

بررسی چالش‌های صنعت چرم: صادرات معکوس



اگرچه بالا بودن آمار صادرات چرم کشور نسبت به سهم حداقلی واردات این محصول روندی مطلوب در این صنعت محسوب می‌شود اما در واقع عمده این صادرات بر پایه محصولات نیمه‌ساخته بوده و ایران تنها به عنوان تولیدکننده چرم خام حرفی برای گفتن داشته و محصولات نهایی سهمی در این صادرات ندارند.

تولیدکنندگان محصولات چرمی کشور بر این باورند که عدم هر گونه محدودیت برای صادرات چرم خام، عامل عدم رونق و پیشرفت صنایع تکمیلی چرم در کشور و نداشتن سهمی از بازارهای بین‌المللی است؛ موضوعی که فعالان این حوزه کیفیت پایین چرم ایران را دلیل سهم اندک در بازارهای جهانی دانسته و معتقدند عدم دسترسی به تکنولوژی‌های روز تحت تاثیر شرایط تحریمی به همراه ضعف در برندسازی که هم‌اکنون مهم‌ترین فاکتور در جذب متقاضی محسوب می‌شود باعث شده صنعت چرم کشور تنها در حد فروشنده محصولات خام باقی مانده و برخلاف سیاست‌های دولت در صادرات و محصولات با ارزش افزوده بالا امکان حضور در بازارهای جهانی برای تولیدکنندگان این حوزه فراهم نشود.

به گزارش جهان صنعت، به گفته کارشناسان صنعت چرم ایران نیز همچون زعفران از صادرات معکوس رنج می‌برد به گونه‌ای که بسیاری از کشورهای تولیدکننده و محصولات نهایی با خرید چرم خام و با قیمت‌های بسیار پایین نسبت به فرآوری و صادرات این محصولات به کشور سود می‌برند و در این میان رقابت منفی برخی از تولیدکنندگان به سقوط هر چه بیشتر این صنعت دامن می‌زند.

■ آمار چه می‌گوید

مطابق آمارهای اعلامی معاونت طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت در سال ۹۸ میزان تولید چرم سبک و سنگین به ترتیب برابر با ۴۲ و ۸۲ و در مجموع ۱۲۴ میلیون فوت‌مربع بوده است.

همچنین بر اساس اعلام وبسایت سازمان تجارت جهانی، میزان واردات چرم به ایران در سال ۲۰۱۸ برابر ۱/۷ میلیون دلار و صادرات آن در همین سال معادل ۷۵ میلیون دلار ثبت شده است. به این ترتیب باید گفت که

تولیدکنندگان صنایع تکمیلی این بخش تقویت شود. در نهایت نیز رشد صنایع تکمیلی به افزایش اشتغالزایی و ارزش آفرینی در کشور منجر می‌شود.

رییس انجمن صنایع چرم ادامه داد: در سال‌های گذشته تمرکز بر صادرات مواد اولیه صنعت چرم جایی برای رشد صنایع پایانی باقی نگذاشته در حالی که اگر نحوه سیاستگذاری در این حوزه تغییر می‌کرد به طور قطع صنایع چرم ایران قابلیت صادرات مناسبی داشت.

حسن‌زاده در خصوص قابل رقابت نبودن محصولات چرم تولید ایران در بازارهای صادراتی گفت: کیفیت محصولات چرم تولیدی در ایران مناسب بوده و در بخشی از بازارهای دنیا نیز مورد قبول است.

فعالان صنعت چرم کشور نیز به این موضوع واقف هستند که در حال حاضر کیفیت محصولات چرم تولیدی در ایران قابلیت رقابت با برندهای مطرح دنیا و موفقیت در بازارهای اروپایی و کشورهای توسعه‌یافته را ندارد. اما با توجه به قیمت و کیفیت به طور قطع می‌توانند در بازار بسیاری از کشورهای همسایه، آسیایی و در واقع جهان سوم حرفی برای گفتن داشته باشند.

وی ادامه داد: کیفیت، حاصل زمان و تجربه است. نباید انتظار داشت که صنعت چرم ایران بدون صرف زمان و تنها با تکیه بر بازار داخلی به کیفیتی در حد بازارهای اروپا برسد. اگر توجه بیشتری به این صنعت شود و امکان صادرات محصولات به کشورهای همسایه فراهم شود به مرور امکان افزایش کیفیت و حضور در بازارهای اروپایی نیز به وجود خواهد آمد.

ارزش صادرات چرم ایران نسبت به واردات حدود ۴۴ برابر بوده است. بیشترین ارزش واردات متعلق به کشورهای چین، ایتالیا و ویتنام و بیشترین ارزش صادرات برای کشورهای ایتالیا، آمریکا و برزیل بوده است. همچنین بر اساس اطلاعات گمرک جمهوری اسلامی ایران، صادرات چرم در سال ۹۷ برابر ۷۵ میلیون دلار و ارزش واردات این محصول برابر با ۱/۷ میلیون دلار بوده است که با توجه به اطلاعات گمرک، واردات چرم در سال ۹۷ از کشورهای امارات، ایتالیا، ترکیه و هند به ترتیب با ارزش ۶۶۱، ۶۰۶، ۲۶۴ و ۱۴۹ هزار دلار بوده است. عمده صادرات این محصول نیز در سال ۹۷ به کشورهای عراق، هند، پاکستان و ترکیه به ترتیب با ارزش ۱۷/۵، ۱۱/۶، ۱۱/۶ و ۹/۱ میلیون دلار انجام شده است.

■ خام‌فروشی، دلیل عقب‌ماندگی

علی حسن‌زاده‌دلیر رییس انجمن صنایع چرم ایران در خصوص علل عقب ماندن صنایع تکمیلی چرم ایران در بازارهای جهانی گفت: متأسفانه ایران در دنیا به عنوان خام‌فروش یا تولیدکننده محصول میانی معرفی شده و این موضوع تنها مربوط به صنعت چرم نبوده و تقریباً در اغلب صنایع به همین صورت است.

وی ادامه داد: وقتی مواد اولیه از کشوری به راحتی صادر می‌شود و در تمام دنیا ایران به عنوان تولیدکننده و صادرکننده چرم نیمه‌ساخته شناخته شده، تغییر این جریان دشوار است. برای تغییر این جریان باید ابتدا صادرات مواد اولیه از کشور محدود شود و با ایجاد انگیزه میان

آن ارزش افزوده ایجاد کنیم. یکی از دلایل این موضوع به بالا رفتن تصاعدی هزینه‌ها با حرکت به سمت تولید محصول نهایی مربوط می‌شود.

نایب رییس انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنایع چرم در ادامه به وضعیت صنعت چرم سنگین کشور اشاره کرد و گفت: چرم سنگین از حیواناتی از جمله گاو، گاو میش و شتر استحصال می‌شود که عمده تولید چرم سنگین کشور در داخل کشور مصرف شده و به تولید کیف و کفش می‌رسد.

وی ادامه داد: حتی گاهی میزان تقاضا برای چرم سنگین به حدی می‌شود که نیاز به واردات در این زمینه وجود دارد، هرچند که به دلیل مسائل شرعی امکان واردات هر چرمی وجود ندارد و حتما باید چرمی وارد کشور شود که حیوان ذبح شرعی شده باشد.

شادکام در ادامه به تاثیر گرانی گوشت بر کاهش تولید چرم در کشور اشاره کرد و گفت: زمانی که گوشت گران می‌شود، استحصال پوست نیز کاهش پیدا می‌کند و در ماه‌های گذشته با افزایش قیمت گوشت در کشور، میزان تولید چرم نیز افت پیدا کرده است. وی افزود: متأسفانه کیفیت چرم تولیدی در ایران نیز در سال‌های اخیر افت کرده، زمانی پوست سبک ایران از نظر کیفیت در رتبه دوم یا سوم دنیا قرار داشت اما در حال حاضر کیفیت این محصول به رتبه ۸ یا ۹ رسیده است. این موضوع به نداشتن پرورش دام بهینه در کشور، نبود دامپروری صنعتی و عدم نظارت و رسیدگی سازمان دامپزشکی برمی‌گردد که بر مریضی دام و پوست آن نظارتی ندارند. شادکام در خصوص تاثیر ممنوعیت صادرات چرم نیمه‌ساخته بر ارتقای صنعت تکمیلی چرم در کشور گفت: تولید محصولات چرم با کیفیت نیاز به تکنولوژی‌های روز دنیا دارد و حتی اگر تمام چرم نیمه‌ساخته تولیدی در کشور در داخل کشور بماند با توجه به تحریم و نرخ ارز هیچ فردی حاضر به سرمایه‌گذاری برای نوسازی واحد چرم‌سازی و آوردن تجهیزات جدید به کشور نخواهد بود. وی ادامه داد: یکی از موضوعات مهم دیگر برای فروش محصولات چرم برندسازی است. با توجه به شرایط سیاسی کشور و تحریم‌های چندین و چند سال حتی اگر محصولی با کیفیت در داخل کشور تولید شود نیز امکانی برای برندسازی در دنیا ندارد. در واقع برند ایرانی بودن خود مانعی برای فروش محصول در بازارهای دنیا خواهد بود.

■ **تحریم، اجازه رشد صنعت چرم را نمی‌دهد**
سعید شادکام نایب رییس انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنایع چرم در خصوص علت کاهش صادرات چرم ایران گفت: پیش از هر گونه پاسخگویی به سوالی نسبت به صنعت چرم ابتدا باید مشخص شود صحبت از چرم سبک یا سنگین است. چرم سبک به چرم حیواناتی همانند بز و گوسفند گفته می‌شود که به طور عمده نیز برای تولید لباس چرم به مصرف می‌رسد. از آنجا که ایران کشوری با زمستان‌های سرد نیست، میزان مصرف لباس چرم نیز در کشور پایین بوده و همین امر باعث شده صنایع تکمیلی در این بخش در کشور چندان رونقی نداشته باشند و بیش از ۹۵ درصد چرم سبک تولیدی در کشور به صورت نیمه‌ساخته صادر شود. وی افزود: طبیعتاً اگر به جای صادرات این محصولات به صورت نیمه‌ساخته، محصول نهایی از کشور صادر می‌شد مزیت بیشتری برای کشور فراهم می‌شد اما واقعیت آن است که کارخانه‌های تولید چرم کشور در زمینه چرم سبک تجهیز نشده و در سال‌های قبل سرمایه‌گذاری مناسبی روی آنها صورت نگرفته که امروز بتوانند محصول باکیفیت تولید کنند.

شادکام افزود: در حال حاضر نیز اگر سرمایه‌گذاری بخواهد به سراغ این صنعت برود امکان رقابت در بازارهای بین‌المللی را نخواهد داشت چرا که از سویی تحریم امکان بازاریابی را نمی‌دهد و از سوی دیگر هزینه تولید در این شرایط در کشور بالا بوده و به این ترتیب محصولات تولیدی قابل رقابت به لحاظ قیمت نیز نخواهند بود. وی ادامه داد: اگرچه در ایران نیروی کار ارزان بوده و فعالان این صنعت به چرم ارزان دسترسی دارند اما با توجه به نرخ ارز تجهیز یک کارخانه به سرمایه اولیه بالایی نیاز دارد و در کنار آن تولید محصولات چرمی نیاز به مواد شیمیایی دارد که باید از طریق واردات تامین شود که از سویی با توجه به نرخ ارز قیمت بالایی پیدا می‌کند و از سوی دیگر واردات این مواد تعرفه ۲۵ درصدی دارد. بنابراین در نهایت اگر امروز هم سرمایه‌گذاری به سراغ احداث واحد تولید چرم برود، امکان رقابت در بازارهای بین‌المللی به لحاظ قیمت را نخواهد داشت.

شادکام گفت: همچنین باید توجه کرد که در ایران همواره صادرات براساس مواد نیمه‌ساخته بوده است. با وجودی که ایران کشوری نفت‌خیز به شمار می‌رود اما پس از سال‌ها نتوانسته‌ایم بنزین را صادر کرده و روی

این فعال صنعت چرم افزود: کاهش ارزش پول ملی در سال‌های اخیر قدرت رقابتی خوبی را در اختیار صنایع کشور برای تولید محصول قرار داده و اگر از این فرصت برای تقویت صنایع تکمیلی بهره گرفته می‌شد امکان در دست گرفتن بخش عمده‌ای از بازارها را داشتیم.

حسن‌زاده در خصوص سهم محصولات تولید داخل و واردات در تامین نیاز بازار ایران به محصولات چرمی گفت: در حال حاضر عمده نیاز بازار ایران به محصولات چرمی از طبق واردات تامین می‌شود چراکه با توجه به قیمت ارز، واردات توجیهی ندارد.

رییس انجمن صنایع چرم ایران تامین کالاهای واسطه‌ای این صنعت را از دیگر چالش‌های تولید محصولات چرم دانست و گفت: برخی از کالاهای واسطه‌ای این صنعت همچون مواد شیمیایی از طریق واردات تامین می‌شود و در شرایط فعلی با تحریم و کاهش ارزش پول ملی تامین این کالاها دشوار شده و در نهایت با قیمت بالایی به دست مصرف‌کننده می‌رسد.

■ کیفیت پایین محصولات

اگرچه تولیدکنندگان محصولات صنایع چرم، خام‌فروشی را علت اصلی خالی ماندن دست تولیدکنندگان از بازارهای بین‌المللی می‌دانند اما یکی از تولیدکنندگان چرم نیمه‌ساخته که نخواست نامش فاش شود گفت: اگرچه چرم تولیدی در کشور در بازار داخل مصرف دارد اما واقعیت آن است که کیفیت محصولات چرم تولیدی در کشور قابل رقابت در بازارهای دنیا نیست.

وی افزود: اگر بخواهیم بدون تعصب نگاه کنیم کیفیت محصولات چرمی از رقابت‌پذیری و کسب سهم مناسب نه تنها در بازارهای اروپایی بلکه در بازار کشورهای همسایه نیز برخوردار نیست. حتی در مواردی چرم فروشان بزرگ داخلی در ویتن‌ترین فروش خود اجناس چرم ترکیه‌ای را قرار می‌دهند و همین موضوع نیز موجد عدم کیفیت محصولات آنهاست.

این فعال صنعت چرم گفت: وجود بازار داخل برای محصول چرم ایرانی نشانی از کیفیت این محصول ندارد. همان‌گونه که در حال حاضر در بازار داخل مردم برای خرید پراید بی‌کیفیت نیز باید در صف باشند، اما این صف به معنی استقبال از این محصول نیست. در واقع شرایط اقتصادی کشور چاره‌ای جز خرید این محصول داخلی برای مردم باقی نمی‌گذارد.