

بازاری به وسعت بیش از ۱۷ میلیون کیلومتر مربع

فرصت سوزی کافی است



۲۰۲۰ میلادی روسیه بیش از ۳ میلیارد دلار واردات کفش به ثبت رسانده که سهم ایران از این بازار فقط ۵۲ هزار دلار بود؛ در حالی که سهم ویتنام از این بازار عدد بزرگی بود. وی افزود: ما از بازار بسیار بزرگ روسیه جا ماندیم. این فعال بازار کفش تصریح کرد: کشوری که ارزآوری نداشته باشد، نمی‌توان از آن انتظار رشد داشت. ورود ارز کمک می‌کند تا صنعتی توسعه پیدا کرده و شکوفا شود. وی یادآور شد: دو دهه قبل صنعت شکلات ایران بزرگ نبود، اما امروز فقط یک شرکت سالانه ۶۵ میلیون دلار صادرات دارد که معادل کل صادرات صنعت کفش کشور می‌شود.



مهر ۱۴۰۲ دهمین نمایشگاه امپکس برگزار شد. در حاشیه نمایشگاه نشست خبری «فرصت‌های صادراتی کفش به کشور همسایه شمالی» موردبررسی قرار گرفت. روسیه بازار بزرگی است که صادرات کفش ایرانی به آن تازگی ندارد و در مقطعی روزی ۷ کامیون کفش از کشور به شوروی سابق صادر می‌شد.

مذاکره برای شفاف‌سازی

نمایشگاه امسال بازدیدکننده خارجی هم داشت که سفیر عربستان از آن جمله بود. عربستان می‌تواند یکی از بازارهای هدف کفش ایرانی باشد که نیاز به رایزنی بیشتری دارد. با توجه به تغییرات جهانی صنعتگران باید برای ادامه حیات خود فرصت‌های صادراتی را غنیمت بشمارند. در این راستا کمیسیون صادرات جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران برنامه‌های جدیدی برای توسعه بازارهای جهانی صنعت کفش دارد.

علی لشکری، عضو هیات مدیره جامعه صنعت کفش

ایران از مذاکره نمایندگان تجاری ایران با هم‌تایان روسی گفت و از شفاف‌سازی بازار که چگونه کفش ایرانی راه خود را به این بازار بزرگ باز کند. سالانه ۱۴ نمایشگاه کفش در شهرهای مختلف روسیه برگزار می‌شود که هر نمایشگاه فرصت مغتنمی است که می‌تواند بستر صادرات کفش ایرانی را فراهم کند. اهمیت ارزآوری برای یک صنعت بازار جهانی کفش یک صنعت چند میلیارد دلاری است. محصولات کفش معمولاً از چرم، منسوجات و طیف وسیعی از مواد مصنوعی ساخته می‌شوند. سال ۲۰۲۲ میلادی ارزش جهانی کفش تقریباً ۳۸۲ میلیارد دلار برآورد شد. روسیه یکی از بازارهای بزرگ کفش است که پیش‌بینی شده تا پایان سال ۲۰۲۳ درآمد آن به ۷ میلیارد دلار برسد. کفش چرمی بیشترین سهم را در این بازار دارد. احمد خادم یکی از تولیدکنندگان کفش در نشست خبری فرصت‌های صادراتی کفش به بازار روسیه گفت: سال

همه

با هم

رشد کنیم

بازاری تشنه

در ادامه احمدعلی مهدی‌پور، دبیر کمیسیون صادرات جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران، گفت: امسال در نمایشگاه روسیه ایران فقط ۷۰ متر غرفه داشت این در حالی است که فرصت بازار روسیه را نباید از دست داد. وی افزود: همسایه شمالی ایران سالانه ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان واردات کفش و کیف دارد که نسبت به قبل ۱/۸ درصد رشد داشته است. وی با بیان اینکه هر سال ۴۳۸ میلیون جفت کفش در روسیه به فروش می‌رسد، اظهار کرد: کفش چرمی در این بازار اقبال زیادی دارد و بخش اعظمی از واردات مربوط به کفش‌های چرمی است. این مقام صنفی ادامه داد: با آغاز جنگ روسیه و اوکراین در سال ۲۰۲۲ حدود یک میلیارد دلار خلأ در حوزه واردات کفش ایجاد شد که چین و ترکیه تلاش می‌کنند این سهم را از آن خود کنند.

مهدی‌پور با اشاره به موقعیت جغرافیایی ایران، عنوان کرد: ایران در بین دو کشور ترکیه و چین از موقعیت بهتری برخوردار است، زیرا حمل بار از ایران به روسیه فقط ۱۰ روز به طول می‌انجامد، در حالی که این زمان برای چین حدود ۶۰ روز است.

پای لنگ صادرات کجاست؟

مهدی‌پور در ادامه سخنان خود به چالش‌های پیشروی صادرات کفش از ایران اشاره کرد و گفت: نخستین مسئله به بی‌نظمی در تولید برمی‌گردد؛ عدم رعایت موارد ضروری مانند نداشتن بند برخی کفش‌ها و... نمونه‌ای از آن است. دومین موضوع به عدم رعایت زمان‌بندی از سوی تولیدکننده برمی‌گردد. اگر سفارشی پذیرفته می‌شود باید صنعتگر پایبند به زمان بوده و در موعد مقرر کالا را تحویل دهد. از این مسئله کمتر از سوی تولیدکنندگان ایرانی رعایت می‌شود. تفاوت در دیدگاه‌ها به لحاظ رعایت شاخص‌های کیفی موضوع سوم است. مشکل چهارم، عدم کنترل کیفیت بوده که صادرات را برای صنعتگران ایرانی دچار چالش کرده است. مهدی‌پور اضافه کرد: مشکلات عدم ثبات قیمت‌ها، مسئله بسته‌بندی و چالش گمرک از موانع فرعی است که برای رونق صادرات باید این فضا تسهیل شود.



حساسیت‌های صادرات به همسایه شمالی

دبیر کمیسیون صادرات جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران بایان اینکه دریافت نشان «راستی» روسیه راه ورود کالا به بازار روسیه است، عنوان کرد: در این راستا لازم است جزئیات ریز مانند مواد اولیه، نوع موادی که در رویه، آستر و... به کار رفته، ارتفاع ساق کفش و... به طور کامل به دولت روسیه ارائه شود تا نشان راستی صادر شود. وی یادآور شد: این حساسیت درباره کفش کودک بیشتر بوده و مشخصات کارخانه، انبار، شرکت حمل‌ونقل و... با کد QR باید در اختیار خریدار قرار گیرد.

چالش‌های پیشروی صادرات کفش از

ایران اشاره کرد و گفت: نخستین مسئله به

بی‌نظمی در تولید برمی‌گردد؛ عدم رعایت

موارد ضروری مانند نداشتن بند برخی

کفش‌ها و... نمونه‌ای از آن است. دومین

موضوع به عدم رعایت زمان‌بندی از سوی

تولیدکننده برمی‌گردد



یک موفقیت چشمگیر

در ادامه احمد خادم خبر داد که یک تولیدکننده ایرانی موفق شده با ورود به بازار این کشور حتی اولین کارخانه ایرانی کفش را راه‌اندازی کند. سهام این کارخانه ۱۰۰ درصد برای طرف ایرانی است. به گفته این تولیدکننده کفش ایرانی به لحاظ کیفیت و قیمت توان رقابت با کفش چینی را دارد؛ ضمن اینکه به لحاظ قالب و سایزبندی بین پای ایرانیان و روس‌ها سازگاری وجود دارد.

خادم بایان اینکه ورود به بازار روسیه بسیار سختگیرانه انجام می‌شود در پایان گفت: روس‌ها براساس اصول و با نظم بسیار فعالیت دارند؛ بنابراین ورود کفش ایرانی به این بازار بزرگ، بستری برای ورود سایر محصولات ایرانی نیز باز خواهد کرد. فراموش نکنیم دو دهه قبل سالانه ۱۱۰ کانتینر کفش از تبریز به روسیه صادر می‌شد که هر کانتینر ۱۵ هزار جفت کفش در خود جا می‌داد.



همکاری بین نسلی که برای اغلب سازمان‌ها ناشناخته است
متحول کننده اصلی ما است

