

تأثیرات همه‌گیری کرونا



آلمان (-۶,۰) و انگلستان (-۹,۸) که روند نزولی داشتند، جایگاه بهتری داشت. دلیل این عملکرد بهتر چین را می‌توان به پروژه‌های زیربنایی تحت حمایت دولت این کشور نسبت داد. تولید چین تا سپتامبر ۲۰۲۰، ۶,۹ درصد و صادرات آن تنها در ماه سپتامبر، ۹,۹ درصد افزایش یافت که بیشتر به دلیل بالا بودن تقاضاها از سوی آمریکا بود. این آمار و ارقام با تکمیل پروژه‌های زیربنایی و آمدن موج‌های بعدی شیوع کرونا تغییر خواهند کرد. فروش خرده‌فروشی در چین در این مدت نسبتاً ثابت باقی ماند. گرچه در ماه سپتامبر فروش از ۵,۳ به ۳,۳ درصد رسید که بعد از ۷ ماه رکود، دومین ماهی بود که حکایت از افزایش فروش داشت. نرخ بیکاری در این ماه با ۵,۴ درصد، فقط ۰,۲ درصد از پایان ۲۰۱۹ بالاتر بود. با دستور بازگشایی کارخانجات در ماه مارس، تولید در چین رشد خوبی پیدا کرد. به نظر می‌رسد در این شرایط کرونازده، چین تنها اقتصاد بزرگی است که توانسته آثاری از رشد از خود نشان دهد. ویتنام نیز با رشد ۷,۲ درصدی خیز خوبی برای سال ۲۰۲۱ برداشت. پیش‌بینی‌ها در پایان این سال، کاهش حداقل ۴,۴ درصدی تولید ناخالص جهانی بود.

مهم‌ترین رویداد سال ۲۰۲۰ شیوع ویروس کرونا بود. ابتدا تصور بر آن بود که شیوع کووید ۱۹ محدود به همان شهر ووهان چین باشد که از آن شروع شده بود. خرده‌فروشان بزرگ پوشاک مانند پریمارک، اچ اند ام و زارا به عرضه‌کنندگان در ترکیه و همچنین خرده‌فروشان کفش در سراسر دنیا به تولیدکنندگانی در ویتنام، کامبوج و اندونزی به جای چین رو آوردند با فرض بر اینکه تأخیر تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان چینی در نهایت سه ماه طول خواهد کشید. اما واقعیت این است که گسترش فاجعه‌بار این بیماری در طول سال گذشته، اثرات مخربی بر پیکره اقتصاد جهان وارد کرد و خریداران غربی را واداشت تا درباره اتکای بیش از حد خود به چین بازنگری کنند. بیشترین اتکا به تولیدکنندگان چینی در بخش کفش‌های ورزشی و ایمنی دیده می‌شود. در روزهای پایانی اکتبر ۲۰۲۰، براساس پیش‌بینی‌های انجام‌شده، تنها چین از میان کشورهای گروه ۲۰ توانست شاهد رشد ۱,۹ درصدی در تولید ناخالص ملی خود باشد که نسبت به رشد سال‌های قبل از آن در پایین‌ترین سطح قرار دارد. با این حال در مقایسه با دیگر کشورها مانند آمریکا (۳,۴-)،



اثرات احتمالی

از جمله اثرات احتمالی همه‌گیری ویروس کووید ۱۹ بر صنعت کفش می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- عملکرد تجارت اینترنتی از فروش فروشگاه‌های بسیار بهتر بوده است. به‌عنوان مثال، پیش‌بینی می‌شود فروش فروشگاه مجازی زلاندو که در آلمان است، ۱۰ تا ۲۰ درصد در سال جاری افزایش پیدا کند. به نظر می‌رسد با توجه به شرایط موجود، این رشد فروش در بخش اینترنتی همچنان روند صعودی داشته باشد، مگر اینکه دولت‌ها برای فروش اینترنتی مالیات تعیین کنند تا به فروش حضوری فروشگاه‌ها کمکی کرده باشند.

۲- بسیاری از خرده‌فروشان، کارمندان خود را مرخص و فروشگاه‌ها را تعطیل کرده‌اند و از این فرصت برای بازنگری در تجارت خود مانند تعداد، اندازه، موقعیت فروشگاه‌ها، کالا، اجاره‌ها، پایداری زنجیره عرضه، مسائل زیست‌محیطی و دیگر مواردی که به بقای آنها کمک می‌کند، استفاده کردند. از سوی دیگر، سوپرمارکت‌ها و کمپانی‌ها آمازون توانستند فروش خود را به شکل چشمگیری گسترش دهند که عمدتاً این فروش مربوط به فروش کفش‌های کم‌هزینه می‌شد.

۳- مروری بر اتکای بیش از حد تولیدکنندگان به چین و زنجیره‌های عرضه موجود باعث شد برخی به تغییر موضع و تکیه نکردن به تنها یک منبع واحد فکر کنند. صادرات کفش‌های چینی به آمریکا، از ژانویه تا سپتامبر ۲۰۲۰ به ۳۵,۸ درصد کاهش (بیش از ۴۰۰ میلیون جفت کفش) رسید. کامبوج تنها تولیدکننده‌ای بود که توانست فروش خود را به آمریکا با ۱۷,۹ درصد افزایش داده و به ۵,۸ میلیون جفت کفش برساند. با تمام این احوال، شاهد تعلیق بیش از ۲۰۰ کارخانه یا تغییر محل تولید با از دست رفتن بیش از ۵۰۰۰ شغل بودیم.

۴- مشکلات ناشی از کرونا با دیگر مشکلات بالقوه مانند جنگ‌های تجاری ترامپ و تحریم‌های احتمالی آمریکا بر چین و ایران و خروج انگلستان از اتحادیه اروپا بی‌هیچ دلیلی تشدید شد. با این حال، دورنمای تجارت برای سال ۲۰۲۱ روشن‌تر و امیدوارکننده به نظر می‌رسد.

۵- بیکاری در مقیاس بزرگ؛ فدراسیون کفش برزیل اعلام کرد ۶۰۰۰ نفر شغل خود را در این صنعت تا اواسط ۲۰۲۰ از دست دادند. پیش‌بینی رشد تولید کفش برزیل در سال ۲۰۲۰ که در ماه ژانویه ۲,۵ درصد بود تا ۲۹ درصد کاهش یافت و حجم صادرات این کشور نیز ۳۱ درصد کاهش داشت. این نشان می‌دهد تولید کفش بین ۱۹۰ تا ۲۶۵ میلیون جفت کفش می‌تواند کاهش داشته باشد.

۶- انتظار می‌رود برانگیختگی دولتی تجارت، نقش مهمی در برخی کشورها مانند آلمان ایفا کند.

۷- بیشتر کمپانی‌های کفش از تجارت‌های کوچک تا متوسط تشکیل شدند. آیا آنها هم تحت حمایت کمک‌های دولتی قرار می‌گیرند؟ در کشوری مانند آلمان، سیستم دولتی این بخش‌ها را بیشتر تحت پوشش قرار می‌دهد.

۸- کمپانی‌های تولیدکننده کفش‌های ایمنی به تولید ماسک‌های بهداشتی و دیگر محصولات مرتبط روی آورده‌اند. یکی از دلایل بدهی‌های به وجود آمده در اثر همه‌گیری کرونا می‌تواند به مشکلات زیربنایی این موسسات تجاری مربوط باشد.

۹- اگر دورکاری افزایش پیدا کند، تقاضا برای کفش نیز کاهش می‌یابد. گرچه می‌توان این عدم‌نیاز را با نیاز برای ورزش کردن، پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری بیشتر (که باز نیاز به کفش را افزایش می‌دهد) جبران کرد. پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری در دوران کرونا افزایش پیدا کرده که همین می‌تواند فرصت خوبی برای صنایع تولیدکننده این نوع کفش‌ها باشد.

به‌دنبال نشانه‌ها رفتن

از آنجاکه چین عملکرد بهتری نسبت به بقیه داشته و به‌عنوان مهم‌ترین تولیدکننده کفش، نقش محوری در توسعه این صنعت دارد، نقش آمریکا به‌عنوان مهم‌ترین مصرف‌کننده کفش جهان و خانه برندهای مهم کفش چه خواهد بود؟ از ژانویه تا سپتامبر ۲۰۲۰، مجموع واردات کفش به آمریکا با ۲۸ درصد کاهش به ۱۲۶۶,۷ میلیون جفت کفش رسید. واردات کفش از چین ۳۵,۸ درصد کاهش یافت و به ۷۴۱,۷ میلیون جفت کفش رسید که در مقایسه با ۱۱۵۶,۳ میلیون جفت کفش وارداتی در سال قبل از آن، کاهش چشم‌گیری را نشان می‌دهد. (ادامه دارد)

**مصطفی
کالای ایرانی
ضامن
اشتغال فرزندانمان**