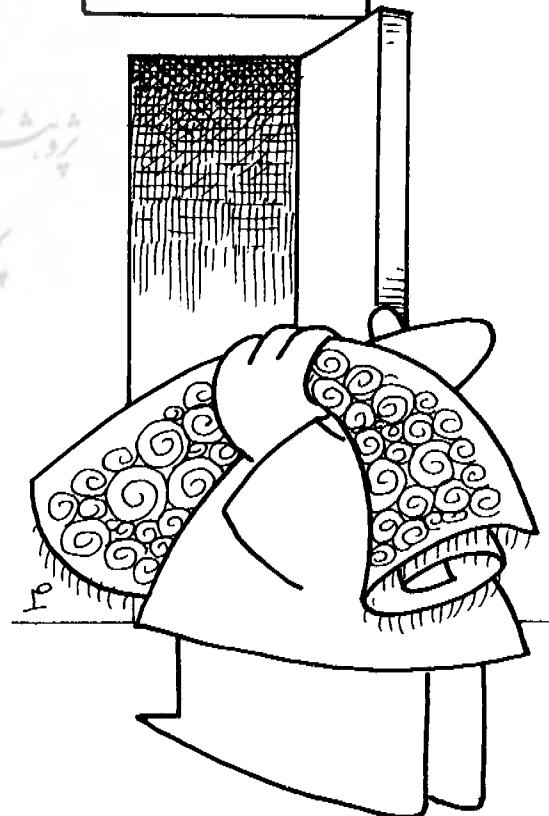
□ انسان آزاد است آن کلاهی را که تولید می‌کند، در هر مکانی بفروشد. چنانچه محدود شود و برای فروش کالایش در بازارهای بین‌المللی، موانعی ایجاد شود قابل توجه نیست. در برهه کنونی دولت نباید مقرراتی وضع کند که خلاف قوانین گذشته باشد و سبب گردد ارزش افزوده فرش در بازارهای جهانی تنزل یابد.

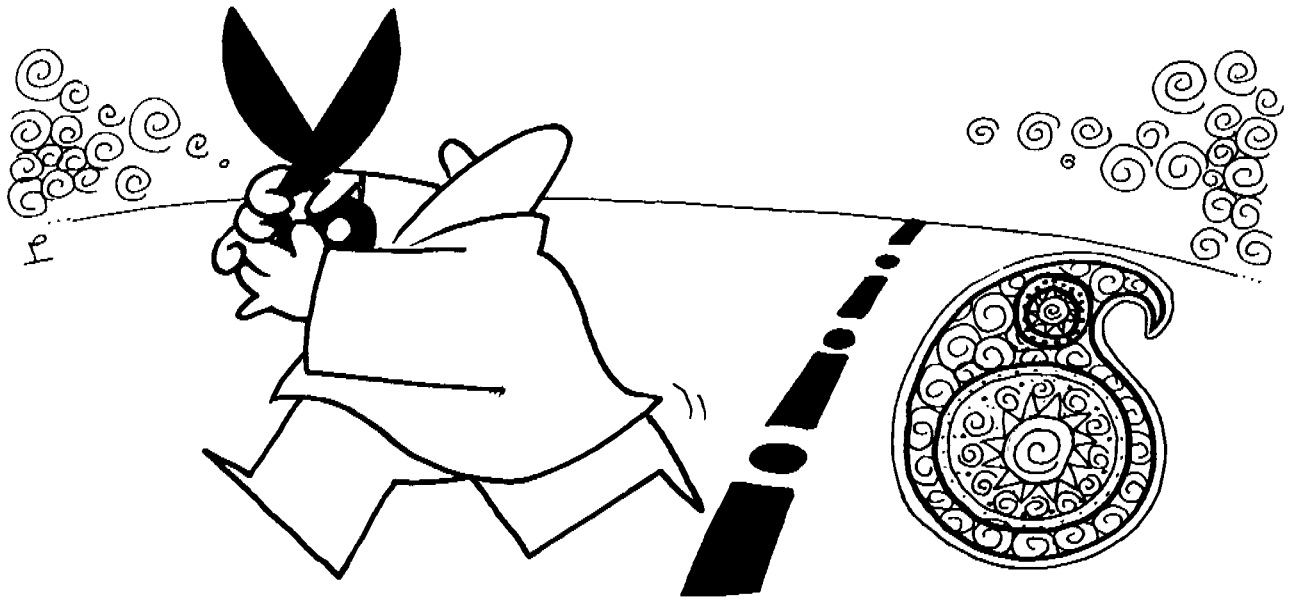
به اعتقاد من دولت نباید نه تنها در زمینه صادرات فرش بلکه در صنایع دستی، دخالت کند. تسهیلاتی که دولت برای صادرکنندگان فراهم می‌آورد، مانند ارز و مواد اولیه باید محاسبه و دریافت شود.

## ■ چرا صادرات فرش از روال عادی خارج شده و به قاچاق

### کشیده می‌شود؟

□ هنگامی که مقرراتی برخلاف قوانین گذشته وضع شود، صادرات با مشکل روبه‌رو می‌شود و صادرکننده غیرواقعی به





قاچاق روی می آورد.

○ مقررات متناقض، قاچاق فرش را رواج داده و باعث بی ثباتی قیمت آن در بازار جهانی می شود.

○ صادرکنندگانی که تخصص کافی در صدور فرش ندارند می توانند در قالب شکل های اتحادیه ای با ایجاد فروشگاه های فرش در اقصی نقاط جهان به صادرات فرش بپردازند.

■ صدور فرش به همراه مسافر چه مشکلاتی را برای صادرات فرش ایجاد می کند؟

□ حق طبیعی هر انسان است تا کالایی که جنبه قاچاق ندارد را همراه خود به خارج ببرد و در آنجا بفروشد یا هدیه دهد. اگر محدودیت های کنونی صادرات فرش از بین برود، مسافر به هیچ وجه از ایران فرش نخواهد برد. صدور فرش همراه مسافر با انگیزه فروش آن در بازارهای خارجی در پاره ای موارد بازار فرش را خراب می نماید، زیرا اغلب مسافران نمی دانند فرش را چگونه بفروشند.

مقررات متناقض، قاچاق فرش را رواج داده و بی ثباتی قیمت آن در بازار جهانی را باعث شده است. صادرات فرش ایران دچار نوسان شده است. در این میان صادرکننده واقعی به ویژه ارگان هایی که به نحوی به دولت وابسته هستند، بیش از دیگران متضرر می شوند.

■ با مقررات کنونی، صادرکنندگان فرش با چه مشکلات جدیدی روبه رو شده اند؟

□ صادرکننده فرش باید اجازه داشته باشد که امتیاز واردات خود را به واردکننده انتقال دهد. صادرکنندگان باید بتوانند اسناد صادرات فرش و امتیاز واردات خود را در یک بازار تجاری معامله کنند. این امر رونق بازار فرش را سبب می شود.

■ مقررات کنونی صادرات فرش چه مزایا و معایبی دارد؟  
□ مقررات واردات در مقابل صادرات تا حدودی ضرر صادرکننده را جبران می کند، البته مجموعه ۲۹ قلم کالای مجاز برای واردات محدود است و دولت باید تعداد این اقلام را افزایش دهد. در ضمن کار واردات کالا را باید به واردکننده واگذار کند. در زمینه سپردن پیمان ارزی، چون مشکلات اقتصادی را پشت سر گذاشته ایم، لازم است دولت اجازه دهد که صادرکننده به میزان پیمان ارزی، مواد اولیه مورد نیاز خود را بدون محدودیت وارد کند و یا اجازه انتقال به غیر را داشته باشد. اگر پیمان ارزی با هدف نظارت بر ورود و خروج ارز منظور شود، امری مثبت خواهد بود.

■ چه عواملی سبب شده است که ویژگی های فرش ایران به خوبی در بازارهای بین المللی معرفی نشود؟  
□ به نظر من در زمینه فرش، «تبلیغ» نشده و معرفی فرش

پشم مورد استفاده در فرش ایران بسیار مقاوم و با دوام است که با پشم مصرفی در دیگر فرش‌های جهان متفاوت می‌باشد.

به نظر من در بازارهای خارجی مراجعه به فرش ایران در حال پا گرفتن است، زیرا مشتریان آن را یک کالای سرمایه‌ای برآورد می‌کنند که پس از مدتی می‌توانند با سود آن را بفروشند. این موضوع در زمینه فرش‌های هند، پاکستان و چین مشاهده نمی‌شود.

### ■ نوع فعالیت بازاریابی و فروش فرش در بازارهای سنتی و جدید چه تفاوت‌هایی با یکدیگر دارند؟

□ در بازارهای سنتی دادوستد میان خریدار و فروشنده فرش ایران بر مبنای اطمینان صورت می‌گیرد. در این بازارها فرش ایران را کالایی باارزش، بدیع و یک هنر ارزیابی می‌کنند. اما در بازارهای جدید این کالای هنری به محصولی تجاری تبدیل شده است. عرضه فرش در بازارهای جدید باید به‌طور کلان صورت گیرد. عرضه فرش ایران در نمایشگاه‌ها به‌صورت کلان می‌باشد، اما شیوه فروش آن سنتی است. در نمایشگاه‌ها فرش‌های زیادی عرضه می‌شوند اما از آنجا که فروش آن به‌شیوه بین‌المللی (کشایش اعتبار اسنادی) صورت نمی‌گیرد، برای دریافت پول آن گرفتاری‌های زیادی به‌وجود می‌آید.

در نظام تجارت کلان تبلیغات گسترده و معاملات باید بر مبنای نظام بانکی باشد. در نظام جدید فروش، اغلب فروشندگان نمی‌توانند پول خود را دریافت کنند، در صورتی که در شیوه سنتی، خریدار و فروشنده به یکدیگر اطمینان کرده و همدیگر را کمک می‌کنند.

○ با سپری شدن مشکلات اقتصادی، دولت باید اجازه دهد، صادرکننده به میزان پیمان ارزی، مواد اولیه موردنیاز خود را بدون محدودیت وارد کند و یا اجازه انتقال به غیر را داشته باشد.

تعاونی‌های سراسری برای ورود به بازارهای جدید فرش و فروش با شرایط بین‌المللی در حال برنامه‌ریزی است. در این شیوه «فرش» با کشایش اعتبار عرضه و پول آن تضمین خواهد شد، از آن گذشته در این شیوه فروش، تولید مطابق با سلیقه

ایران به بازارهای جهانی بسیار بوده است. تبلیغات فرش ایران در بسیاری مواقع منفی است و حراج‌های بی‌رویه در بازارهای خارجی از جمله این‌گونه اقدامات است.

لازم است به مصرف‌کنندگان خارجی تفهیم شود که فرش ایران یک کالای تجملی نیست، بلکه کالایی سرمایه‌ای و اقتصادی است.

مردم جهان با تبلیغ اقدام به ابتیاع کالا می‌کنند و تولیدکنندگان گاهی تا ۷۰ درصد هزینه تمام‌شده یک کالا را صرف تبلیغ آن می‌کنند. این نسبت برای فرش ایران شاید ۲ درصد هم نباشد.

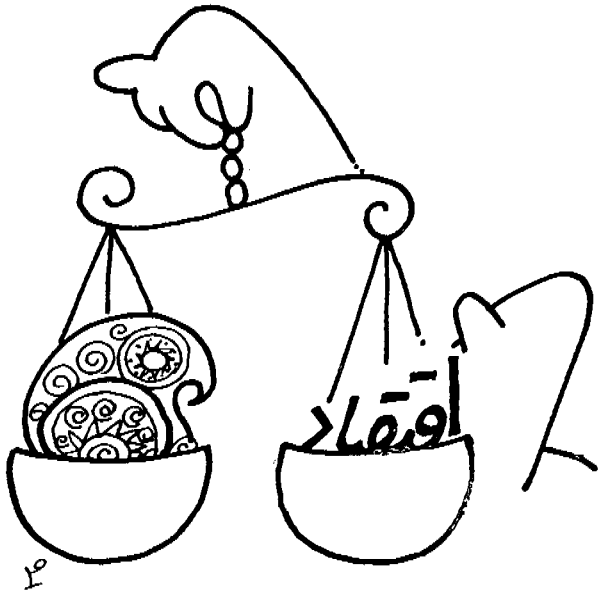
دولت باید متولی امر تبلیغات فرش باشد و با کمک مرکز توسعه صادرات ایران در نشریات کثیرالانتشار این کالای باارزش را تبلیغ کند.

### ■ ویژگی‌های فرش ایران چیست و چرا بازارهای خارجی آن را می‌پسندند؟

□ فرش ایران در زمینه طرح، مواد اولیه و رنگ‌آمیزی ویژگی‌هایی دارد که فرش‌های رقیب آن ندارند.



○ مقررات واردات در مقابل صادرات تا حدودی ضرر صادرکننده را جبران می‌کند، اما اقلام قابل ورود باید افزایش یابد و امر واردات به واردکننده واگذار شود.



در صدور فرش‌های باکیفیت بالا، این کنترل می‌تواند از سوی کمرک صورت گیرد.

### ■ تعاونی‌های سراسری چند واحد تعاونی را زیر پوشش

#### دارد؟

□ در حال حاضر ۶۲۰ تعاونی در وزارت تعاون به ثبت رسیده است که زیر پوشش اتحادیه تعاونی‌های سراسری ایران فعالیت می‌کنند. این تعاونی‌ها بر اساس عرضه و تقاضای بازار به تولید انواع فرش می‌پردازند، اما اگر در آینده بازار مانند امروز راکد باشد، برخی از آنها دیگر فعال نخواهند بود.

### ■ اتحادیه تعاونی‌های سراسری چه نوع فرش‌هایی را

#### صادر می‌کند و بازارهای آنها کدام است؟

□ تمامی دستبافته‌های ایران جنبه صادراتی دارد، اما هر کشوری بنا به نوع فرشی که در آن حیطه فروش دارد، خرید می‌نماید. بازارهای اروپایی، آمریکا (از طریق کانادا) و کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس از جمله بازارهای این اتحادیه محسوب می‌شوند. مرکز پخش فرش ایران در بازارهای اروپایی، هامبورگ است. منطقه آزاد هافن در هامبورگ تمهیدات خاصی برای خریداران فرش به وجود آورده است. محل تمرکز فرش ایران و دیگر کشورهای تولیدکننده فرش در هافن است. در این منطقه مشکل روایت برای خارجی‌ها وجود ندارد و فرش‌های متنوعی نیز در این بازار به چشم می‌خورد که شاید این تنوع در بازار ایران نباشد.

### ■ در سال گذشته چه میزان فرش به بازارهای جهانی

مشتری شکل می‌گیرد و منافع بسیاری در پی خواهد داشت. کشورهای رقیب ایران در این زمینه فعال هستند و پول خوبی کسب می‌کنند. آنها مد بازار در دو یا سه سال آینده را در نظر می‌گیرند و با توجه به ذوق و سلیقه خریدار، تولیدات خود را به بازار عرضه می‌کنند. در این مورد نباید هنر ملی فراموش شود و این هنر همیشه باید روی فرش پیاده شود.

### ■ فرش ایران در سال‌های اخیر چه پیشرفت‌هایی را

#### تجربه کرده است؟

□ از نظر نقشه، بافت و رنگ آمیزی، فرش ایران پیشرفت زیادی داشته، اما از حیث مواد اولیه افت شدیدی کرده است، ضرورت دارد که مواد اولیه به دقت کنترل شود تا دوام فرش افزایش یابد.

### ■ با وجود رقبایی مانند چین، هند، پاکستان و ترکیه

#### جایگاه فرش ایران در بازار جهانی کجاست؟

□ مهارت‌هایی که فرش ایران از آن برخوردار است در بافته‌های کشورهای رقیب وجود ندارد. کشورهای رقیب طرح‌های ایرانی را تقلید می‌کنند، اما تنوع طرح‌ها و مواد اولیه فرش ایران را ندارند. مشکل فرش ایران، «تولید انبوه» آن بدون توجه به سلیقه خارجی است. به تازگی، برخی ارگان‌ها مواد اولیه‌ای را که چینی‌ها از آن استفاده می‌کنند، مصرف می‌نمایند. این کار فرش ایران را در مقابل رقبا آسیب‌پذیر می‌کند، زیرا که آن کشورها کارگر ارزان دارند و در نتیجه قیمت تمام‌شده تولیدات آنها ارزانتر از فرش‌های ایران است. باید فرش با کیفیت تولید کرد و برای آن تبلیغ نمود تا رقبا از میدان دور شوند. فرش‌های هنری ایران باید در موزه‌های خارجی به نمایش درآید تا شناخته شود. لازم است موزه‌های فرش در خارج کشور تشکیل شود و فرش‌های هنری آنجا به نمایش درآیند.

### ○ اتحادیه سراسری سال گذشته سه

میلیون دلار فرش به بازارهای جهانی صادر کرد که هنوز فروش نرفته‌اند. دو میلیون دلار از این فرش‌ها باید به کشور بازگردد تا با مقررات جدید بار دیگر صادر شود.

### ■ راه‌های گسترش صادرات فرش کدام است؟

□ تبلیغات در سطح بین‌المللی، شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی فرش، استفاده از مواد اولیه مرغوب و کنترل دولت

## صادر کردید و آیا مشکلاتی در این زمینه داشتید؟

با اتحادیه سراسری سال گذشته حدود ۲ میلیون دلار فرش به بازارهای جهانی صادر کرد. البته این فرش‌ها هنوز فروش نرفته است، زیرا پس از صدور، مقررات صادرات فرش ایران تغییر کرد و این امر قیمت فرش را کاهش داد. در نتیجه به صلاح اتحادیه نبود که فرش‌های خود را به قیمت پایین بفروشد.

برای حدود یک میلیون دلار از این فرش‌ها که قبل از مقررات پیمان سپاری، به کانادا صادر شده‌اند، پیمان ارزی سپرده نشده است. این فرش‌ها در آب‌های آمریکا و بندر نیویورک مصادره شد و با تحمل مشکلات بسیار، سرانجام آنها را پس گرفتیم.

برای دو میلیون دلار از فرش‌های صادراتی، پیمان سپرده شد که با وضعیت کنونی قابل فروش نیست، زیرا مخارج صدور آن به حدی است که فروش با قیمت‌های کنونی صرف ندارد. چنانچه دولت امتیازی برای فروش این فرش‌ها به اتحادیه سراسری ندهد، به‌ناچار آنها را به کشور بازمی‌گردانیم تا با مقررات جدید بار دیگر ارسال شود. قیمت بالای پیمان و هزینه‌های جنبی صادرات این محموله دو میلیون دلاری، فروش آن را مشکل کرده است.

### ■ اتحادیه سراسری از مقررات واردات در مقابل صادرات چگونه استفاده می‌کند؟

با اتحادیه ترجیح می‌دهد واردات مواد اولیه فرش را در اولویت قرار دهد و نیازهای بافندگان را تأمین کند و در مرحله بعد به تأمین نیازهای زندگی آنها توجه کند. در این رهگذر کالاهای مشمول طرح واردات در مقابل صادرات (۲۹ قلم کالای مجاز) را وارد کند و با فروش آنها نیازمندی‌های بافندگان را تأمین نماید.

### ■ توصیه شما به دولت و صادرکنندگان فرش برای

## گسترش صادرات این هنر ملی چیست؟

□ به نظر من باید ارزیابی گمرک در ارتباط با کیفیت فرش باشد و اجازه ندهد فرش‌های فاقد کیفیت از کشور خارج شود. بانک مرکزی نباید با انتشار بخشنامه‌ها و تدوین مقررات دست‌وپاگیر به صادرات فرش آسیب رساند. این بانک باید دست صادرکنندگان را باز گذارد و برای آنها محدودیت ایجاد نکند.

### ○ مهارت‌هایی که فرش ایران از آن برخوردار است در بافته‌های کشورهای رقیب وجود ندارد. باید فرش باکیفیت تولید و برای آن تبلیغ کرد تا رقبا از میدان دور شوند.

صادرکنندگان واقعی فرش نیز باید با ضریب اطمینان بیشتری به فعالیت بپردازند. آنها باید تخصص کافی در صدور این کالای باارزش داشته باشند.

چنانچه شماری از صادرکنندگان تخصص کافی در صدور فرش ندارند، سعی کنند به‌طور دسته‌جمعی و با همفکری یکدیگر به کار بپردازند و در قالب تشکل‌های اتحادیه‌مانند به صورت کنسرسیوم، فرش صادر کنند. آنها می‌توانند با ایجاد فروشگاه‌های فرش در اقصی نقاط جهان به ویژه در بازارهای جدید به صادرات فرش مبادرت ورزند. این فروشگاه‌ها در حقیقت نمایشگاه‌های دایمی فرش ایران در خارج از کشور خواهند بود. انحصارطلبی در کار صادرات فرش به صدور آن آسیب‌های جبران‌ناپذیری می‌زند.

