

# صادرات سنگ‌های تزئینی و نما در پایان برنامه سوم به بیش از ۴۰۰ میلیون دلار می‌رسد

اشاره:

ذخایر زیرزمینی و معدنی ایران از تنوع و وفور برخوردار است. اما این ثروت ارزشمند نیاز به برنامه‌ریزی جامع و مدون برای بهره‌برداری دارد. برنامه‌ریزی که بتواند حداکثر ارزش افزوده را برای اقتصاد کشور به ارمغان آورد، نیازمند سرمایه‌گذاری و به‌کارگیری فناوری روز و پیشرفته است تا ضمن تأمین ارزش افزوده قابل قبول برای اقتصاد ملی، ایجاد درآمد ارزی مناسب و فرصت‌های اشتغال جدید بنماید.

ذخایر پایه سنگ‌های تزئینی و نمای ایران حدود ۲ میلیارد تن برآورد می‌شود که تاکنون ۶۰۰ میلیون تن آن به انبیا رسیده است. با وجود آنکه ایران در ردیف ده کشور عمده دارای ذخایر غنی سنگ‌های تزئینی و نما به حساب می‌آید، اما در تجارت جهانی آن سهم درخور توجهی ندارد و این در حالی است که بخش قابل توجهی از سنگ‌های صادراتی ایران به صورت خام به بازارهای جهانی عرضه می‌شود و بخش قابل توجهی از ارزش افزوده فرآوری سنگ نصیب کشورهایی می‌شود که با بهره‌گیری از فناوری روز کالاهای موردپسند بازار را تولید می‌کنند. با این وصف برای کسب حداکثر منافع قابل حصول نیازمند بهره‌گیری از سرمایه‌گذاری و فناوری روز دنیا هستیم.

در خصوص موقعیت ذخایر و صنعت سنگ‌های تزئینی و نمای ایران و شرایط حصول به موقعیتی برتر در این زمینه، خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» با آقای مهندس علی یزدانی، قائم مقام معاون معدنی و بهره‌برداری وزارت صنایع و معادن گفت‌وگویی دارد که با هم می‌خوانیم.

**■ ذخایر پایه یا میزان ذخایر  
قطعی سنگ‌های تزئینی کشور چه  
میزان است؟**

□ ذخایر پایه سنگ‌های تزئینی و نمای کشور نزدیک به یک میلیارد و ۹۰۰ میلیون تن است. ولی ذخایر قطعی سنگ در ایران نزدیک به ۶۰۰ میلیون

تن می‌باشد.

بیشترین ذخایر پایه سنگ ایران عبارتند از: سنگ مرمریت حدود ۷۸۰ میلیون تن، سنگ چینی حدود ۵۱۵ میلیون تن، سنگ مرمر حدود ۲۹۸ میلیون تن، سنگ گرانیت حدود ۱۹۰ میلیون تن و سنگ تراورتن حدود ۹۰

میلیون تن.

**■ ذخایر سنگ تزئینی ایران در  
چه مناطقی قرار دارند؟**

□ ذخایر سنگ‌های تزئینی و نمای ایران در اکثر استان‌های کشور وجود دارد. موقعیت زمین‌شناسی این وضعیت را در ایران به وجود آورده است.

۱۳۷۴ آغاز شد، مجموع تولید سنگ‌های تزئینی و نما بیش از ۲۳ میلیون تن ثبت شد.

متوسط رشد تولید در برنامه دوم نسبت به برنامه اول کمی بیش از ۳ درصد بود.

**■ در سومین برنامه توسعه اقتصادی کشور در خصوص معادن و بهره‌برداری از سنگ‌های تزئینی در برنامه بر چه مواردی تأکید شده است؟**

□ برنامه سوم توسعه تأکید بیشتر بر روی کیفیت امور دارد و زمینه‌های آموزش و تقویت نظارت در ارتباط با افزایش بهره‌وری در معادن به صورت جامع و عام در این برنامه از اهمیت زیادی برخوردار است.

□ در این برنامه افزایش کمی از نظر تعداد معادن نیز مدنظر برنامه‌ریزان است.

□ در برنامه سوم توسعه، روی بخش اکتشاف سرمایه‌گذاری جدی‌تری نسبت به دو برنامه قبل شده است. هر اندازه در امر اکتشاف سرمایه‌گذاری شود، به همان میزان معادن بیشتری شناسایی خواهد شد و مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد.

□ در برنامه سوم توسعه، بحث ایمنی، رعایت مسایل زیست‌محیطی در معادن و فرآوری تولیدات واحدهای معدنی به‌ویژه واحدهای سنگ از اهمیت بالایی برخوردار است.

□ در این برنامه تسهیلات زیادی در قالب تبصره ۱۱ پیش‌بینی شده است، در همین حال به واحدهای فرآوری سنگ وام ارزی اعطا خواهد شد.

□ در برنامه سوم توسعه، تسهیلات خوبی در ارتباط با مجموعه بخش معادن و به‌ویژه بخش سنگ برای واحدهای فرآوری در نظر گرفته شده است تا این واحدها اصلاح و بهسازی شوند.

میزان رشد با توجه به میزان ذخایر، مطلوب نیست.

□ اگر بتوان در ارتباط با بازاریابی در خارج از کشور موفق‌تر عمل کرد، به یقین میزان تولید افزایش چشمگیری خواهد یافت.

**■ تولید از معادن سنگ کشور با چه روش‌هایی صورت می‌گیرد؟**

□ در اکثریت مطلق ۵۳۲ معدن فعال کشور در سال ۱۳۷۸ با روش پیشرفته و طبق اصول فنی، استخراج صورت می‌گیرد. البته همان‌طور که گفته شد، تا پایان امسال این تعداد معادن فعال به ۶۱۸ معدن بالغ می‌شود. در این معادن استفاده از مواد ناریه ممنوع است و معدن‌کاران مکلف به استفاده از دستگاه‌های سیم برش الماسه و روش پیشرفته و فنی هستند.

□ در برخی از معادن سنگ‌های تزئینی که معادن «سخت» محسوب می‌شوند (گرانیت) از مواد ناریه به صورت کنترل شده و محدود استفاده می‌شود. اما در ادامه کار استفاده از سیم‌برش الماسه تأکید شده است.

□ در جداسازی سنگ از معادن سنگ تزئینی سخت و متراکم به‌طور اصولی از مواد ناریه استفاده می‌شود. این امر در تمامی دنیا متداول است.

□ در معادن مرمریت و تراورتن فقط از دستگاه‌های سیم‌برش الماسه استفاده می‌شود.

**■ میزان تولید سنگ‌های تزئینی در برنامه‌های اول و دوم توسعه را اعلام فرمایید.**

□ میزان تولید سنگ‌های تزئینی و نما در برنامه اول توسعه ۲۹ میلیون و ۵۵۲ هزار و ۳۶۸ تن بود.

□ تولید سنگ‌های تزئینی در سال ۱۳۷۳ به حدود ۵ میلیون و ۳۸۶ هزار تن رسید. در برنامه دوم توسعه که از سال

بیشترین پراکندگی سنگ‌های تزئینی و نمای ایران در استان‌های خراسان، اصفهان، یزد، آذربایجان غربی، فارس و لرستان و کمترین تعداد معادن سنگ‌های تزئینی در استان‌های ایلام، بوشهر، خوزستان، قزوین و گلستان می‌باشد.

**■ سنگ‌های تزئینی و نما در ایران از نظر کیفیت و مرغوبیت در چه حدی است و آیا قابل مقایسه با سنگ‌های کشورهای صاحب‌نام دنیا در این زمینه هستند؟**

□ ایران مجموعه‌ای از زیباترین سنگ‌های تزئینی را دارد. تنوع رنگ سنگ‌های تزئینی ایران شهرت جهانی دارد، طوری که مرمریت‌های الوان ایران در جهان مشهور است.

□ در زمینه سنگ‌های چینی و گرانیت، نمی‌توان با کشورهای صاحب این نوع سنگ‌ها رقابت کرد. سنگ‌های چینی ایتالیایی به قدری زیبا است که سنگ‌های ایران نمی‌توانند با آنها رقابت کنند. در ایتالیا سنگ‌های چینی را «ماربل» می‌نامند.

□ مرمریت و تراورتن ایران در دنیا شهرت خاصی دارد و در بین کشورهای صاحب سنگ، حرفی برای گفتن دارد.

**■ تولید سنگ‌های تزئینی و نما در سال جاری چه میزان خواهد بود؟**

□ پیش‌بینی می‌شود در سال جاری میزان تولید سنگ‌های تزئینی و نما با ۵ درصد افزایش نسبت به سال ۱۳۷۸ به ۷ میلیون و پانصد هزار تن بالغ شود.

□ این میزان تولید از بیش از ۶۱۸ معدن فعال سنگ‌های تزئینی است که برخی از آنان تا پایان امسال تجهیز می‌شوند.

□ عملکرد شش ماهه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل یک افزایش ۶ درصدی را نشان می‌دهد. به نظر می‌رسد این روند تا پایان سال حفظ شود. این

میزان تولید در طول برنامه سوم توسعه بالغ بر ۴۰۰ میلیون تن خواهد بود. میزان صادرات نیز با تدابیری که اندیشیده شده است، از ۳ درصد تولید به ۱۰ درصد خواهد رسید.

**چند واحد سنگبری و فرآوری سنگ در کشور وجود دارد؟ این واحدها چه برنامه‌هایی را دنبال می‌کنند؟**

□ در ایران بیش از ۵۰۰۰ واحد سنگبری و فرآوری سنگ وجود دارد. با این حال متأسفانه سهم صادرات سنگ ایران نسبت به تولید فقط ۳ درصد است.

اشکال اصلی این است که امروزه در جهان روش‌های فرآوری سنتی جوابگو نیست. باید از روش‌های پیشرفته فرآوری سنگ استفاده کرد تا بازارهای بیشتری را به دست آورد.

آمار نشان می‌دهد صادرات سنگ خام ایران بیشتر از سنگ‌های فرآوری شده است. علت نیز این است که کشورهای متقاضی سنگ ایران، سنگ‌های فرآوری شده ایران را قبول ندارند، زیرا واحدهای فرآوری سنگ نمی‌توانند مطابق استانداردهای موردنظر خریداران سنگ در بازارهای جهانی به تولید بپردازند.

خریداران سنگ، سنگ خام را از ایران خریداری می‌کنند، سپس در واحدهای فرآوری‌شان آنها را به اندازه‌های موردنیاز به صورت تایل یا اسلب درآورده و به قیمت بالاتری به فروش می‌رسانند.

یکی از برنامه‌های وزارت صنایع و معادن در طول برنامه سوم، اصلاح، بهسازی و نوسازی خطهای موجود

واحدهای فرآوری سنگ کشور است تا در این رهگذر بتوان سرعت صادرات سنگ خام را کاهش داد و به صدور سنگ‌های فرآوری شده پرداخت.

تا امروز بیش از ۲۰۰ واحد فرآوری سنگ در سراسر ایران درخواست اصلاح و نوسازی خط تولید را به وزارت صنایع و معادن ارسال کرده‌اند. البته برخی از این واحدها در نظر دارند خط

**○ با انتشار «اطلس سنگ» معادن سنگ ایران به جهانیان معرفی می‌شود. قرار است این اطلس منطبق با استانداردهای جهانی در فرادماه سال آینده منتشر شود.**

تولید جدید مطابق با فناوری روز به کشور وارد کنند.

**میزان صادرات سنگ‌های تزئینی در طول برنامه دوم توسعه را اعلام فرمایید.**

در برنامه دوم توسعه، مجموع صادرات سنگ تزئینی کار شده و کار نشده به میزان ۸۰۶ هزار تن به ارزش ۱۶۸ میلیون دلار بود. به طور متوسط سالانه حدود ۳۴ میلیون دلار سنگ در برنامه دوم صادر شد.

در شش ماه اول سال جاری میزان صادرات سنگ‌های تزئینی بالغ بر ۱۶۵ هزار تن و به ارزش ۳۳ میلیون دلار بوده که از نظر وزن نسبت به مدت مشابه سال قبل بالغ بر ۸۰ درصد و از نظر ارزش ۵۰ درصد رشد داشت.

آمار نشان می‌دهد صادرات سنگ کار شده در شش ماه اول امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر وزن و ارزش ۲۳/۵ درصد کاهش داشته، اما صادرات سنگ کار نشده ۵۰ درصد رشد یافته است. پیش‌بینی می‌شود در برنامه سوم توسعه حدود ۴۰۰ میلیون دلار سنگ

تزئینی و نما صادر شود.

**آیا فعالیت اقتصادی روی سنگ‌های تزئینی و نما مزیت نسبی دارد؟**

□ سنگ دارای مزیت نسبی زیادی است. هر تن سنگ را می‌توان بین ۶۰ تا ۱۸۰ دلار صادر کرد. سنگ کالایی است که حمل‌ونقل آن آسان و از طریق دریا انجام می‌شود و جزو کالاهای فاسدشدنی نیست، ضمناً مصرف بالایی دارد.

**با توجه به توانمندی‌های موجود در زمینه سنگ‌های تزئینی**

**و نما، چرا در برنامه سوم توسعه رقم پسایینی برای صادرات این کالا پیش‌بینی شده است؟**

!! همان‌طور که گفته شد، تا پایان برنامه سوم توسعه پیش‌بینی می‌شود ۴۰۰ میلیون دلار صادرات سنگ صورت گیرد، دلیل آن این است که جهش و حرکت اولیه در امر تولید و فرآوری سنگ‌های تزئینی و نما کند بوده است.

در این زمینه نواقصی وجود داشته است که با همفکری سازمان‌ها و نهادهای ذیربط و تشکیل‌های تخصصی مربوطه برطرف خواهد شد و به راحتی می‌توان ارقام بسیار بالایی را از بازارهای جهانی سنگ تحصیل کرد. در سال ۱۹۹۸ حدود ۲۰ میلیارد دلار سنگ در بازارهای جهانی معامله شد که ایران ۴۵ میلیون دلار آن را کسب کرد و این رقم بسیار ناچیز است.

در ایران نیروی انسانی، بهره‌بردار و معادن عدیده‌ای از بهترین سنگ‌های جهان وجود دارد. باید تسهیلات لازم فراهم شود و کسانی که به تولید می‌پردازند، آموزش‌های لازم را ببینند و

یک کشور، بازاریابی و رقابت اقتصادی در بعد جهانی و کلان است.

در زمینه سنگ‌های تزئینی در داخل کشور نمایشگاه تخصصی تا امروز وجود نداشته است. البته نمایشگاه مصالح ساختمانی قبلاً در ایران تشکیل می‌شده، اما برای سنگ‌های تزئینی و نما به‌طور اختصاصی هیچ‌گونه نمایشگاهی تا امروز برپا نشده است.

در سطح جهان سه نمایشگاه مهم در زمینه سنگ برپا می‌شود که دو نمایشگاه آن در ایتالیا و یک نمایشگاه در آلمان است.

در دو شهر «کارارا» و «ورونا» در ایتالیا، نمایشگاه‌های مشهور سنگ هر ساله برپا می‌شود. شهر کارارا یک شهر بندری است، اما واحدهای فرآوری سنگ در این شهر در سطح جهان مشهور است. نمایشگاه سنگ کارارا نیز در اردیبهشت ماه سال جاری برگزار شد.

نمایشگاه ورونا در اوایل مهرماه سال جاری و نمایشگاه نورنبرگ آلمان نیز در خردادماه امسال تشکیل شدند. در این سه نمایشگاه، سنگ‌های تزئینی، مصنوعات سنگی و سنگ‌ها به صورت کوب، اسلب و تایل به نمایش گذاشته می‌شود.

### ■ چرا ایران در این سه نمایشگاه

#### حضور فعال ندارد؟

۱۱ در مجموعه نمایشگاه ورونا سال ۲۰۰۰ میلادی فقط سه شرکت ایرانی حضور داشتند. در نمایشگاه نورنبرگ نیز فقط سه شرکت ایرانی شرکت کردند. ایتالیا که در تولید و فرآوری سنگ‌های تزئینی رتبه اول را در جهان دارد، در نمایشگاه ورونا ۲۰۰۰ با ۹۱۸ شرکت در نمایشگاه حضور یافت. چین با ۴۴ شرکت و هند با ۳۶ شرکت در این نمایشگاه حضور داشتند. شرکت‌های ایرانی حاضر در

یکی از شاخص‌های توسعه در صنعت سنگ‌های تزئینی و نما، نسبت صادرات به تولید است و محدودیت صادرات سنگ ایران به حدی است که در آمار و ارقام بین‌المللی قابل مقایسه با کشورهای صاحب سنگ نیست.

### ■ کشورهای صاحب سنگ چه میزان تولید دارند و ایران در مقایسه با این کشورها در چه ردیفی قرار دارد؟

۱۲ همان‌طور که اشاره شد، ایتالیا، چین و هند بیشترین تولید سنگ را دارند. ایران پس از این کشورها با تولید سالانه بیش از ۷ میلیون تن، چهارمین تولیدکننده عمده سنگ جهان محسوب می‌شود.

کشورهای ایتالیا، چین و هند در سال گذشته به ترتیب ۱۳، ۱۰ و ۹ میلیون تن سنگ تزئینی و نما تولید کرده‌اند. برای کشورهای صاحب سنگ جهان قابل پذیرش نیست که ایران سالانه بیش از ۷ میلیون و ۲۰۰ هزار تن سنگ تزئینی و نما تولید می‌کند، زیرا صادرات آن حدود ۲۰۰ هزار تن در سال است.

شاید یکی از دلایل پایین بودن صادرات سنگ‌های تزئینی و نما، ایران، میزان بالای مصرف آن در داخل کشور باشد.

ایران به واقع یک کشور تولیدکننده و صادرکننده مهم سنگ‌های تزئینی و نما در سطح جهان است، اما کشورهای صاحب سنگ این مرتبه را برای سنگ‌های تزئینی و نما، ایران قایل نیستند.

### ■ بازاریابی، تبلیغات و شرکت در نمایشگاه‌های معتبر سنگ‌های تزئینی در سطح جهان تا چه حد در توسعه صادرات سنگ ایران می‌تواند مؤثر باشد؟

۱۳ نمایشگاه‌های داخلی و خارجی یکی از عوامل مثبت در معرفی فرهنگ

استخراج با فناوری روز صورت گیرد و در نهایت تولیدات مطابق استانداردهای جهانی انجام پذیرد تا از وضعیت بهتری در بازارهای جهانی برخوردار شویم.

اگر رقابت ناسالم در این رشته از بین برود و بازارهای جهانی بهتر از گذشته شناخته شود، به‌صورت مطلوب‌تری دست خواهیم یافت.

### ■ کشورهای عمده صاحب ذخایر سنگ در جهان کدامند؟

۱۴ ایتالیا، چین، هند، اسپانیا و برزیل به لحاظ ذخایر غنی سنگ تزئینی که در اختیار دارند، از کشورهای صاحب سنگ در سطح جهان شناخته شده‌اند. سه کشور مطرح صاحب سنگ یعنی ایتالیا، چین و هند هستند که بیشترین تولید و صادرات انواع سنگ را به خود اختصاص داده‌اند. اما سنگ‌های مرمریت و تراورتن ایران برتری کامل نسبت به سنگ‌های مشابه این کشورها دارد. برخی از این سه کشور سنگ تراورتن ندارند و اگر هم داشته باشند، با کیفیت تراورتن ایران قابل مقایسه نیست.

### ■ آیا ایران به عنوان یک کشور صاحب سنگ در سطح جهان شناخته شده است؟

۱۵ بر اساس آنچه ما اعتقاد داریم و آنچه که کشورهای صاحب سنگ در گزارش‌ها و نشریات خود منتشر می‌کنند، ایران یک کشور صاحب سنگ شناخته نمی‌شود.

ایران چهارمین کشور تولیدکننده سنگ تزئینی جهان محسوب می‌شود، و قبل از ایران، ایتالیا، چین و هند قرار دارند.

البته در گزارش‌هایی که در جهان انتشار می‌یابد، نامی از ایران برده نمی‌شود، زیرا میزان تولید سنگ‌های تزئینی در ایران را سالانه ۵۰۰ هزار تن برآورد می‌کنند.

نمایشگاه ورونا دو شرکت در فضای باز و یک شرکت در تالار سرپوشیده غرفه داشتند. در نمایشگاه تورنبرگ نیز همین وضع صادق بود. اصولاً یک نسبت مستقیمی بین میزان حضور کشورها در نمایشگاه‌ها و سهم آنها در تجارت جهانی وجود دارد.

### ■ سهم صادرات کشورهای صاحب سنگ نسبت به میزان تولیدشان چقدر است؟

ن آمار سال ۱۹۹۸ نشان می‌دهد ایتالیا ۴۰ درصد از تولید ۱۳ میلیون تنی انواع سنگ‌های تزئینی خود را صادر کرده است. چین نیز ۵۷ درصد از تولید ۹ میلیون

تنی سنگ‌های تزئینی خود را صادر کرده است. اما ایران فقط ۳ درصد از تولید ۷ میلیون تنی خود را صادر کرد.

هر چه حضور کشورها در نمایشگاه‌ها قوی‌تر باشد، سهم آنها در تجارت جهانی سنگ بالاتر خواهد بود.

### ■ بازار سنگ‌های تزئینی ایران کدام کشورها هستند؟

سنگ‌های تزئینی کار شده یا کار نشده ایران در سال ۱۳۷۸ به کشورهای کسویت، امارات متحده عربی، قطر، جمهوری آذربایجان، ترکمنستان، تایوان، ایتالیا و برخی کشورهای جنوب شرقی آسیا صادر شد.

البته عمده مصرف‌کنندگان سنگ جهان، آلمان، آمریکا و ژاپن هستند که هر کدام سالانه بیش از یک میلیون تن سنگ وارد می‌کنند.

سهم ایران از بازار این سه کشور که بیشترین سنگ را وارد می‌کنند، کمتر از یک درصد است.

### ■ سهم ایران در تولید و صادرات جهانی سنگ‌های تزئینی و نما چقدر است؟

ایران سالانه بیش از ۷ میلیون تن سنگ تولید می‌کند که حدود ۱۲/۵ درصد تولید سنگ جهان است و رتبه چهارم را به خود اختصاص داده است. در فهرست کشورهای صادرکننده سنگ، ایران در ردیف‌های آخر قرار دارد. برای شناساندن سنگ ایران و

○ میزان تولید سنگ‌های تزئینی و نمای ایران در سال جاری با ۵ درصد افزایش نسبت به سال گذشته به ۷/۵ میلیون تن می‌رسد که از ۶۱۸ معدن فعال کشور استحصالی خواهد شد. در برنامه اول در مجموع ۲۹/۵ میلیون تن و در برنامه دوم بیش از ۳۳ میلیون تن سنگ تزئینی در ایران تولید شد.

تحصیل سهم بیشتر صادراتی، باید از شبکه اینترنت نیز استفاده کرد.

### ■ برای آنکه در تجارت خارجی سنگ‌های تزئینی در پی جهش در صادرات باشیم، چه سیاست‌هایی را باید دنبال کنیم؟

چنانچه در تجارت خارجی سنگ‌های تزئینی و حتی در تجارت خارجی کشور به دنبال جهش در صادرات باشیم، باید به دنبال اصلاح ساختار و قوانین و مقررات اعم از اداری، مالی و پولی باید باشیم. افزایش صادرات غیرنفتی بدون در نظر گرفتن این مقوله‌ها امکان‌پذیر نیست.

### ■ آیا وضعیت قیمت سنگ‌های تزئینی ایران در بازارهای جهانی مطلوب است؟

برآورد انجام شده نشان می‌دهد متوسط ارزش هر تن سنگ صادراتی خام حدود ۶۲ دلار است. در صورتی که متوسط قیمت هر تن سنگ کار شده

حدود ۱۷۸ دلار می‌باشد. این ارقام حاکی از اختلاف زیاد بین قیمت‌های صادراتی سنگ‌های تزئینی خام و کار شده است.

اگر بتوان در خصوص فرآوری سنگ اقدام جدی به عمل آورد، بسته‌بندی، کیفیت و استانداردهای جهانی را رعایت کرد و نوع ساب و صیقل دادن (پولیش) سنگ را مطابق با سلیقه خریداران خارجی انجام داد، مشکلی برای صادرات وجود نخواهد داشت.

موانع صادراتی و قول‌هایی که برخی مسؤولان می‌دهند، ولی انجام نمی‌شود، به همراه رقابت‌های ناسالم

برخی صادرکنندگان، باعث می‌شود که صادرات لطمه ببیند.

### ■ اهم مشکلات مبتلابه تولید و صادرات را ذکر فرمایید.

باید گفت اگر مشارکت سرمایه‌گذاران خارجی در بخش سنگ جلب شود، آنچه که در خصوص صادرات مدنظر است، تحصیل خواهد شد.

به نظر من، یکی از مشکلات عمده بر سر راه تولید و صادرات، عدم جلب و جذب سرمایه‌گذاران خارجی در بخش معادن سنگ‌های تزئینی است.

معادن سنگ ایران جزو معادن کوچک تلقی می‌شود و بهره‌برداران در این رشته به‌طور عمده مشکل کمبود سرمایه دارند و متأسفانه بانک‌ها نیز مشارکت خاص و عامی با این گونه سرمایه‌گذاران ندارند. اما سرمایه‌گذاری خارجی این مشکل را مرتفع می‌سازد.

مشکل دیگر این است که به امر فرآوری به صورت جامع نگریده نشده

**نشده از ایران هستند؟**

□ استانداردها و کیفیت سنگ‌های فرآوری شده در ایران جوابگوی خواست متقاضیان بازارهای جهانی نیست. ضمناً خریداران سنگ به ویژه کشورهای جنوب شرقی آسیا که از خریداران عمده سنگ ایران محسوب می‌شوند، واحدهای فرآوری مدرنی را راه‌اندازی کرده‌اند و سیاست‌های تشویقی مختلفی برایشان اعمال می‌شود تا سنگ‌های کار نشده (فرآوری نشده) وارد کنند.

دولت چین، تایوان و ژاپن برای واردات سنگ‌های فرآوری شده سیاست‌های تنبیهی اعمال می‌کنند و تعرفه‌های بالایی را از سنگ‌های تزئینی کار شده دریافت می‌کنند.

**■ آیا در رشته سنگ‌های تزئینی و نما تاکنون سرمایه‌گذاری خارجی صورت گرفته است؟**

□ در رشته فرآوری سنگ هنوز سرمایه‌گذاری خارجی صورت نگرفته است. البته نخستین قراردادی که به تازگی به تأیید

دولت رسید، قرارداد مشارکت بین یک شرکت ایرانی و یک شرکت ایتالیایی در زمینه فرآوری سنگ بوده است. شرکت ایتالیایی ماشین‌آلات را به ایران می‌آورد و در قالب مشارکت به تولید سنگ می‌پردازد. محصول به دست آمده در داخل و خارج کشور قابل فروش خواهد بود.



برای افزایش سهم ایران در تجارت جهانی سنگ یک حرکت ضعیف محسوب می‌شود که امید می‌رود با تهیه «اطلس سنگ» قدم‌های اساسی برداشته شود.

ضوابط و مقررات دست‌وپاگیر در بنادر و گمرکات و نرخ تعرفه‌های صادراتی از مشکلات تولید و صادرات سنگ‌های تزئینی است. این موارد صادرات سنگ را کند می‌کند و صادرکنندگان را در وضعیتی قرار می‌دهد که نتوانند در بازارهای جهانی به رقابت برخیزند.

رقابت در رشته مصالح ساختمانی در بازارهای بین‌المللی بر روی یک یا دو دلار تفاوت نرخ است و میزان تعرفه‌ها تعیین‌کننده است. در برنامه سوم توسعه و در قانون تمرکز امور صنعت و معدن و با ادغام دو وزارتخانه معادن و فلزات و

است. در این رهگذر به سنگ به صورت سنگ ساختمانی نگاه شده، در صورتی که کاربرد سنگ در قالب مصنوعات سنگی و نیز در هنر معماری و مجسمه‌سازی و سایر مباحث، می‌تواند طیف گسترده‌ای را به امر فرآوری سنگ بدهد.

فقدان نظام اطلاع‌رسانی باعث شده است از بازارهای دنیا اطلاعات لازم کسب نشود و سلیقه مصرف‌کنندگان سنگ در بازارهای جهانی برای صادرکنندگان ایرانی ناشناس است.

رقابت ناسالم صادرکنندگان و فقدان تشکیلات منسجم تخصصی صنفی از دیگر مشکلات بود که این شکل در قالب انجمن سنگ ایران دو ماهی است شکل گرفته است. امید می‌رود این شکل یا همکاری بهره‌برداران و حمایت سیستم دولتی به‌طور منسجم کارهای خود را انجام دهد.

استاندارد نبودن تولیدات سنگ ایران و شرکت نکردن در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی و فقدان برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی داخلی و

خارجی از دیگر مشکلات است. امید می‌رود سال آینده نخستین نمایشگاه تخصصی سنگ‌های تزئینی در ایران تشکیل شود و متعاقب آن حضور فعالی در نمایشگاه‌های خارجی داشته باشیم.

ضعف در تبلیغات نیز از مشکلات است. صادرکنندگان سنگ در ایران در سایت‌های اینترنت حضور قوی ندارند و حتی یک مجموعه مدون قابل ارایه در نمایشگاه‌ها وجود ندارد.

بهره‌برداران ایرانی بر اساس علاقه خودشان یک سری بروشورهایی دارند که با آنها به تبلیغ می‌پردازند. این حرکت

**○ پیش‌بینی می‌شود در برنامه سوم ارزش صادرات سنگ‌های تزئینی و نمای ایران به ۱۴۰۰ میلیون دلار برسد. در برنامه دوم این رقم به‌طور متوسط سالانه ۱۳۳ میلیون دلار و در مجموع پنج سال به ۱۶۸ میلیون دلار بالغ شد.**

صنایع پیش‌بینی شده است تعرفه‌ها با پیشنهاد وزارتخانه مربوطه و تصویب سازمان‌های ذیربط تعیین شود.

چنانچه در پی جهش در صادرات باشیم، باید ضوابط و مقررات مالی، اداری و پولی متناسب با نگرش صادرات وضع شود و موانع موجود که همکاری بخش خصوصی و دولت را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد، از میان برداشته شود.

پیمان ارزی نیز در بخش مصالح ساختمانی مشکلاتی را پدید می‌آورد.

**■ چرا کشورهای خریدار سنگ ایران علاقه‌مند به ورود سنگ فرآوری**