



شناسه	گزارش	تاریخ جلسه	۹۸/۱۰/۲۳
عنوان موضوع	بررسی مشکلات صنعت چرم استان و ارائه راهکارهای توسعه این صنعت در راستای مدیریت زنجیره تامین صنعت چرم		
مرجع طرح موضوع	اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان چرم استان		
شرح موضوع	<p>زنجیره تامین صنعت چرم یک روند طولانی و متنوع است که با پرورش گاو، گوسفند، بز و ... در مراتع کوچک و بزرگ شروع می شود و پس از کشتار و دباغی پوست، چرم و محصولات نهائی آن تولید و به مشتری نهائی ارائه می گردد. تاثیر یکپارچگی و رفع مشکلات در تمامی مراحل زنجیره تامین بسیار ارزشمند و مهم است. این زنجیره شامل چهار مرحله کلی می باشد:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>۱. جمع آوری پوست از حیوانات ذبح شده از مزارع و کشتارگاهها و حمل به کارخانه.</li> <li>۲. تبدیل پوست به چرم و دباغی که در کارخانه طی فرایندهای خصوص خود انجام می گیرید.</li> <li>۳. بازاریابی (داخلی، خارجی) برای محصولات نیمه ساخته شده و تکمیل شده (فینیش).</li> <li>۴. تولید محصولات نهایی قابل استفاده برای مشتریان نهایی.</li> </ol>		



صنعت چرم می تواند یکی از صنایع اشتغال زا باشد و برای همین مرتفع نمودن موانع و عارضه ها تولید در اشتغال تاثیر گذار است. مدیریت صحیح زنجیره نیازمند داده ها، سیاستها و سیستم های حمایتی است که در صورت مدیریت صحیح، نتیجه خوبی به همراه خواهد داشت.

داده های فرایند تولید چرم عبارتند از:

پوست، تجهیزات، ماشین آلات، مواد شیمیائی، اجزائی مانند بندها و سگک ها، تکنولوژی ها، طراحی، تحقیق و توسعه، اطلاعات و تکنولوژی اطلاعات، منابع انسانی، انستیتوهای حمایتی فنی و اجرائی و مالی.



پیشینه و تاریخچه صنعت چرم در جهان و ایران:

پیشینه تولید چرم حداقل به ۴۰۰۰ سال به مصر باستان می‌رسد. احتمالاً یکی از اولین هنرهای بکارگرفته شده توسط بشر بوده است. از بین مراحل چرم سازی، دباغی پوست بیشترین سرعت پیشرفت را داشته که تاثیر بکارگیری روش های علمی در این پیشرفت بسیار زیاد بوده است.

هدف از دباغی پوست، آماده سازی پوست حیوانات برای تولید چرم است که این فرایند تاثیر بسیار زیادی بر سایر فرایندهای چرم سازی دارد. از دیرباز به جهت ماهیت و خواستگاه طبیعی خود، از نظر فرهنگی نماد هویت و پرستیژ بوده و مصنوعات ساخته شده از چرم همواره از برتری خاصی برخوردار بوده است. این ویژگی فرهنگی چرم، مزیت طبیعی منحصر به فردی را در مقایسه با سایر مواد غیر طبیعی با منشا شیمیایی ایجاد کرده است. تغییر در هرم جمعیتی، تغییر در سبک زندگی، مدرنیزاسیون، وضعیت اقتصادی، ارتقای سطح تحصیلات و ... باعث ایجاد طبقه متوسط جدید در کشور شده است. ویژگیهای هویت بخشی، پرستیژ و تشخیص دهی چرم در فرهنگ عمومی جامعه تقریباً خصوصیتی است که می تواند به نیازها و خواسته های اجتماعی طبقه متوسط جدید، جامعه جوان کشور و جمعیت زنان فعال در عرصه های اجتماعی پاسخ گو باشد برتری های چرم، دوام و پایداری، حفظ شکل و جذابیت مخصوص است.

شهر تبریز، به لحاظ موقعیت خاص جغرافیائی از نظر قرار گرفتن در مسیر کاروان هائی که از چین و کشورهای شرق دور عازم کشورهای اروپائی بودند، مهد صنعت و تجارت بوده است. از این رو در سال ۱۳۰۷ اولین کارخانه چرم سازی کشور در شهر تبریز توسط آقای خسروی بنا نهاده شد.

در حال حاضر در تبریز حدود ۱۵۱ واحد فعال و نیمه فعال در زمینه چرم گاوی و اشبالت فعالیت دارند و سهم تبریز در تولید چرم کشور حدود ۷۰٪ است و با توجه به قدمت و اهمیت صنعت چرم و اهمیتی که این صنعت در میزان اشتغال و تولید دارد، ضروری به نظر می رسد عواملی را که مانع از



رشد و توسعه این صنعت شده اند را شناسائی کنیم.

با در نظر گرفتن حجم مشخص تقاضای داخلی در حال حاضر مهمترین مناطق تولید چرم، شهرهای تبریز، تهران و مشهد می باشد.

میزان اشتغال صنعت چرم حدوداً ۶۰۰۰ الی ۷۰۰۰ نفر می باشد.

میزان تولید چرم سنگین گاوی در کشور در حدود ۴۰ میلیون فوت مربع سالانه می باشد.

تقاضا برای چرم به دلیل افزایش ثروت و درآمد در حال افزایش است و همچنین افزایش در فروش کالاهای چرمی لوکس، لوازم منزل چرم و چرم های تودوزی اتومبیل است. افزایش درآمد سرانه در اکثر کشورهای آسیا همراه با تمایل به خرید کالاهای برند و گران و همچنین تک فرزندی و ... نشان از افزایش تقاضا برای چرم در این قاره دارد.

طبق آمار سازمان توسعه تجارت ایران در سال ۲۰۱۴ ایران با صادرات مجموعاً ۱۱/۵ میلیون دلار چرم سنگین سهمی معادل ۰/۰۵ درصد از این بازار بزرگ جهان را دارد.

بازارهای بزرگ صادراتی این محصولات ایتالیا، چین و هنگ کنگ می باشد. در سالهای گذشته ارزش صادرات صنعت چرم تا ۲۰۰ میلیون دلار نیز رسیده است. اما عمده محصولات صادر شده بصورت سالامبور بوده است. یعنی محصولی که تنها دارای ۱۰ درصد ارزش افزوده محصول نهایی است. سالامبور محصولی است که در حوزه مزیت نسبی نمی توان در مورد آن بحث نمود چرا که اکثر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه به لحاظ آلودگیهای زیست محیطی فرآوری سالامبور سعی می کنند این محصول را که دارای بخش اندکی از ارزش افزوده نهایی است از منشا خارجی وارد نموده و ارزش افزوده های اصلی را بروی آن بیافزایند. آمارها نشان می دهد در سال ۱۳۹۳ حدود ۸۲٪ صادرات محصولات دباغی سهم سالامبور و وتبلو بوده است.

مصرف نهایی چرم بر اساس فوت مربع مصرفی در سال ۲۰۱۰ طبق آمار سازمان تجارت جهانی، به



ترتیب؛ کفش با درصد ۵۳.۳ از کل چرم تولید شده جهان، لوازم و مبلمان منزل ۱۳.۵ درصد، لباس با ۱۱.۴ درصد، محصولات چرمی ۹.۱ درصد، اتومبیل ۸.۲ درصد، دستکش ۴.۳ درصد. بزرگترین بازار فروش چرم، تولیدکنندگان کفش است. به طور کلی در دنیا بیشتر چرم دنیا توسط تولیدکنندگان کفش خریداری می شوند. با افزایش ثروت مشتری، تقاضا برای مصرف کالاهای چرمی لوکس افزایش پیدا می کند. در این بین افزایش خرید اتومبیل با تودوزی چرم کیفیت بالا، نزدیک ۱۰۰ درصد بوده است. در اروپا ۷۰٪ ماشین های لوکس اروپائی دارای روکش چرم هستند، در حالیکه تمام اتومبیل های فروش رفته در چین دارای تودوزی داخلی چرم هستند. در بازار کفش در بین قاره ها، آسیا بزرگترین مصرف کننده (حدود ۴۰ درصد) می باشد.

با توجه به بازار بسیار وسیع محصولات چرم ضروریست مشکلات این صنعت احصاء و با حمایت دولت به منظور توسعه صادرات گام برداشت.

۱. کمبود پوست به دلیل کاهش کشتار در داخل که تولیدکنندگان این صنعت را با کمبود مواد اولیه مواجه کرده است.
۲. مشکلات مربوط به کیفیت پوست خام
۳. و جود دلالتان و واسطه گران تامین
۴. مشکلات مربوط به عرضه و کیفیت عرضه مواد شیمیائی
۵. کمبود نیروی انسانی ماهر، کمبود متخصصان با تجربه و صاحب علم
۶. فرسوده بودن و قدیمی بودن ماشین آلات باعث کاهش کیفیت محصول و عدم رقابت محصول نهایی با دیگر کشورها می گردد.
۷. عدم وجود سیستم های اطلاعاتی مناسب.

ایرادات و مشکلات  
مطروحه



۸. طولانی بودن دوره بازگشت سرمایه

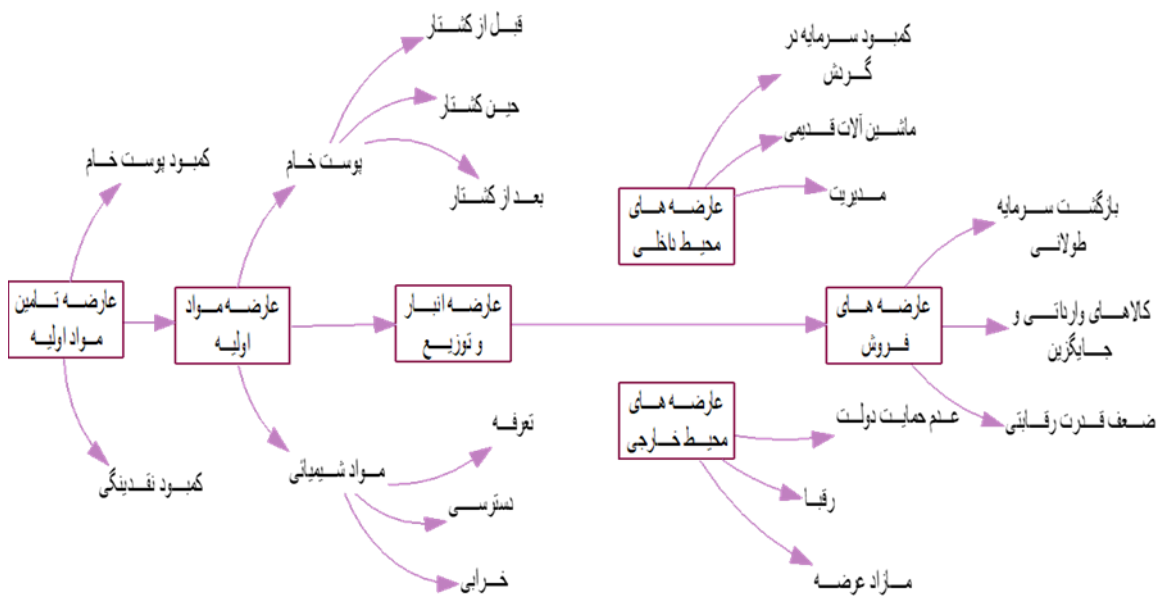
۹. کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش

۱۰. عدم حمایت از تولیدکنندگان در اعطای تسهیلات سرمایه در گردش

۱۱. مشکلات حوزه بازاریابی و بازاریابی و فروش

۱۲. موانع واردات و صادرات

در شکل زیر به طور کلی عارضه های مربوط به این صنعت آورده شده است.



جلسه کارگروهی با فعالین بخش خصوصی در چرمشهر تبریز برگزار گردید. در این جلسه مشکلات این صنعت بحپ و بررسی گردید و مقرر گردید پیشنهادات ارائه شده در نشست شورای گفتگو استان طرح موضوع گردد.

جمع بندی جلسه  
کارشناسی مورخ  
۹۸/۱۰/۲۱

۱. تاسیس هلدینگ صنعت چرم استان توسط بخش خصوصی و حمایت دولت در این خصوص  
۲. کمیته ای با حضور بخش خصوص و دولت تشکیل گردد و تکالیف بخش خصوصی و دولت در راستای توسعه این صنعت تدوین و اجرا گردد.

پیشنهادات



- |  |  |
|--|--|
| <p>۳. با همکاری استانداری، دستگاه های مربوطه و بخش خصوصی هنرستان چرم و کفش در محل شهرک چرمشهر تبریز احداث گردد.</p> <p>۴. دولت تمهیدات لازم جهت تسهیل واردات مواد اولیه (پوست خام) و مواد شیمیایی مورد نیاز این صنعت را در دستور کار خود قرار دهد.</p> |  |
|--|--|