

# تولیدکنندگان شهرک صنعتی چرم شهر در انتظار توجه مسئولین



با گسترش آلاینده‌ها در تبریز در سال ۱۳۶۲ چرم سازی‌ها به شهرک صنعتی چرم شهر انتقال یافتند که در آن زمان ۴۶ واحد چرم سازی در این شهرک مستقر شدند.

اما از بدو تاسیس و استقرار تولیدکنندگان در این شهرک، تولیدکنندگان با مشکلات مختلفی مواجه بودند که به مسائل صنفی و شغلی آنان اضافه شد در این راستا به شهرک صنعتی رفتیم و در ساعاتی با آقایان امینی، امیرقربانی وفا و فریدون محمدتقی‌زاده از تولیدکننده و صادرکنندگان چرم به گفت‌وگو نشستیم:

از نظر پزشکی مضر هستند و موجب آسیب به کمر و پا می‌شوند، ناآگاهی مردم موجب شده که از این کفش‌ها بخرند و به خود و تولیدکنندگان آسیب وارد کنند و باید گفت که بدترین کفش ایرانی بسیار بهتر از کفش‌های چینی است. خواستیم با همکاری اتحادیه از صادرات بی‌رویه و تابلو به ترکیه جلوگیری کنیم، مدیران استان همت کردند در اینجا ۲۰ روزی مانع صادرات شدیم اما موفق به ادامه نشدیم. زمانی صادرات مفید است که تعرفه‌های ما مانند سایر کشورها باشد، چنین صادراتی تنها به ما صدمه می‌زند. امسال به دلیل صادرات و تابلو، قیمت چرم ۳۵-۳۰ درصد گران‌تر شده است. از سویی دیگر اتحادیه یک چشم‌انداز ۱۰ ساله برای این صنعت تدوین کرده بود اما متأسفانه به دلیل نبود نقدینگی و عدم حمایت از واحدهای صنعتی نتوانستیم به آن‌ها دست یابیم.

در دور سوم سفرهای ریاست جمهوری، ما با رئیس جمهور نشستیم و مشکلات را عنوان کردیم، طرح ساماندهی صنعت چرم تبریز در سراسر کشور با چرم‌سازان تبریز مطرح شد و ۲۶ جلسه تشکیل دادیم و طرح ارائه شد و به تهران به دست معاون اول رئیس جمهور (آقای رحیمی) رساندیم اما متأسفانه ۲ ماه است که با وجود پی‌گیری هیچ خبری از آن نداریم؛ زیرا بروکراسی اداری مانع پی‌گیری کار می‌شود.

**با آب‌رسانی به واحدهای شهرک، صنعت چرم را احیا کنیم**  
امینی در ادامه صحبت‌هایش گفت: اگر بخواهیم این صنعت احیا شود و پابرجا باشد حداقل کاری که باید کرد این است که آب‌رسانی به واحدهای شهرک هر چه زودتر انجام شود، همچنین واحدهای تولیدی می‌بایست معافیت مالیاتی داشته باشند. همچنین محیط زیست واحدهای صنعتی چرم سازی را بسیار تحت فشار قرار می‌دهد و ۱ درصد عوارض آلاینده‌گی از ما اخذ می‌کنند و به شهرداری می‌دهد، این کار در هیچ‌جا انجام نمی‌شود. سه نهاد در تبریز داریم، شهرک صنعتی چرم‌سازی خصوصی که متولی این صنعت است، اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان

امینی با اشاره به زمان شکلی‌گیری و راه‌انداز شهرک می‌گوید: از سالی که چرم‌سازها در چرم شهر مستقر شدند، شهرداری هزینه‌ها و عوارض زیادی از واحدهای چرم‌سازی دریافت کرد، اما تا به حال هیچ‌گونه خدماتی به هیچ‌یک از واحدها ارائه نشده است. تمام خیابان‌کشی، آسفالت، جدول را خود واحدها انجام داده‌اند. در سال ۸۳ این مشکلات در کارگروه استاندارد مطرح شد و مقرر شد که تا سه سال شهرک صنعتی خصوصی انجام شود که حدوداً چهار سال بابت آن دوندگی کردیم اما چون منافع شهرداری در آن تأمین نمی‌شد، موفق به اجرای آن نمی‌شدیم، تا آخر سال ۸۶ که این مکان را به عنوان شهرک صنعتی خصوصی تحویل گرفتیم و به تازگی دومین دوره انتخابات شهرک را برگزار کردیم. این مکان به عنوان شهرک صنعتی خصوصی چرم‌سازان چرم شهر تبریز شناخته شد. اکنون ۶ هزار کارگر مستقیم و ۱۸ کارگر غیر مستقیم در چرم‌شهر مشغول به کار هستند.

اکنون ۳۲۴ عضو داریم، ۲۷۰ واحد آن چرم‌سازی هستند و مالکیت زمین‌های خود را دارند. در کل ۲ میلیون متر زمین برای شهرک مصوب شده است. کل کارهای اداری اعم از: صادرات، واردات، ساخت و سازها در مکان انجام می‌شود و ما توانستیم اولین پروانه بهره‌برداری در ایران را بگیریم و اولین شهرک صنعتی را ایجاد کردیم؛ زیرا قطب صنعت چرم ایران، تبریز است. هر واحدی که بخواهد در اینجا ساخت و ساز انجام دهد با ۳۰ درصد عوارض شهرداری می‌تواند از ما سرویس بگیرد.

## ارزیابی وضعیت تولید چرم در سال ۸۸

در سال ۸۸، واردات بی‌رویه و درجه ۴ اشبات از ترکیه منجر به غیرفعال شدن نیمی از واحدهای تولیدی ما شد، همچنین واردات گوشت برزیلی موجب زیان شده است.

صادرات و تابلو در پایان سال ۸۸، نیز امکان کار کردن را از واحدهای تولیدی سلب کرد. انواع واردات بی‌رویه کفش، چرم‌ساز و کفاس را با مشکل مواجه کرده است. کفش‌های چینی

چرم استان و خوشه که باید با همت و همکاری به فکر این صنعت باشند، مدیران استان باید به خوشه رسیدگی کنند، خوشه نمی‌تواند با تعدادی محدودی عضو انحصاری باشد بلکه باید عضو بیشتری بپذیرد. سازمان بازرگانی استان می‌باید در خصوص خوشه چاره‌ای بیاندیشد؛ زیرا بودجه دولتی در خوشه تنها به تعداد محدودی اختصاص داده شده است در صورتی که این بودجه باید در خدمت کل این صنعت باشد. خوشه می‌بایست گزارش عملکرد خود را ارائه کند.

### بازار چرم دست تعداد محدودی است

قربانی وفا: ۷۰ درصد مواد اولیه ما پوست خام است و همین مشکل باعث می‌شود که پوست خام در ابتدا توسط واسطه‌ها خریداری شود و در شورآباد تهران به صورت غیربهداشتی نگهداری شوند، این خریداران واسطه، پوست‌های خوب و بد را از تمام شهرستان‌ها خریداری می‌کنند و در تهران آن‌ها را با هم مخلوط می‌کنند و یک سری مواد مضر برای کیفیت چرم به آن‌ها اضافه می‌کنند. سازمان دامپزشکی می‌بایست طبق مقررات، اجازه خروج پوست خام را از گشتارگاه‌ها به هر کسی ندهد، بلکه می‌بایست طبق قوانین در یک محیط بهداشتی و مناسب بعد از نمک سود کردن، پوست‌ها را به مقصد چرم‌سازی‌ها روانه کنند. سازمان دامپزشکی این کارها و وظایف را انجام نمی‌دهد که در نتیجه موجب افت کیفیت می‌شود و چون پای واسطه‌ها به میان می‌آید سبب بالا رفتن قیمت‌ها نیز می‌شود.

بازار چرم دست تعداد محدودی است، این افراد کل صنعت چرم و کفش را پوشش می‌دهند، مالیات نمی‌دهند، محل ثابتی ندارند، به هیچ یک از سازمان‌های دولتی برای استعلام مراجعه نمی‌کنند، واردات و صادرات خاصی ندارند که دنبال کارت بازرگانی بروند، پروانه کسب ندارد، با توسل به تقلب سود خود را به دست می‌آورند. در طول ۳۰ سال اخیر، این افراد به قدری سرمایه‌دار شده‌اند که از طرفی قیمت خرید کشتارگاه‌ها را با پول خود بالا می‌برند و از طرف دیگر قیمت پوست را در فصل‌هایی که تقاضا بالا است سوء استفاده می‌کنند.

### چرا شما تولیدکنندگان در این رابطه اقدامی نمی‌کنید؟

قربانی وفا: بارها در این رابطه بیانیه داده‌ایم و حتی به رئیس جمهور و معاونین ایشان نیز عنوان کردیم اما زور کسی به این گروه نمی‌رسد. یک بار حتی به منظور ایستادگی در مقابل این گروه، واردات وت بلوی گاوی انجام دادیم که متأسفانه با بروکراسی حاکم، این محموله ۶ ماه در گمرک ماند زیرا با سازمان دامپزشکی و اداره استاندارد مشکل پیدا کردیم.

### تأثیر برگزاری نمایشگاه تبریز در فرایند تعاملات تولیدکننده‌ها

قربانی وفا: نمایشگاه‌های کفش در دنیا برگزار می‌شوند و اگر بخواهیم مقایسه‌ای با آن‌ها داشته باشیم باید بگوییم که اغلب سفارش‌ها و قراردادهای در همین نمایشگاه‌ها منعقد می‌شود اما در کشور ما سازمان توسعه تجارت و سازمان بازرگانی بودجه‌ای اختصاص نمی‌دهند که از افراد و شرکت‌های معتبر برای بازدید از نمایشگاه دعوت کنیم تا ظرفیت‌های ما را ببینند و مشارکت کنند و به همین دلیل ما نمی‌توانیم

نگاه تجاری به نمایشگاه‌های خود داشته باشیم بلکه نمایشگاه‌های ما تنها جنبه دید و بازدید دارند و در چندین سالی که برگزار می‌شوند اتفاق خاصی رخ نداده است. در حال حاضر هم اگر دولت تعرفه‌های ترجیحی با ترکیه برقرار نکند مشکلات ما روز افزون خواهد شد.

در سال ۸۹ به اعتقاد من تحول بزرگی رخ خواهد داد به این دلیل که در اواخر سال ۸۸، نزدیک به ۴ هزار تن خام گاوی به ترکیه صادر شد و در نتیجه موجب کاهش در بازار داخلی شد و با بالا رفتن تقاضا، ۳۰ درصد افزایش قیمت داشتیم که شاید در نیمه دوم سال این رقم به ۱۰۰ درصد برسد؛ زیرا چندین سرمایه‌گذار ترکیه در طول ۶ ماه گذشته برای خرید وت بلوی گاوی و سرمایه‌گذاری برای افزایش تولید به تبریز آمده‌اند. فکر می‌کنم دیگر چرم مانند گذشته با مدت‌های یک ساله تجارت نشود.

### پتانسیل وضعیت صادرات را در سال ۸۹ چگونه می‌بینید؟

تقی‌زاده صادرکننده نمونه: دوستان به تمام مشکلات اشاره کردند ولی در رابطه با مقوله صادرات مشکل اصلی ما کمبود مواد اولیه است. پوست گاوی که به صورت وت بلو در سه‌ماهه آخر سال ۸۸ به صورت هنگفت صادر شد، در حال حاضر برای خرید پوست با مشکل مواجه هستیم و قیمت پوست بالا رفته است، در صورتی که افزایش قیمت در سایر کشورها رخ نداده است و تنها قیمت تمام شده ما افزایش یافته که موجب شده قدرت رقابت ما بازم کم‌تر شود. حتی امروز با وجود کمبود وت بلوی گاوی متأسفانه صادرات آن انجام می‌شود، این افراد دنبال سود مقطعی خود هستند، در حالی که در واقع ارزش افزوده چرم را از بین می‌برند. در خواست ما این است که اگر می‌خواهند صادرات وت بلوی گاوی را ممنوع کنند، هرچه زودتر مصوبه آن‌را به گمرکات کشور ابلاغ کنند. دوم این که ضرر و زیان ما را حداقل توسط جوایز صادراتی جبران کنند که متأسفانه امسال یک درصد از میزان آن کم و آن‌را ۴ درصد اعلام کرده‌اند.

در جمع‌بندی باید بگوییم که ما نباید در خرید پوست خام گاوی با مشکل مواجه باشیم و حداقل در خرید ماده اولیه خود آسوده باشیم تا پوست بدون ارزش افزوده هم از کشور خارج نشود. منابع ما ارزان است و خوشبختانه ما در چند سال اخیر به تکنولوژی روز هم دست پیدا کرده‌ام به همین دلیل ما پتانسیل صادرات به تمام کشورها را داریم منتهی ماده اولیه خود یعنی پوست خام گاوی نداریم. مشکل ما وجود واسطه‌ها و دلال‌ها است که موجب بروز مشکلات زیادی در این بازار شده است در صورتی که کنترل این کار به راحتی می‌تواند در دست دولت باشد و خرید خام می‌بایست از انحصار خارج شود و هر روز به صورت مزایده به فروش برود.

به فراتر از افراد متعارف نگاه کنید. اگر چه کانال‌های متعارف را نباید نادیده گرفت ولی باید گسترده‌تر نگاه کرد. به بخش‌هایی از بازار نگاه کنید که در آن حضور نداشته‌اید.

