



تلفن: ۱۳۷۲ شماره ثبت: ۸۰۷۷

جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران

تاریخ: ۱۳۹۶/۱۱/۲۸

شماره: ۱۲/۰۱/۱۱۱۷

پیوست: ندارد

بسمه تعالی

سرکار خانم مهندس محرابی

مدیر کل محترم دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت

با سلام

احتراما با استحضار می‌رساند بررسی‌های کارشناسی تیم تحلیل آماری «جامعه صنعت کفش ایران» درخصوص آمار صادرات انواع پایپوش (ردیف تعرفه ۶۴) در نه ماهه نخست سال جاری حاکی از آن است که مجموع ارزش دلاری صادرات و حجم وزنی این گروه کالایی نسبت به مدت مشابه در سال گذشته به ترتیب میزان ۱۱،۷ درصد و ۷،۲ درصد کاهش یافته است. همچنین تدقیق در این آمار، حاوی نکاتی است که ضرورت بازنگری در سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های صورت پذیرفته در آن دفتر محترم و سایر نهادها و سازمان‌های دولتی و عمومی درخصوص توسعه صادرات این گروه کالایی را بیش از پیش نمایان می‌سازد که در ادامه به آن‌ها اشاره خواهد شد.

الف) بررسی آمار صادرات (دلاری، وزنی و متوسط قیمت) انواع پایپوش به تفکیک مهم‌ترین بازارهای هدف صادراتی

۱- ارزش دلاری صادرات ردیف تعرفه ۶۴

مجموع ارزش دلاری صادرات انواع پایپوش در نه ماهه نخست سال جاری به میزان ۶۲،۷۶۱ میلیون دلار بوده است که نسبت به عدد ۷۱،۰۹۳ میلیون دلار در سال گذشته، کاهشی ۱۱،۷ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین ۹۱،۴ درصد ارزش صادرات کفش در نه ماهه ۹۶ متعلق به تنها سه کشور عراق با ۳۴،۷۴۵ میلیون دلار (۵۵،۴ درصد سهم)، افغانستان با ۱۷،۲۱۵ میلیون دلار (۲۷،۴ درصد سهم) و آذربایجان با ۵،۳۸۳ میلیون دلار (۸،۶ درصد سهم) بوده است و کشورهای ترکمنستان با ۲،۶۰۸ میلیون دلار (۴،۲ درصد سهم)، پاکستان با ۷۶۸ هزار دلار (۱،۲ درصد سهم) و گرجستان با ۶۸۰ هزار دلار (۱،۱ درصد سهم) در رتبه‌های بعدی قرار دارند که در مجموع این شش کشور ۹۸ درصد سهم از بازارهای هدف صادراتی را به خود اختصاص داده‌اند و ۲۶ کشور دیگر بازار هدف، در مجموع حائز تنها دو درصد سهم می‌باشند.

همانگونه که در جدول زیر مشاهده می‌گردد؛ درصد سهم بازار تجمعی (به لحاظ ارزش) سه کشور عراق، افغانستان و آذربایجان به میزان بیش از ۹۱ درصد باعث خواهد شد که کوچکترین تغییر در ارزش صادرات ناشی از روابط سیاسی یا تجاری و یا تحولات اقتصادی در هر کدام از این کشورها، تاثیر بسیار قابل توجهی را در مجموع صادرات انواع کفش ایران داشته باشد.



تأسیس: ۱۳۷۲ شمرد: ۸۰۷۷

تاریخ: ۱۳۹۶/۱۱/۲۸

شماره: ۱۲/۰۱/۱۱۱۷

پیوست: ندارد

جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران

بازار هدف صادراتی	سهم از ارزش صادرات در نه ماهه ۱۳۹۵	سهم از ارزش صادرات در نه ماهه ۱۳۹۶	درصد تغییر
عراق	۵۲٫۴٪	۵۵٫۴٪	۵٫۶۰٪
افغانستان	۳۰٫۴٪	۲۷٫۴٪	-۹٫۷۶٪
آذربایجان	۸٫۰٪	۸٫۶٪	۷٫۶۸٪
سایر کشورها	۸٫۲٪	۸٫۶٪	۴٫۸۷
مجموع	۱۰۰٪	۱۰۰٪	-

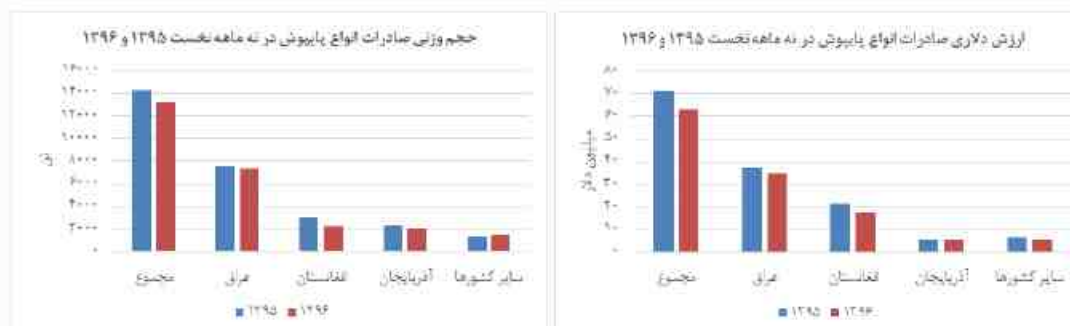
مصادق موضوع تمرکز در بازارهای هدف صادراتی و تاثیر بر آمار کل را می توان در کاهش سهم ۹٫۷۶ درصدی ارزش صادرات به افغانستان در مقایسه با مدت مشابه در سال گذشته مشاهده نمود که به دلایلی از جمله انتقال دانش و تکنولوژی تولید از فعالان افغانی مشغول در ایران به کشور خود و همچنین بالارفتن قیمت تمام شده پاپیوش صادراتی ایران به افغانستان ناشی از افزایش قیمت مواد اولیه صنایع بالادستی پتروشیمی دانست که این امر دلیل بخش عمده ای از کاهش ۱۱٫۷ درصدی کل صادرات کفش ایران است.

همچنین به لحاظ گستره جغرافیایی بازارهای هدف صادراتی نیز هر سه کشور عراق، افغانستان و آذربایجان همسایه های مرزی ایران (همسایگی مرزی سطح یک) هستند و از میان کشورهای همسایه (همسایگی مرزی سطح دو) تنها ترکمنستان و گرجستان هرکدام دارای کمی بیش از ۱ درصد سهم از بازارهای صادراتی کفش ایران هستند و تمامی ۲۶ کشور مستقر دیگر در همسایگی مرزی سطح دو و سه مجموعاً تنها ۲ درصد سهم از کل ارزش صادرات را به خود اختصاص داده اند که این موضوع ضرورت متنوع سازی سبد بازارهای هدف صادراتی گروه کالایی پاپیوش را تبیین می نماید.

۲- حجم وزنی صادرات ردیف تعرفه ۶۴

از نظر وزنی هم مجموع حجم وزنی صادرات انواع پاپیوش نیز در نه ماهه نخست سال ۱۳۹۶ به میزان ۱۳۱۵۲ بوده است که در مقایسه با رقم ۱۴۱۷۴ تن در سال گذشته، کاهشی ۷٫۲ درصدی را نشان می دهد. به لحاظ درصد سهم از حجم وزنی نیز سه همچنان همان سه کشور کشور عراق با ۵۵٫۴ درصد، افغانستان با ۱۷٫۴ درصد و آذربایجان با ۱۵٫۸ درصد دارای بیشترین سهم (با مجموع ۸۸٫۶ درصد) می باشند و ۲۹ کشور دیگر حائز ۱۱٫۲ درصد سهم هستند.

بطور خلاصه، آمار مقایسه ای ارزش دلاری و حجم وزنی صادرات انواع پاپیوش ایران در نه ماهه نخست سال های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ در نمودارهای زیر آمده است:



تهران، خیابان مطهری، خیابان میرزای شیرازی، نیش خیابان ۲۲، پلاک ۱۷۴، طبقه اول، تلفن: ۸۸۸۹۱۱۹۷-۸، فاکس: ۸۸۹۰۲۳۵۹

www.assomes.ir

info@assomes.ir

صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۹۵۹۱

کد پستی: ۱۵۹۶۸۱۶۷۲۳



تأسیس: ۱۳۷۲ شمردیت: ۸۰۷۸

جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران

تاریخ: ۱۳۹۶/۱۱/۲۸

شماره: ۱۲/۰۱/۱۱۱۷

پیوست: ندارد

۳ - متوسط قیمت صادراتی ردیف تعرفه ۶۴

متوسط قیمت کفش صادراتی (دلار به کیلوگرم) در نه ماهه نخست سال جاری نیز ۴,۷۷ دلار بوده است که نسبت به مدت مشابه در سال گذشته که ۵,۲۲ دلار بوده؛ ۸,۲۷ درصد کاهش داشته است. همچنین به لحاظ بازار هدف صادراتی متوسط قیمت در نه ماهه ۱۳۹۶ در عراق ۴,۷۶ دلار، در افغانستان ۷,۵۲ دلار و در آذربایجان نیز ۲,۵۹ دلار می باشد. همچنین کشور ازبکستان با میانگین ۱۸ دلار دارای بیشترین قیمت متوسط کفش صادراتی ایران به بازارهای هدف است.

ب) بررسی دلایل کاهش صادرات انواع پایموش و ارائه راهکارهای پیشنهادی

همانگونه که پیش تر اشاره گردید؛ مجموع صادرات انواع پایموش در نه ماهه سال جاری نسبت به مدت مشابه در سال گذشته به لحاظ ارزش دلاری ۱۱,۷ درصد و به لحاظ حجم وزنی ۷,۲ درصد کاهش داشته است که مهم ترین دلایل این امر را می توان موارد ذیل دانست:

۱ - اصل بدیهی در توسعه صادرات آن است که تا زمانی که تولیدکننده نتواند در بازار داخلی نسبت به کالای مشابه خارجی مزیت داشته باشد؛ در بازارهای صادراتی نمی تواند توفیق چندانی حاصل نماید که جتابالی از دلایل عدم دارا بودن از این مزیت ها و وجود مسائلی از جمله چالش های مرتبط با نهادهای دولتی و حاکمیتی و همچنین صنایع بالادستی که منجر به افزایش هزینه های تولید می گردد (مانند حجم بالای ورود کفش قاچاق به بازارهای داخلی، اجرای ناقص قانون مالیات بر ارزش افزوده، مشکلات بیمه تامین اجتماعی، نوسانات قیمت ارز، قیمت بالای مواد اولیه نسبت به قیمت جهانی و...)، مشکلات مرتبط با وضعیت اقتصادی و شرایط نامساعد بازار مصرف (مانند طولانی شدن رکود، کاهش سهم هزینه کفش مصرفی خانوار، درصد بالای چک برگشتی و...) و معضلات مرتبط با عدم توانمندسازی صنعت کفش (مانند دور بودن صنعت کفش ایران از رقابت جهانی، پایین بودن تولید در مقیاس، وجود ماشین آلات مستهلک و...) مطلع هستید و همچنین این تشکل نیز در مکاتبه خود با آن دفتر محترم به شماره ۱۴/۰۱/۱۰۹۱ مورخ ۱۳۹۶/۱۱/۱۰ بطور تفصیلی بدان ها پرداخت؛ لذا راه کاری قوری در این خصوص آن است که موانع اصلی بر سر راه تولیدکننده ایرانی برداشته شود و ضمن فراهم نمودن توان رقابتی، زمینه نفوذ در بازارهای صادراتی برای صادرکننده کفش ایران ایجاد گردد.

۲ - همانطور که مستحضرید ۹۵ درصد از سهم صادرات انواع پایموش ایرانی متعلقه به کفش های غیر چرمی است که مواد اولیه مورد نیاز آن در صنایع بالادستی پتروشیمی تولید و در مواردی نیز بطور انحصاری در بازار بورس کالا عرضه می گردد که متأسفانه در سال جاری شاهد افزایش بی رویه و عدم ثبات در نحوه عرضه برخی از این مواد اولیه بودیم. بعنوان مثال، درخصوص ماده اولیه دی اتیل، هگزانول (الکل) که کاربرد اساسی در تولید روغن دی اوپی دارد و به تبع آن تاثیر مستقیم بر صنایع گرانول سازی، زیره و رویه کفش و صندل و چکمه صادراتی می گذارد؛ در سال ۱۳۹۶ شاهد بحرانی ترین شرایط بوده ایم. به نحوی که مقایسه میانگین قیمت معامله شده الکل در تاریخ ۱۳۹۶/۱۱/۱۱ نسبت به ۱۳۹۶/۰۱/۱۶ افزایشی ۵۱ درصدی را نشان می دهد و نسبت قیمت معامله شده به قیمت پایه (قیمت جهانی) این ماده اولیه در این دو تاریخ ذکر شده ۱,۷۸ درصد بوده است. حال با این نوسانات قیمت، چگونه صادرکننده کفش ایرانی می تواند تعهدات صادراتی خود را ایفا نماید و به فکر توسعه بازارهای بین المللی برای خود نیز باشد؟



تأسیس: ۱۳۷۳ شمرد: ۸۰۷۷

تاریخ: ۱۳۹۶/۱۱/۲۸

شماره: ۱۲/۰۱/۱۱۱۷

پست: ندارد

جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران

- ۳ - عدم تنوع در سبد بازارهای هدف صادراتی منجر بدان شده است که روابط سیاسی یا اقتصادی جمهوری اسلامی ایران با هریک از سه کشور عراق، افغانستان و آذربایجان و یا تحول در شرایط تولید و واردات این کشورها، تاثیر بسیار چشمگیری در مجموع صادرات انواع پایپوش ایرانی بگذارد که نمونه آن کاهش حدود ۱۰ درصدی به لحاظ ارزش دلاری در نه ماهه ۱۳۹۶ نسبت به سال گذشته در بازار افغانستان است که به عقیده کارشناسان بدلیل استقرار تجهیزات تولید پایپوش در کشور افغانستان و یا عوامل دیگر می باشد. به همین خاطر نیاز است تا با پیاده سازی سیاست های حمایتی دولتی برای صادرکنندگان ایرانی (مانند حضور در نمایشگاه های مطرح در زنجیره ارزش چرم و کفش جهان و یا ویتترین گردی بین المللی) زمینه برای ورود به کشورهای دیگر بتوان نمونه روسیه را در سبد بازارهای صادراتی صادرات کفش ایران فراهم آورد تا از این طریق علاوه بر ارتقای جایگاه صادراتی صنعت چرم و کفش کشور، تاثیرات ناگهانی در بازارهای هدف نیز کاهش یابد.
- ۴ - از سوی دیگر عدم تنوع در سبد محصولات صادراتی ایرانی در گروه پایپوش و سهم بسیار پایین حدود ۵ درصدی کفش چرمی در این سبد (در حالیکه متوسط سهم صادرات کفش چرمی در جهان به لحاظ ارزش حدود ۴۰ درصد و در کشورهای همسایه همچون ترکیه حدود ۵۰ درصد است)، باعث گردیده تا صادرات کفش ایران از مزیت ارزش افزوده بالای ایجاد شده در گروه چرمی بی نصیب بماند. به همین خاطر نیاز است تا با توجه به مشکلات جدی تر در فرآیند تولید انبوه کفش چرمی صادراتی، برنامه ریزی صحیحی درخصوص تنبیر ریل از کفش غیرچرمی به کفش چرمی صورت پذیرد.

لذا با عنایت به راهکارهای فوق و همچنین ضرورت استفاده از نظرات سایر کارشناسان و خبرگان صادرات در زنجیره ارزش چرم و کفش؛ امیدواریم با طرح این مسائل در کارگروه ارتقای تولید و صادرات صنعت کفش و صنایع وابسته و همچنین با برداشته شدن موانع تولید از سر راه صادرکنندگان ایرانی و پیاده سازی سیاست های دولتی در حوزه توسعه صادرات؛ شاهد ارتقای جایگاه صادراتی صنعت چرم و کفش کشور باشیم.



رونوشت جهت استحضار

اعضاء محترم هیات مدیره جامعه صنعت کفش ایران