

اشاره:

رکود حاکم بر صادرات فرش ایران به بازارهای جهانی نه تنها مورد انتقاد صادرکنندگان بخش خصوصی می باشد، بلکه نهادهای دولتی درگیر در تجارت و تولید فرش را نیز تحت تأثیر قرار داده است.

در این میان حیات اقتصادی ده میلیون نفر از جمعیت کشور به تولید و صادرات فرش

بستگی دارد. یافتن راهکارهای مناسب برای پایان دادن به رکود صادرات فرش از اقدامات اساسی می باشد تا بتوان سهم مناسبی از بازار بین المللی فرش را از آن کشور ساخت.

استفاده از نظرات کارشناسان و دست اندرکاران تولید و تجارت فرش در یافتن راه های مناسب برای تولید فرش های باکیفیت و ارسال آن به بازارهای گوناگون ضرورت دارد.

خبرنگار نشریه «بررسی های بازرگانی» در گفت و گو با آقای کرمعلی بختیاری فر، مدیرعامل اتحادیه مرکزی فرش دستباف، روستایی ایران، عمده ترین موانع و تکنهای تولید و تجارت فرش را جویا شد.

وی که در رشته مهندسی ساخت و اجرا، مدرک کارشناسی ارشد دارد، عضو شورای جهاد استان های سیستان و بلوچستان و تهران، قائم مقام و رئیس جهاد استان تهران و مدیرکل فرش وزارت جهاد سازندگی بوده و آخرین سمت وی، مدیرعامل اتحادیه مرکزی فرش دستباف روستایی ایران (تحت پوشش وزارت جهاد سازندگی) است. ما حاصل این گفت و گو را با هم می خوانیم.

■ مشکلات مترتب بر صنعت فرش در بازارهای خارجی چیست؟

□ باید امکانات، توان مدیریت، مقررات و شیوه حضور در بازار و نحوه تأمین تقاضای بازار، از سوی رقبای خارجی را به دقت نگریست و با علم به این موضوعات تصمیم به تسخیر بازار گرفت.

برای رفع مشکلات صنعت فرش توجه به این موارد ضروری است:

- ثبات قوانین و مقررات که برنامه ریزی برای تقاضای بازار را به دنبال دارد.
- دریافت اطلاعات از بازار خرید فرش برای هماهنگ شدن با نیاز و خواست بازار
- همگام شدن با مردم در بازارهای تقاضا و وفق دادن

تولید و تجارت

فرش

ایران،

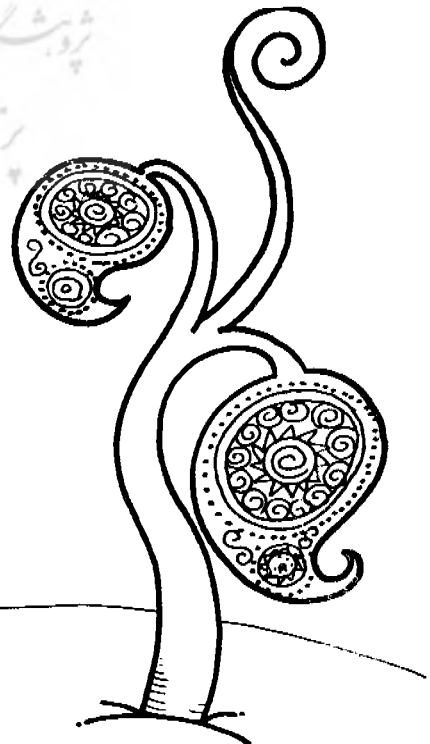
گرفتن

روند

غیرعلمی

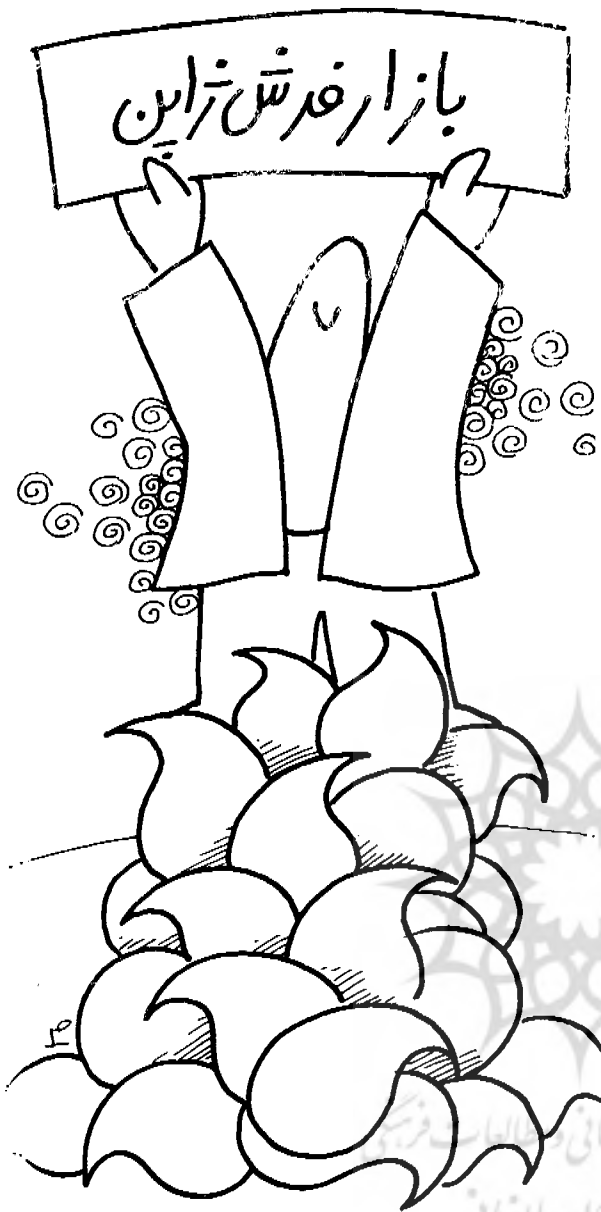
و سنتی

است



تولیدات فرش ایران با خواست خریداران

مجامع تولیدی و سازماندهی فرش باید به گونه‌ای باشد که خواست بازارهای خارجی را به موقع پاسخ دهد.



○ امکانات، توان مدیریت، مقررات، شیوه حضور در بازار و نحوه تأمین تقاضای بازار از سوی رقبای فرش ایران باید به دقت بررسی شود و سپس تصمیم برای تسخیر بازار اتخاذ گردد.

■ چرا صادرات فرش در برخی مواقع از حالت عادی خارج و به صورت قاچاق انجام می‌گیرد؟

□ ریشه اصلی این بحث در قوانین و مقررات مترتب بر صادرات فرش است. اگر شرایطی در مقررات و قوانین فراهم آید که دلیلی بر غیرقانونی عمل کردن صادرات فرش نباشد، قاچاق فرش صورت نمی‌گیرد. باید با یک کار پژوهشی تمامی معایب و نظریات و نواقصی که باعث بروز قاچاق فرش می‌شود را بررسی کرد و آنها را از میان برداشت.

زمانی که پیمان برقرار می‌شود و شرایطی اعمال می‌گردد که صدور فرش از راه قانونی مقرون به صرفه نیست، افراد برای فرار از پیمان تن به هر کاری می‌دهند.

هنگامی که برای فرش ایران در بازارهای بین‌المللی تقاضا وجود دارد، اما عرضه آن را محدود کنند، آن تقاضا باید به نحوی تأمین شود. در این مقطع است که فرش از طریق غیرقانونی از کشور خارج می‌شود و بازارهای خارجی را تأمین می‌کند.

○ ثبات مقررات، دریافت اطلاعات بازار، همگام شدن با تقاضا و وفق دادن تولید با خواست مشتری، الزامی است.

باید تمامی انگیزه‌هایی که باعث خروج فرش می‌شود را از بین برد و شرایطی را ایجاد کرد که فرش به صورت طبیعی و با رعایت تمامی جوانب از کشور خارج شود. دولت نباید بگذارد صد درصد منع درآمدی از دستش خارج شود. چرا که وقتی یک فرش از کشور به صورت قاچاق خارج شود، یک امکان ملی از دست کشور خارج شده است.

دولت باید به صورتی عمل کند که صد درصد تسهیلات و

امتیازات حاصل از صدور فرش را به فروشنده بدهد، تا این کالا به شکل قاچاق خارج نشود.

البته قوانین و مقرراتی که مجلس شورای اسلامی تصویب کرد و به دولت ابلاغ شده، انشاءالله به زودی اجرا می‌شود و راه قاچاق سد می‌شود. در این مقررات صادرکننده ارز حاصل از صادرات فرش خود را به یک واردکننده انتقال می‌دهد و واردکننده کالای مورد نیاز کشور را وارد می‌کند. در نتیجه یک چرخه غیرصادراتی که همان واردات است فعال می‌شود.

■ مزایا و معایب مقررات واردات در مقابل صادرات فرش

چيست؟

□ مصوبه اخیر مجلس شورای اسلامی به نحوی است که در

این وضع، کفایت بازار را نمی‌کند.

تجار صادرکننده برای صدور فرش و رسیدن آن به سر موعده مقرر، همه‌گونه قول را به مشتری خارجی می‌دهند ولی مقررات هیچ‌گونه تضمینی برای محقق شدن اقوال ندارد.

○ دولت باید تسهیلات و امتیازات حاصل از صدور فرش را به فروشنده بدهد تا این کالا به شکل قاچاق خارج نشود.

دولت باید در مقابل تغییراتی که در کشور اتفاق می‌افتد از جمله نوسان نرخ ارز، تضمین‌هایی به تجار بدهد تا صادرکنندگان واقعی ساقط نشوند. مقررات و قوانین کشور یک‌سویه تدوین می‌شود که البته این مقررات باید پشتیبان صادرکننده باشد.

■ نظر شما دربارهٔ فرش همراه مسافر چیست؟

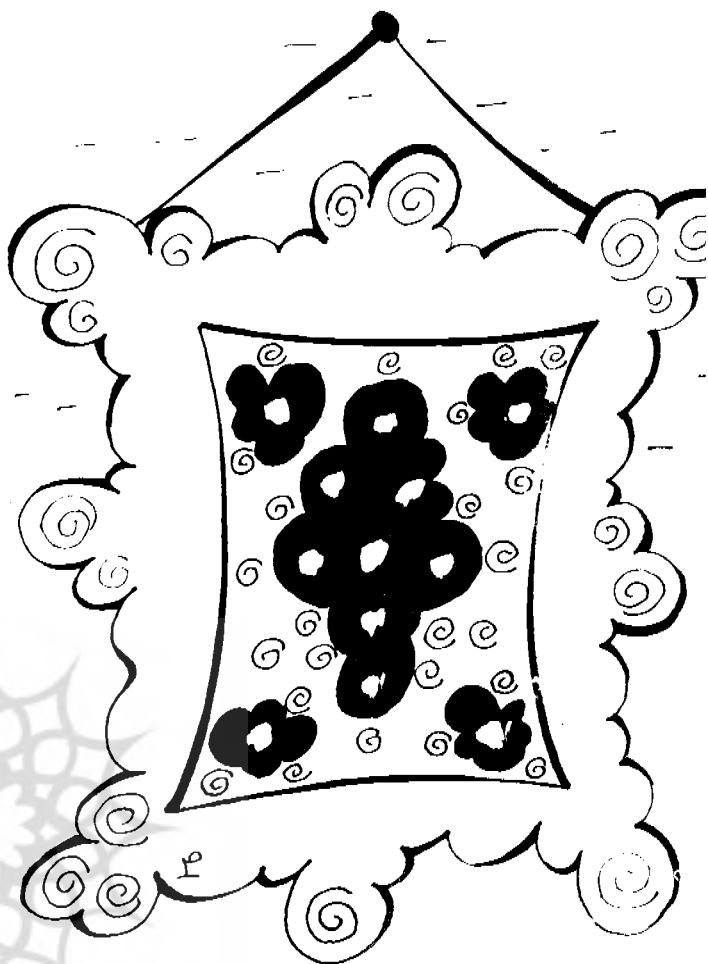
□ اگر فرش یک کالای راهبردی (استراتژیک) تلقی شود و در سایهٔ تولید آن انتظار منفعی را از بازارهای جهانی داشته باشیم، دست‌های دیگر از صادرات فرش باید کوتاه شود.

فرش ایران به اندازهٔ کافی رقیب در بازارهای جهانی دارد، نباید رقبای جدیدی به آن اضافه شوند. هنگامی که فرش به‌عنوان یک کالای صادراتی بتواند به بازارهای جهان نفوذ کند، چرا باید از راه‌های نامشروع برای صدور آن اقدام کرد.

تمام فرش‌هایی که توسط مسافران خارج می‌شوند، برای استفاده مسافر نیست، بلکه تعداد زیادی از آنها برای فرار از پیمان‌سپاری و تعهدات مالی، از این قانون استفاده می‌کنند.

○ فرش ایران به اندازهٔ کافی رقیب در بازار جهانی دارد. با مجوز خروج فرش همراه مسافر نباید رقبای جدیدی برای آن به وجود آورد.

ضربهٔ دیگر این نوع خروج فرش، خراب شدن بازار فرش ایران در خارج از کشور است. در برخی مواقع برابر با میزان صادرات فرش به‌طور رسمی، فرش همراه مسافر به خارج از کشور می‌رود، این موضوع بازار فرش ایران را در خارج از کشور متزلزل می‌کند. زیرا مسافران فرش را نسبت به قیمت اصلی آن ارزان‌تر می‌فروشند. برای جلوگیری از این کار باید نیاز ارزی مسافران به نحوی تأمین شود تا منافع ملی از دست



سایهٔ آن می‌توان چرخهٔ اقتصادی در صنعت فرش از تولید تا بخش واردات کالا را فعال کرد.

این مصوبه نه تنها منافع ملی را تأمین می‌کند، بلکه منافع هر یک از بخش‌های تولید، صادرات و واردات را تأمین می‌نماید. در این قانون سمت و سوی جریان سالم تجاری در جهت منافع و مصالح ملی سوق یافته است. نبود این قانون از مضرات بود چرا که در تمامی بخش‌های یادشده گسستگی ایجاد می‌کرد.

اصولاً پایه و اساس قوانین ما وارداتی است و پایه و اساس تجارت خارجی ایران از گذشته‌های دور برای واردات و وابستگی نهاده شده است.

با پیروزی انقلاب اسلامی خیلی از قوانین تغییر کرده ولی هنوز سمت و سو به طرف واردات است. در نتیجه فرش نیز از این قاعده مستثنی نیست و صدور آن بسیار مشکل است.

اگر بخواهیم صادرات فرش را به میزان سال ۷۲ برسانیم و آن را افزایش دهیم، باید از مزایای مقررات مطلوب استفاده کنیم. در ایران هنوز یک پایانه ویژه صادرات فرش وجود ندارد.

○ روند حرکت از بازارهای سنتی به بازارهای نو مثبت است. البته در برخی مواقع زیان‌هایی بروز می‌کند، اما این مزیت به وجود می‌آید که صدور فرش به چند بازار و برای سلیقه‌های مختلف صورت بگیرد.

■ روند حرکت از بازارهای سنتی به سوی بازارهای نورا چگونه پیش‌بینی می‌کنید؟

۱) این روند بسیار مثبت است. البته به اعتقاد من امکان دارد در این حرکت در برخی مواقع زیان‌هایی نیز باشد، ولی این مزیت به وجود می‌آید که از یک نقطه به چند نقطه جدید دستیابی پیدا می‌شود و صادرات فرش برای یک سلیقه خاص جای خود را به صادرات این کالا برای چند نوع سلیقه می‌دهد و تولید با این گرایش انجام می‌شود.

ممکن است این روند روی تجارت خارجی فرش در یک مقطع اثر منفی بگذارد و زمان فروش را طولانی‌تر کند، ولی در درازمدت منافع تحصیل شده، به مراتب بالاتر از منافع خواهد بود که از بازارهای سنتی حاصل می‌شود. نتیجه این رویکرد در سه سال آینده یک تحول در تجارت نوین تلقی می‌شود و احساس من این است که انشاءالله منافع و نتایج بسیار پربراری به ویژه در امر تولید فرش به همراه دارد.

در این رویکرد، دولت باید شرایط قانونی خاصی را برای تجاری که به سوی بازارهای جدید حرکت می‌کنند، در نظر بگیرد و در برخی مواقع بخشودگی‌هایی را برای آنها منظور کند. در ورود به بازارهای جدید، سطح کیفی تولید فرش و سطح کمی صادرات آن افزایش چشمگیری می‌یابد.

○ پیمان‌سپاری به خودی خود مشکلی برای صدور فرش ایران ندارد بلکه شرایط جانبی آن ایجاد اشکال می‌کند.

■ آیا پیمان‌ارزی مشکلاتی برای صادرات فرش دارد؟

۱) پیمان‌فی‌نفسه هیچ‌گونه مشکلی را برای صدور فرش ایران ندارد، بلکه شرایط جانبی است که مشکل ایجاد می‌کند. فرش یک سرمایه ملی است. پس تمامی منافع آن نیز به ملت تعلق دارد. دولت در ارتباط با فرش سرمایه‌گذاری ملی کرده است. پس در قبال این سرمایه‌گذاری باید از منافع آن نیز

نرود. دولت باید مازاد درخواست ارز مسافر از ۱۰۰۰ دلار را به قیمت آزاد در اختیار مسافر قرار دهد و نگذارد فرش ایران به دست مسافر خارج شود.

این موضوع مزیت‌هایی چون حفظ هویت فرش ایران و عرضه فرش ایران به قیمت واقعی به بازارهای جهانی را دربردارد.

ضمناً فرش ایران به نحو صحیحی به بازار عرضه می‌شود و عنان صدور به دست تجار واقعی سپرده می‌شود و تجار ایرانی مکلف می‌شوند، فرش را به قیمت‌های رسمی و به طور سازمان‌یافته در خارج عرضه کنند. در زمینه فرش همراه مسافر باید به این نکات توجه شود:

۱) فرش به عنوان یک کالای راهبردی در نظر گرفته شود و اجازه داده نشود همراه مسافر خارج گردد، مگر آنکه مسافر خارجی باشد و ارز در کشور خرج و فرش را با ارز خریداری کرده باشد.

۲- نیاز ارزی مسافران را تأمین کرد.

۳) به مسافرانی اجازه داد فرش همراه خود ببرند که برای نیاز شخصی خود این کالا را خارج می‌کنند. آن هم در حد یک قطعه کوچک فرش اجازه خروج داده شود.

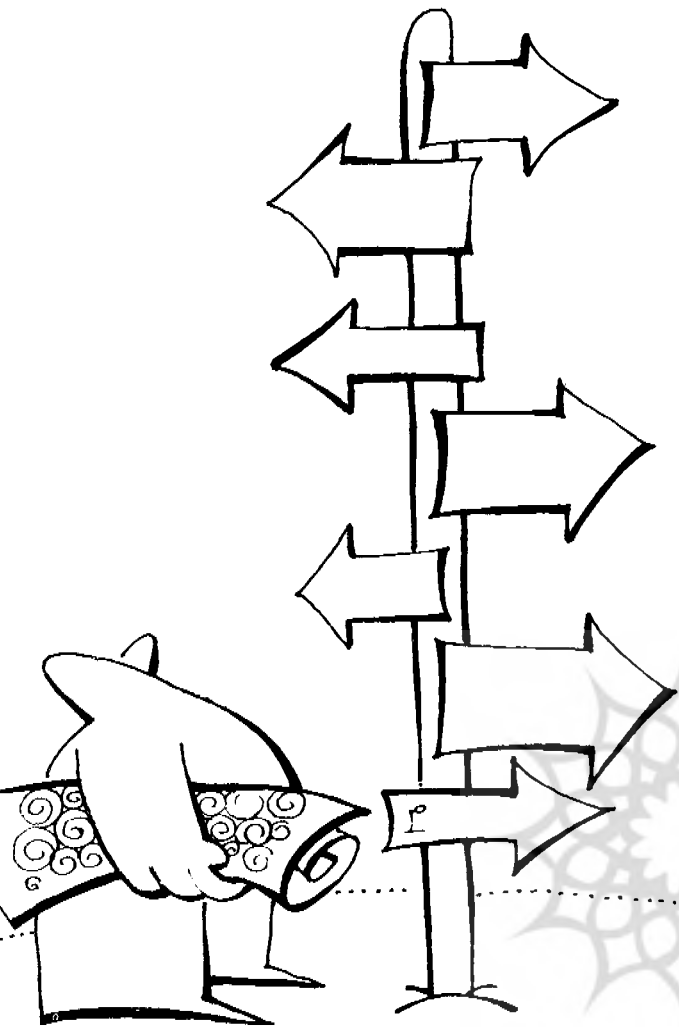
■ فرش ایران در بازارهای خارجی چه ویژگی‌هایی دارد؟

۱) تمام ویژگی‌های یک فرش که قابل تصور باشد، در فرش ایران نهفته است. در برخی کشورها مانند روسیه در حالی که در بخش‌هایی از آن کشور فرش‌بافی رواج دارد. اما در زمینه واردات فقط برای فرش ایران تسهیلاتی را در زمینه عوارض کمرکی و بخشودگی مالیاتی در نظر گرفته‌اند، زیرا معتقدند هیچ جای دنیا جز ایران تولید فرش معنا ندارد.

چنانچه به زندگی مردم روسیه نظر افکنیم، فرش‌های ایران را در آن پرنک مشاهده می‌کنیم. فرش‌های ۵۰ تا ۷۰ سال قبل ایران که در گذشته به روسیه رفته و هنوز در منازل مردم گسترده است. مردم روسیه از ویژگی‌های فرش ایران شناخت دارند. در بازارهای اروپایی نیز هر گاه از رنگ، طراحی و بافت فرش صحبت شود، آن را با طراحی و بافت ایران مقایسه می‌کنند.

مردم کشورهای جهان ابداع، خلاقیت‌ها، ابعاد و نوع تولید فرش را با فرش‌های ایران مقایسه می‌کنند.

البته در برخی مواقع خود ما به این‌گونه اصالت‌ها ضربه می‌زنیم و به مواد و امکانات تولید توجه نداریم.



استفاده کند. این حق دولت است، پیمان باید باشد و تمامی تجار باید متعهد باشند ارز حاصل از تجارت فرش را به کشور بازگردانند. البته باید شرایطی ایجاد شود که تجار بتوانند ارز حاصل از صادرات فرش را به کشور بازگردانند. این شرایط نیز در سایه دیدن هر کدام از بخش‌هایی است که قبلاً به آنها اشاره شده است.

باید با ایجاد یک سری از زمینه‌ها و شرایط، مقررات و تسهیلاتی ایجاد کرد تا زمان برگشت ارز حاصل از صدور فرش کوتاه‌تر شود، مثلاً فرش را با گشایش اعتبار و اسنادی صادر کرد، تشویق‌ها و تسهیلاتی برای آن در نظر گرفت. باید پیمان باشد و صادرات از طریق گشایش اعتبار (L.C) به صورت نقدی انجام پذیرد.

○ نباید ورود برخی کالاها در انحصار دولت باشد و کالاهایی که ارزش افزوده کمتری دارد به واردکنندگان بخش خصوصی اختصاص یابد. حتی بهتر است بخشی از نیازهای دولت نیز توسط بخش خصوصی وارد کشور شود.

■ آیا واردات ۲۹ قلم کالا در مقابل ارز حاصل از صادرات

فرش تکافو می‌کند؟

□ محدودیت ۲۹ قلم کالا ضرورتی ندارد، دولت باید به واردکننده اجازه دهد آنچه که نیاز است و واردات آن ممنوع نیست، از محل ارز حاصل از صادرات وارد کشور کند.

صادرکننده باید بداند با صادرات خود ارزی را استحصال کند که با آن ارز از مسیر دولت کالایی را وارد می‌کند که مصرف کشور را تأمین می‌نماید. کنترل واردات کالاها نیز باید زیر نظر دولت باشد تا واردات افزون بر تقاضا صورت نگیرد.

باید این انگیزه ایجاد شود که تجار تلاش کنند هر چه زودتر فرش را که صادر می‌کنند، به ارز تبدیل کنند و بهترین کالایی را که ارزش افزوده بیشتری دارد، بیاورند. این رقابت باید در تجار ایجاد شود که آنهایی که ارز را زودتر وارد کشور می‌کنند، کالایی را وارد کنند که منافع بیشتری دارد و تجاری که ارز را دیرتر واریز می‌کنند، کالایی وارد کنند که سود کمتری دارد.

ضمناً باید رقابت بین بخش دولتی و خصوصی را تا حدودی کمتر کرد. نباید ورود برخی کالاها فقط در انحصار

دولت باشد و بخشی از کالایی که ارزش افزوده کمتری دارد، به واردکنندگان بخش خصوصی اختصاص یابد. باید تعادل در این زمینه ایجاد شود و حتی بخشی از نیاز بخش‌های دولتی را بخش خصوصی وارد کند.

باید حداکثر جاذبه برای رقابت و اریز کردن ارز به بانک‌های داخلی و استفاده از شرایط و اریز ارز به وجود آید تا منابع ملی ایران به جای اینکه خارج از کشور بماند، به داخل کشور وارد شود.

■ چه میزان از سهم تجارت جهانی فرش به ایران

اختصاص دارد؟

□ خوشبختانه در سطح جهان سهم خوبی از تجارت جهانی فرش به ایران اختصاص دارد. به نظر می‌رسد حدود ۶۰ درصد تقاضای جهانی فرش از سوی ایران تأمین می‌شود. ضمناً کل

■ تولید فرش ماشینی چه لطماتی به فرش دستباف زده است؟ این فرش تا چه حد تقاضا برای فرش دستباف را در بازارهای داخلی و بین‌المللی تقلیل داده است؟

□ ایران ضمن آنکه بخشی از سهم خود در بازارهای جهانی را به دلایلی که ذکر شد، از دست داده است بازار بزرگی را نیز از دست داده است که همانا بازار مصرف فرش دستباف در داخل است. قبل از انقلاب اسلامی بخش عمده‌ای از فرش دستباف ایران ابتدا در داخل مصرف می‌شد و پس از دو تا پنج سال که فرش با اصطلاح «پا خورد» و تغییر رنگ داد و شکل کهنگی به خود گرفت، به فرش ارزشمندی تبدیل می‌شد که جنبه صادرات پیدا می‌کرد.

هم‌اکنون ضمن اینکه این بازار بزرگ از دست رفته است، سرمایه‌گذاری عظیمی روی فرش ماشینی صورت گرفته و در سال ۲۵ میلیون متر مربع فرش تولید می‌شود، مقدار خیلیی از این فرش صادر می‌شود و بقیه آن در داخل مصرف می‌شود که در واقع بخش عظیمی از مصرف داخلی را تأمین کرده است.

این فرش ماشینی بخش عظیمی از اشتغال در هنر صنعت فرش دستباف را نیز با خطر مواجه کرده است. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد، فرش ماشینی به ازای هر ۲۵۰۰ متر مربع فقط یک شغل در کشور ایجاد می‌کند ولی فرش دستباف به ازای هر ۴ متر مربع یک شغل ایجاد می‌کند.

ضمن آنکه در گذشته که وضعیت فرش مطلوب بوده است، این شغل یعنی بافندگی فرش دستباف برای کشور جنبه‌های اقتصادی داشته، ضمن آنکه یک شغل مکمل به حساب می‌آمده است نه یک شغل مستقل.

○ دولت باید تسهیلات بانکی برای خرید فرش به مردم بدهد و به این ترتیب امکان افزایش مصرف فرش دستباف در داخل کشور و فزونی دسترسی به فرش‌های نیمه‌کهنه برای صادرات را فراهم سازد.

در سال‌های قبل با استفاده مردم از فرش، آن را به مرز کهنگی می‌رساندند و صادر می‌کردند، ولی امروز با انجام هزینه‌های جانبی باید فرش را به مرز کهنگی رساند و صادر کرد. به عبارت دیگر قیمت تمام‌شده کالای ما در حال افزایش است و این امر قدرت رقابت را از دست تجار ایرانی در بازارهای خارجی می‌گیرد و مزیت‌های نسبی فرش ایران را کاهش

عوامل تجارت فرش نیز ایرانی می‌باشند. اگر چین رقیب فرش ایران در بازارهای جهانی شده است، عامل فروش فرش این کشور، ایرانی است. ۹۰ درصد تجارت جهانی فرش در دست ایرانی‌ها است.

اگر یک سازماندهی خوب به همراه جهت‌دهی مناسب در خصوص خط و ربط دادن به تجارت فرش داشته باشیم، می‌توان به مرور جای پای فرش ایران را در بازارهای جهانی تقویت و رقبا را به طور قطع از بازار حذف کرد.

کشورهای صاحب فرش مانند چین که رقیب فرش ایران محسوب می‌شوند، از نظر اجرایی هنوز جای پای در بازارهای جهانی ندارند. کشور چین شرایطی را به وجود آورده است که فرش خود را به دست تجار ایرانی به بازارهای جهانی عرضه می‌کند. اگر همین شرایط را دولت برای تجار ایرانی ایجاد کند و فاصله‌ای بین تجار ایرانی با سایر کشورها ایجاد نماید و تجار ایرانی را با بخش تولید فرش ایران نزدیک کند، قطعاً چین و دیگر کشورها هیچ‌گونه خطری برای فرش ایران نخواهد بود.

○ ۹۰ درصد تجارت جهانی فرش در دست بازرگانان ایرانی است. اگر سازماندهی مناسبی در این زمینه صورت بگیرد، می‌توان به مرور جایگاه فرش ایران را در بازار جهانی تقویت و رقبا را حذف کرد.

■ چرا بازار ژاپن از دست تجار فرش ایران خارج شده است؟

□ بازار ژاپن هم‌اکنون از دست ایران خارج شده است. البته علت، آن نیست که این بازار متقاضی فرش ایران نیست، بلکه تجاری که ایران در بازار ژاپن داشته است، از فروش فرش ایران دست کشیده و به فرش چین روی آورده‌اند.

در بازار ژاپن باید قیمت تثبیت‌شده‌ای را ارایه داد و قیمت‌ها را برای یک مقطع زمانی مشخص ثابت نگه داشت. فرش ایران عاری از این امتیاز است، ولی دیگران می‌توانند این نمایش‌ها (مانورها) را روی فرش تولیدی خود و فروش آن در بازار ژاپن انجام دهند.

کشورهای دیگر توسط عوامل ایرانی از این مزیت‌ها حداکثر استفاده را می‌کنند. باید این شرایط را برای تجار ایرانی فراهم آورد تا بازار ۴۰۰ میلیون دلاری ژاپن را تحت تسلط خود درآوریم.

در این رهگذر باید مانند گذشته فرش از سوی بانک‌ها همچون طلا تلقی شود و مانند یک کالای راهبردی، بانک‌ها روی آن وام بدهند.

■ تبلیغات فرش ایران در بازارهای خارجی در حال حاضر

در چه وضعیتی است؟

لا برای حضور در بازارهای جهانی لازم است حضور امروز استمرار یابد. باید بازار تقاضا، فرش ایران را بشناسد و اقتدار وجود این کالا در بازارهای جهانی ثابت شود. این امر باید به کمک دولت محقق گردد.

دولت باید تجار فعال در خارج از کشور را شناسایی کند و برای آنها یک پوشش قانونی مهیا کند. تا خیال تاجر در بازارهای خارجی آسوده باشد. کشورهای مختلف این را محقق کرده‌اند.

این موضوع هنوز از سوی وزارت امور خارجه و سفارتخانه‌های ایران ایجاد نشده است. هنوز مشاهده نشده است که یک سفارتخانه ایرانی حداقل اطلاعات بازار آن کشور در رابطه با فرش را به ایران و به صادرکنندگان ارسال دارد. هزینه حضور فیزیکی در خارج از کشور به قدری بالاست که یک صادرکننده قادر به تأمین آن نیست. پس دولت در این زمینه باید صادرکنندگان را یاری دهد.

دولت نباید بخشی از هزینه صادرات فرش را صرف سرمایه‌گذاری در امر تجارت خارجی نماید. وجود وابستگی اقتصادی وزارت امور خارجه می‌تواند انواع اطلاعات مورد نیاز صنعت فرش و یا صنایع دیگر را به ایران ارسال دارد و حتی وزارت امور خارجه می‌تواند این اطلاعات را به صادرکنندگان بفروشد. این وابستگی بازرگانی می‌تواند با تجار ایرانی در خارج از کشور، نشست داشته باشند و با بررسی نیازهای آنان تصویر روشنی از تجارت جهانی و مزایا و معایب قوانین و مقررات هر کدام از این کشورها در مقایسه با یکدیگر را روشن سازند.

برای رسیدن به این امر باید از منافع زودگذر دست کشید و منافع بلندمدت را در نظر گرفت.

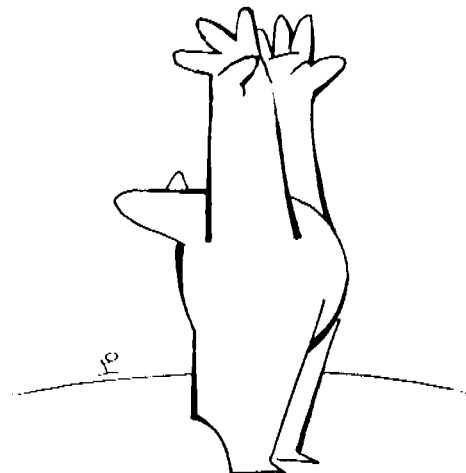
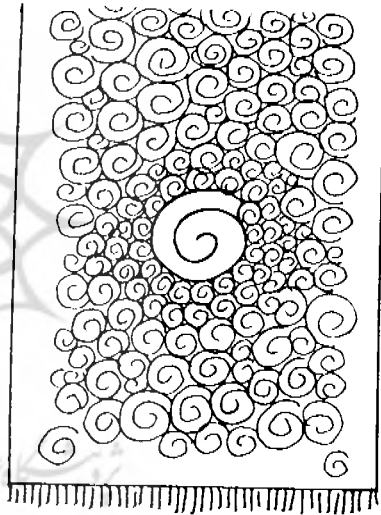
○ شرایط اقتصادی بازارهای فرش جهان مورد توجه مسئولان چینی می‌باشد و آنها این اطمینان را به تولیدکنندگان می‌دهند که با اعمال میزان تورم جهانی، قیمت پایه فرش در سه سال آینده را تثبیت کنند.

می‌دهد.

به نظر می‌رسد در این زمینه باید سیاست‌هایی را اعمال کرد. به گونه‌ای که فرش‌های ماشینی الزام داشته باشند. به حدی برسند که فقط صادرات داشته باشند و داخل کشور مصرف نشوند.

دولت باید بخشی از تسهیلات بانکی را به سمت خرید فرش از سوی مردم هدایت نماید و در زمینه اعطای وام‌های خرید فرش به مردم تخفیفاتی بدهد.

رسانه‌ها و صدا و سیما باید فرش ایران و ویژگی‌های آن را به مردم معرفی نمایند و فروشندگان فرش نیز فرش را به قید ضمانت بفروشند تا اگر مردم فرش خود را بخواهند پس بدهند. با خیال راحت آن را پس بدهند و فرش را در حقیقت یک سرمایه تلقی کنند.



■ چرا کشور چین توانسته است رقیب فرش ایران شود؟

□ تمامی ویژگی‌های فعالیت چین در بازارهای خارجی، دریافت تقاضای یک تا دو سال آینده و ارایه قیمت پایه است. این مهمترین دلیلی است که چین توانست جای ایران را در این برهه در بازار جهانی فرش تسخیر کند.

شرایط اقتصادی بازارهای فرش جهان به قدری مورد توجه دست‌اندرکاران فعال در امور اقتصادی است که این اطمینان را به تولیدکننده چینی می‌دهد تا با اعمال نرخ تورم جهانی بتواند قیمت پایه فرش را تا سه سال بعد تثبیت کند. در این میان تکلیف متقاضی و فروشنده فرش روشن خواهد بود. متأسفانه چون این شرایط برای فرش ایران وجود ندارد، تاجر مجبورند فرش را زمان‌دار و به صورت امانی به فروش رسانند. ولی تاجر چینی ابتدا پول را دریافت می‌کنند، فرش را تولید و سپس آن را به بازار عرضه می‌کنند. مشتری خارجی آمادگی پرداخت پول به تاجر ایرانی را دارد، ولی این تضمین وجود ندارد که مثلاً فرش تبریز را با توجه به نرخ مبنای امروز و با احتساب نرخ رشد تورم جهانی بتوانیم به فروش برسانیم. باید دولت و سیستم بانکی قراردادهای فروش را تضمین کنند و این تضمین را به فروشنده ایرانی بدهند که هیچ‌گونه مخاطره‌ای را در فروش نپذیرند.

با اعمال این شیوه، تولیدکننده و تاجر با خیال راحت فرش را صادر می‌کنند. تاجر چینی برای دو سال آینده فرش می‌فروشند، ولی تاجر ایرانی برای تولید انجام شده، مشتری پیدا می‌کنند. تاجر ایرانی همواره با خواب سرمایه مواجه هستند، اما تاجر چینی با سرمایه‌های بازار جهانی فعالیت می‌کنند.

امروزه آن کس موفق است که بتواند از منابع مالی بدون هزینه متقاضیان، استفاده کند.

■ محدودیت‌های فرش ایران در بازارهای بین‌المللی را ذکر فرمایید. آیا این اتحادیه توانسته است بازارهای جدید را تجربه کند؟

□ یکی از محدودیت‌های فرش ایران تولید و عرضه سنتی است. به دیگر سخن چرخه کامل فرش ایران گرفتار یک جریان غیرعلمی و سنتی است. امروز تجارت فرش در بازارهای جهانی به سوی علم محض پیش رفته است. کسانی که علم مدیریت بازار، بازاریابی، بازرگانی و تجارت جهانی دارند می‌توانند از مزیت‌هایی که در بازارها وجود دارد، استفاده کنند. این اتحادیه توانسته است بازار سنتی و شیوه قدیمی ارایه

محصول به بازارهای مشخص را برهم زند و میدان عمل خود را از اروپا به تمامی بازارهای موجود فرش در جهان توسعه دهد.

○ در سال جاری، تجارت فرش اتحادیه مرکزی فرش دستباف روستایی ایران ۲۰ تا ۳۰ درصد افزایش می‌یابد و به ۴۰۰ میلیارد ریال خواهد رسید.

این اتحادیه در کشورهای کانادا، لبنان، اندونزی و آفریقای جنوبی، تشکیلات تجاری و دفاتر بازرگانی دارد.

علاوه بر این کشورها، در کشورهای روسیه، انگلستان، یونان، سنگاپور، ایتالیا و قبرس نیز مقدمات فعالیت فراهم شده است.

در گذشته اتحادیه ۱۰ درصد تولیدات فرش روستاییان را خود صادر می‌کرد و ۹۰ درصد آن را به تاجر بخش خصوصی می‌فروخت. تاجر نیز ۸۰ درصد تولیدات روستاییان تحت پوشش اتحادیه را صادر می‌کردند و ۱۰ درصد بقیه را در بازار داخلی به فروش می‌رساندند.

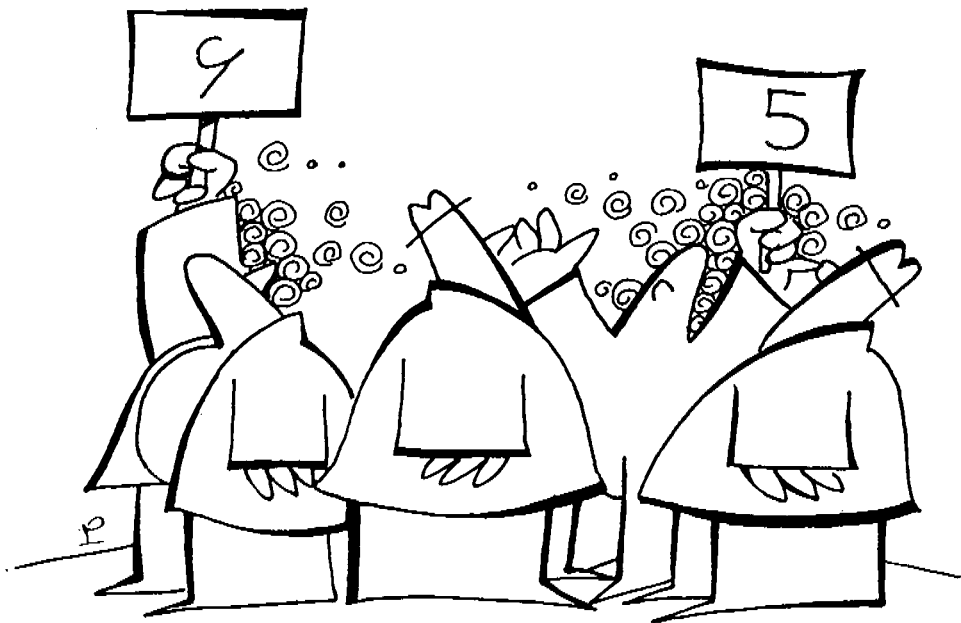
■ برای گسترش فعالیت‌های بین‌المللی و توسعه صدور فرش به بازارهای خارجی چه سیاست‌هایی را اجرا کرده‌اید؟

□ برای اینکه نتایج قدم‌های برداشته شده در امر تولید متجلی شود، فعالیت در بخش بازرگانی خارجی توسعه یافت. در این زمینه با بازار تقاضا ارتباط مستقیم برقرار شد و انتظارات بازار به بخش تولید منعکس شد. در نتیجه سهم ۱۰ درصدی از فرش‌های تولیدی که اتحادیه صادر می‌کرد، امروز رو به افزایش است. در این شیوه کار، سرمایه‌گذاری در خارج از کشور به سه صورت در حال انجام است.

۱- کل سرمایه‌گذاری متعلق به اتحادیه است.
۲- سرمایه‌های تاجر با سابقه و خوشنام که منافع ملی را به منافع فردی ترجیح می‌دهند، مکمل سرمایه اتحادیه می‌شود و در واقع به صورت مشارکت با این تاجر در بازارهای جهانی حضور پیدا می‌کنیم.

۳- به کارگیری کامل سرمایه بخش خصوصی با اعطای نمایندگی فروش انحصاری.

در این روش اتحادیه بدون آنکه خود سرمایه‌گذاری کند، سودی را برای اعضای اتحادیه دریافت می‌دارد و ارتباط اتحادیه نیز با بازارهای تقاضا برقرار می‌شود. به کارگیری



■ لطفاً اتحادیه مرکزی فرش دستباف روستایی ایران وابسته به جهاد سازندگی را معرفی فرمایید.

□ وظیفه اتحادیه حمایت و پشتیبانی از تولیدکنندگان روستایی است. از جمله وظایفی که در اتحادیه مرکزی فرش دستباف روستایی ایران در سرلوحه مسئولیت‌های کلی است، تأمین مواد اولیه مرغوب و تدارک و توزیع آن بین تولیدکنندگان فرش در روستاها می‌باشد. با کمک دولت و با سرمایه‌گذاری سالانه ۲۰۰ میلیارد ریال، مواد اولیه و ابزار کار از طریق اتحادیه در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌گیرد.

علاوه بر مواد اولیه، رنگ، پشم و دیگر موادی که در فرش استفاده می‌شود، در زمینه طراحی و ارائه نقشه‌های بدیع و نو سرمایه‌گذاری‌هایی انجام گرفته است که این امر برای تأمین نیاز متقاضیان فرش ایران در بازارهای جهانی، مهم است.

علاوه بر آن برنامه‌ریزی تولید فرش نیز به‌عهد اتحادیه است. در این زمینه هماهنگی بین بازار تقاضا و تولید ایجاد می‌شود تا تولید در جهت نیاز بازار صورت گیرد. این خدمات از سوی اتحادیه مرکزی درخصوص ۱۸ اتحادیه استانی صورت می‌گیرد. اتحادیه مرکزی در مجموع ۲۵۰ تعاونی روستایی با قریب به ۵۰۰ هزار بافنده را در سراسر ایران پوشش می‌دهد.

بازاریابی و توسعه بازرگانی خارجی از جمله فعالیت‌هایی است که در دستور کار اتحادیه مرکزی قرار دارد و با دقت دنبال می‌شود و نتایج مثبتی نیز حاصل شده است. اتحادیه سالانه ۱۰۰۰ میلیارد ریال فرش تولید می‌کند.

سرمایه تجار خوشنام همچنین اعطای نمایندگی انحصاری به آنان، محدودیت منابع مالی اتحادیه را از بین می‌برد.

■ سال ۷۵ چه میزان صادرات توسط اتحادیه مرکزی فرش دستباف روستایی ایران صورت گرفت و سال ۷۶ چه میزان پیش‌بینی می‌شود؟

□ ارزش کل تجارت فرش این اتحادیه ۱۰۰ میلیارد ریال بوده است که اگر به قیمت پایه ارزی کشور تقسیم شود، عملکرد ارزی اتحادیه را روشن می‌سازد. امسال نیز اتحادیه درصدد است با یک رشد ۲۰ تا ۳۰ درصدی صادرات خود را ادامه دهد.

البته اگر تسهیلات و امکاناتی که از مقام محترم ریاست جمهوری درخواست شده است، در اختیار اتحادیه قرار گیرد، بنیه مالی آن بالا می‌رود و عملیات تجارت خارجی گسترده‌تر خواهد شد. با دریافت این تسهیلات پیش‌بینی می‌شود تا ۵۰ درصد تولیدات اتحادیه صادر شود و یا ارزش تجارت فرش اتحادیه به ۴۰۰ میلیارد ریال افزایش می‌یابد.

این اتحادیه از دولت تسهیلات بانکی (وام) درخواست کرده است که فقط در بخش تجارت خارجی به کار گرفته شود. البته تا امروز این اتحادیه فقط از سرمایه خود در بخش تجارت خارجی استفاده کرده و حتی یک ریال تسهیلات دولتی دریافت نکرده است.

آنچه که دولت به اتحادیه کمک کرده، در بخش تولید و خرید مواد اولیه به کار رفته است.

○ تجدیدنظر در مقررات صادرات فرش، تخصیص منابع بانک‌ها و صندوق ضمانت صادرات، رایه تسهیلات اعتباری برای گسترش رقابت، گسترش فعالیت نمایندگی‌های وزارت خارجه در امر اطلاع‌رسانی، ایجاد نظام اطلاع‌رسانی به‌هنگام و دوره‌های آموزش عالی بازاریابی، از راهکارهای مناسب برای گسترش صادرات فرش است.

سایر بخش‌هایی که دارای اطلاعات بازار جهانی فرش هستند و یا اطلاعاتی در اختیار آنها قرار می‌گیرد، این اطلاعات را از دیگر بخش‌ها کتمان نکنند. این امر به توسعه تجارت خارجی فرش لطمات زیادی می‌زند.

ایجاد سیستم اطلاع‌رسانی به‌هنگام در تجارت فرش ضروری است. این اطلاعات باید در یک نقطه جمع شود و به تجار صادرکننده فرش فروخته شود.

ایجاد دوره‌های آموزش عالی در زمینه بازاریابی و شناخت بازارهای جدید فرش از سوی دولت، توجه و آگاهی از توان اقتصادی کشورهای خریدار فرش ایران، تحولاتی که در جهت تغییرات تقاضای بازار جهانی فرش ایجاد می‌شود، آگاهی از قوانین و مقررات کشورهای خریدار فرش ایران، آشنایی با شرایط رقابتی فرش ایران، آشنایی با مقررات بیمه و مالیات کشورهای واردکننده فرش ایران از جمله مواردی است که دولت باید روی آن برنامه‌ریزی کند.

انتقال بازار کلان فرش از خارج به داخل کشور نیز اهمیت دارد.

نمایشگاه فرش تهران باید تقویت شود و تجار خارجی فرش ایران را به داخل کشور جلب نماید تا هزینه‌ها کاهش یابد. در این زمینه باید روادید به راحتی برای تجار خارجی صادر شود و خدمات عمومی در سطح استاندارد در داخل کشور از جمله هتل و نقل و انتقال مناسب به آنها رایج شود.

در زمینه صدور روادید باید به تجار با اعتبار ایرانی اعتماد کرد و روی دعوتنامه آنها برای تجار خارجی فوراً روادید صادر شود.

سازماندهی مناسب در امر تجارت خارجی فرش باید انجام شود. باید تجارت خارجی فرش مبتنی بر یک اساس و اصول

سرمایه‌گذاری موفقی که دولت در امر فرش در زمینه تأمین مواد اولیه و پشتیبانی از تولید به عمل آورده است، این توفیق را به اتحادیه مرکزی فرش دستباف روستایی داده است که سرمایه‌گذاری ۲۰۰۰ میلیارد ریالی دولت در امر تولید به یک ارزش افزوده ۵ برابر تبدیل شود و محصولی معادل ۱۰۰۰۰ میلیارد ریال تحویل بازارهای داخلی و خارجی شود.

این اتحادیه در بخش تولید به وظایف خود به‌خوبی عمل می‌کند و علاوه بر این، همسویی بین بخش تولید و بازرگانی ایجاد کرده است.

این موضوع باعث می‌شود تولید این اتحادیه جهت‌دار باشد و هر چه زودتر به پول تبدیل شود تا چرخه تولید فعال‌تر شود.

■ اتحادیه مرکزی فرش دستباف روستایی ایران در مقابل ارز حاصل از صادرات خود چه کالاهایی را وارد می‌کند؟

□ اولویت اول این اتحادیه مواد اولیه مورد نیاز تولیدکنندگان فرش تحت پوشش اتحادیه است.

مازاد ارز حاصل از صادرات فرش صرف واردات کالاهایی می‌شود که بخش‌های تولیدی کشور در سایر قسمت‌ها نیاز دارند. البته در این زمینه بخش‌های صنعتی که زیر نظر وزارت جهاد سازندگی هستند، اولویت دارند.

■ توصیه‌های شما به دولت در زمینه ایجاد رونق بازار صادرات فرش چیست؟

□ دولت باید در سیاست‌های مقرراتی خود تجدیدنظر جدید کند. باید سمت و سوی مقررات در جهت صادرات کالای غیرنفتی و طبیعتاً فرش باشد و ثبات در این مقررات مدنظر باشد.

بانک‌ها باید مکلف شوند بخشی از منابع خود را صرف صادرات نمایند و صندوق ضمانت صادرات باید تقویت شوند. رایه تسهیلات برای رقابت داخلی نسبت به رقابت‌های خارجی باید متفاوت باشد و کارمزد ۲۵ درصد برای تسهیلات صادراتی به‌هیچ‌وجه قابل قبول نیست و فرش آنقدر سودزا نمی‌باشد.

دولت تسهیلات بانکی با کارمزد ارزان‌تر به صادرکنندگان واقعی بدهد. وزارت امور خارجه و نمایندگی‌های این وزارتخانه در خارج از کشور در امر اطلاع‌رسانی به تجار صادرکننده کوشش نمایند و از تجاری که در بازارهای خارجی فرش فعال هستند حمایت و پشتیبانی شود. این موضوع هیچ هزینه‌ای برای وزارت امور خارجه و دولت نخواهد داشت.

کوتاه مدت رقابت کنند، سپس وقتی رقبا از صحنه عقب رانده شدند، میدان فعالیت در بلندمدت بیشتر شود.

○ با گسترش مصرف فرش ماشینی در داخل کشور، بازار فرش های دست دوم صادراتی از بین رفته است. امروزه برای صادراتی کردن فرش، هزینه های جانبی به منظور کهنه نشان دادن آن باید انجام شود. در نتیجه قیمت تمام شده فرش در حال افزایش است.

■ توصیه های شما به تجار صادرکننده فرش چیست؟

□ - تجار صادرکننده فرش باید تلاش کنند بازار را توسعه دهند و باید خرج کنند تا درآمد داشته باشند.

- تبلیغات را همواره مد نظر قرار دهند و تلاش نمایند فرهنگ تبلیغات را لازمه کار خود نمایند.

- باید روی اصالت های تولید و ارزش های تولید پافشاری کنند. تجار صادرکننده فرش و تولیدکنندگان باید به رنگ، مواد و طراحی توجه زیادی داشته باشند.

- تجار باید به این امر توجه کنند که بخشی از مزیتی که در اثر تولید فرش از سوی تولیدکنندگان به آنان تعلق می گیرد، را به تولید برگردانند. به دیگر سخن تجار صادرکننده فرش باید خود را جزو لاینفک زنجیره تولید و بخش تولید بدانند و بخشی از سود حاصله را نصیب تولیدکننده کنند.

- منافع درازمدت را به منافع کوتاه مدت و گذرا ترجیح دهند و حضور با منفعت کم ولی درازمدت را به حضور پر منفعت ولی گذرا ترجیح دهند.

- تجار صادرکننده فرش باید مقداری از منافع خود را صرف ایجاد بازار آینده کنند. باید از سنتی عمل کردن پرهیز کنند و به سمت توسعه بازار حرکت و بازارهای جدید را ولو با استفاده کم تجربه کنند. در این زمینه دولت باید تخفیف هایی را برای این گونه تجار قایل شود.

- تجار صادرکننده فرش باید در بازارهای بین المللی یک رقابت سالم داشته باشند و کالاهای خود را به بازارهای خارجی ببرند و در محیطی بدون حب و بغض به رقابت بپردازند.



باشد تا صادرکنندگان خود را با قوانین و مقررات و ضوابط وفق دهند و رقابت های ناسالم از میان برود.

ایجاد سیستم ارزیابی برای تجار صادرکننده فرش، به طوری که تجار به نحو مطلوب به تجارت خارجی فرش بپردازند و تجاری که در کار صادرات فرش ناموفق هستند تنبیه شوند و از رده تجارت خارجی فرش خارج شوند، ضرورت دارد.

تا حد ممکن انبارهای فرش خارج از کشور باید به داخل کشور انتقال یابد. این امر هزینه ها را کاهش می دهد و سیاست تجارت خارجی فرش اداره می شود و به داخل کشور انتقال می یابد.

دولت باید شرایط فعالیت رقابتی فرش ایران در بازارهای خارجی را به دقت زیر نظر بگیرد و شرایطی را برای تجار فرش در بازارهای خارجی ایجاد کند، تا آنها بتوانند ابتدا در