



از نمایشگاه امپکس ۱۴۰۲ تا نمایشگاه قم عرض اندام ملی زنجیره صنعت کفش و پوشاک



فارغ از ارزش‌گذاری این رویکردها، تمایز استراتژیک امپکس را می‌توان در حضور زنجیره صنعت پوشاک ارزیابی کرد. به عبارت ژورنالیستی می‌توان رخداد امسال را به عرض‌اندام زنجیره صنعت پوشاک تشبیه کرد؛ چراکه از یک سو زنجیره کامل صنعت چرم و کفش حضور داشتند که خود شامل عرضه‌کنندگان مواد اولیه، کالاهای مکمل، ماشین‌آلات و محصول نهایی می‌شدند و از سوی دیگر زنجیره نساجی به صورت کامل حضور داشت. در کنار این‌ها ماشین‌آلات و تجهیزات مرتبط با این صنایع نیز حضور داشتند، ضمن اینکه برگزاری هم‌زمان نمایشگاه پوشاک و مد نیز این زنجیره را نهایی کرده بود.



بگذریم از اینکه انتقادهای همیشه پابرجاست. مثلاً اینکه برخی معتقدند چرا امپکس ۱۴۰۲ بدون تقارن با تعطیلات پایان هفته برگزار شده که باعث شده تعداد کمتری بازدیدکننده از نمایشگاه دیدن کنند یا اینکه حضور پوشاک‌ها باعث بازدید کمتر از کفش شده است؛ اگر از این دست انتقادهای بگذریم، مهم‌ترین پرسشی که باقی می‌ماند این است که رهیافت نمایشگاه امسال چه بوده است؟ نقاط قوت خود نمایشگاه چه بود و انعکاس این نقاط قوت برافزایش توانمندی‌های صنعتی چیست و از آن سوی نقاط ضعف کجاست و چه می‌توان برایش انجام داد. حال اگر بخواهیم تحلیل جامع‌تری نسبت به وضعیت زنجیره صنعت کفش داشته باشیم روزهای پایانی آبان‌ماه، مصادف با نمایشگاه تخصصی ماشین‌آلات قم است. رخدادی که اگرچه نخستین است، اما برگزاری موفق نمایشگاه قم‌شوز و حضور موثر بازیگران داخلی و خارجی از یک سوی موجب استقبال تولیدکنندگان از این نمایشگاه شده و از سوی دیگر، انتظارات این است که به قول مسئولان برگزاری نمایشگاه این اولین بهترین در نوع خود باشد. در هر صورت، نزدیک بودن نسبی زمان این دو رخداد مهر و آبان ۱۴۰۲ را به بازه زمانی برای عرض‌اندام ملی زنجیره صنعت کفش بدل کرده است و از آن سوی مبتنی بر داده‌های آن می‌توان یک نگاه جامع نسبت به موقعیت‌ها و چالش‌های زنجیره صنعت کفش ارائه داد. آنچه در پی می‌آید تلاشی در همین مسیر است.

عرض‌اندام زنجیره صنعت پوشاک و کفش در ارتباط با نمایشگاه‌ها دو دیدگاه کلی وجود دارد. یک دیدگاه بر این باور است که نمایشگاه باید به صورت تخصصی روی یک موضوع خاص محدود و متمرکز شود. به عنوان مثال، نمایشگاه تجهیزات صنعت کفش یا نمایشگاه مد و این رویکردی است که در این سال‌ها بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. رویکرد دیگر نیز به نمایشگاه‌های فراگیر معتقد است حال این فراگیری می‌تواند از یک محدوده اندک تا یک بازه گسترده را پوشش دهد.

مصطفی
کالای ایرانی
ضامن
اشتغال فرزندانمان

مهندس دلشاد از فعالان صنعت کفش در ارتباط با مشارکت این طیف کامل از صنایع مرتبط چنین معتقد است این یکی از نقاط قوت نمایشگاه است. به سبب اینکه این زنجیره در بسیاری موارد دارای همپوشانی است که به سبب عدم ارتباط با یکدیگر این نقاط مشترک و همپوشانی‌ها باعث هم‌افزایی نمی‌شوند؛ این در حالی است که خود من در بازدیدي که از بخش نساجی داشتم یکی از محصولاتی که می‌تواند در صنعت کفش نیز کاربرد داشته باشد را پیدا کردم که مدت‌ها در پی آن بودم. البته اگر بخواهیم تحلیل واقع‌بینانه‌تری ارائه دهیم هرچند نمایشگاه ترکیب ۴ رخداد بود، اما نگاه تخصصی در هیچ‌کدام از آنها نادیده گرفته نشده بود. به عبارت بهتر، ۴ نمایشگاه متفاوت و البته مستقل که تنها عنصر همزمانی در بین آنها قابل مشاهده بود، اما همین همزمانی فرصتی را فراهم کرده بود که توانمندی‌های زنجیره صنعت پوشاک و حتی تفاوت‌ها و تمایزهای هرکدام از آنها را به خوبی به نمایش می‌گذاشت. به‌عنوان مثال در حالی که طیف شرکت‌کنندگان و حتی شیوه غرفه‌آرایی نمایشگاه در بخش صنعت کفش نشان می‌داد ساختار صنایع آن، صنایع کوچک و متوسط است در بخش نساجی همه‌چیز بیانگر وجود واحدهای قدرتمند صنعتی بود و البته پوشاک از سویی بیانگر ظرفیت‌های بالقوه بود و از سوی دیگر، نقصان‌هایی مانند فقدان برندسازی و نبود ساختارهای قدرتمند صنعتی به‌خوبی خود را نشان می‌داد.

کفش در مسیر توسعه تخصصی

یکی دیگر از ویژگی‌های نمایشگاه امپکس امسال حضور تولیدکنندگان کفش‌های تخصصی به‌ویژه در حوزه کفش‌های کوه و طبیعت‌گردی بود. قطب تولید کفش جنوب غرب تهران بیش از دو دهه است به قطب تولید انواع کفش‌های کتانی و ورزشی تبدیل شده است. به یاد دارم حدود دو سال پیش در بازدیدی از این واحدهای تولیدی، تولیدکنندگان ضمن اذعان به توانمندی‌های این بخش معتقد بودند هنوز جای پیشرفت کیفی زیادی وجود دارد. در همین ارتباط، امیر محمدی، یکی از تولیدکنندگان جنوب غرب تهران در نمایشگاه امپکس در گفت‌وگو با ماهنامه صنعت کفش چنین می‌گوید: واقعیت این است که صنعت کفش در بخش ورزشی در این سال‌ها رشد قابل‌توجهی داشته است. به‌ویژه در بخش مدلینگ اغراق نیست اگر بگوییم یک تحول بزرگ اتفاق افتاده، اما واقعیت این است که در بخش کیفی به‌ویژه در بخش زیره جای رشد زیادی وجود دارد. به عبارت بهتر به جهت ظاهری تا حدودی توانسته‌ایم به رقبا نزدیک شویم، اما به جهت راحتی کارمان قابل رقابت نیست. این امر چند دلیل دارد که مهم‌ترین دلایلش به قطع ارتباط صنعت ما با دنیا بازمی‌گردد. از یک‌سو به جهت فناوری با تولیدکنندگان روز دنیا مرتبط

نیستیم و از سوی دیگر، دسترسی به مواد مرغوب به‌دلیل تحریم‌ها کار آسانی نیست و در مواردی هم که ممکن است هزینه تمام‌شده محصولمان را افزایش می‌دهد. حال آنچه در نمایشگاه امپکس خودنمایی می‌کرد، قدرت‌نمایی تولیدکنندگان ورزش‌های ورزشی و تخصصی بود. هرچند جای تولیدکنندگان کفش ایمنی، به‌عنوان یک بخش مهم از کفش‌های تخصصی خالی بود، اما جای آن تولیدکنندگان کفش‌های ورزشی به خوبی توانمندی‌های خود را به نمایش گذاشتند و در کنار این‌ها تولیدکنندگان کفش کوه می‌توان گفت حضورشان متفاوت بود.



یکی از کوهنوردان در همین ارتباط به ماهنامه صنعت کفش گفت: هم‌اکنون تولیدکنندگان کفش کوه ایرانی، تولیدات قابل‌قبولی را به بازار عرضه می‌کنند ضمن اینکه قیمت‌شان نیز با رقبای خارجی قابل مقایسه نیست، اما باید توجه داشته باشیم که کیفیت این کفش‌ها در حد قابل‌قبول است و به‌عنوان مثال برای تا یک ارتفاع مشخص قابل‌استفاده است. یکی از غرفه‌داران کفش کلوند که به‌عنوان یکی از بهترین برندهای کفش کوه ایران شناخته می‌شود نیز با تاکید بر همین نکته چنین می‌گوید: کفش کوه با مرگ و زندگی کوهنورد مرتبط است و به همین دلیل ما نمی‌توانیم در تبلیغات خود اغراق کنیم. کفش‌های تولیدی ما تا ارتفاع حدود ۵ هزار متر کارایی خوبی دارد و حتی می‌توانیم ادعا کنیم با رقبای خارجی قابل رقابت هستند. ضمن اینکه به جهت قیمتی با قیمت بسیار مناسبی عرضه می‌شود. به‌عنوان مثال، گاهی اوقات یک کفش کوهنوردی بالاتر از سطح ۵ هزار متر می‌تواند تا حدود ۱۰۰۰ دلار قیمتی داشته باشد و سایر کفش‌های معمولی نیز از کف قیمتی ۲۰۰ دلار شروع می‌شوند در صورتی که کفش ایرانی با حدود ۸۰ دلار به‌دست مصرف‌کننده می‌رسد و به خوبی نیازهای کوهنوردی تا این حد ارتفاع را پاسخ می‌دهد. ضمن اینکه به جهت وزن که بسیار تعیین‌کننده است در کفش کوهنوردی نیز ما کفش‌هایمان استانداردها را پاسخ می‌گوید.

رکود، جهانی است

اگر بنا بر روایت باشد باید گفت حضور چینی‌ها در بخش نمایشگاه نساجی از حد مشارکت معمول فراتر بود و به عبارت بهتر با حضور پائوینی و غیرپائوینی بخش مهمی از نمایشگاه نساجی را قرق کرده بودند. البته جنس صنعت نساجی و ساختار صنعت، گونه و وجود واحدهای صنعتی بزرگ و همچنین مزیت‌های چین در عرضه مواد اولیه و ماشین‌آلات مرتبط با نساجی نیز این امر را تشدید می‌کرد. از آن‌سوی در نمایشگاه کفش، در کل حضور خارجی‌ها بسیار کم‌رنگ بود. به صورت تقریبی می‌توان گفت هیچ تولیدکننده خارجی به طور مستقل در نمایشگاه حضور پیدا نکرده بود و بخشی از شرکت‌ها و به صورت خاص تولیدکنندگان ترک که نمایندگان‌شان در ایران فعال هستند به نمایندگی از شرکت مادر محصولات‌شان را عرضه کرده بودند.

شرکت سامان پایدار نوید نیز که یکی از مهم‌ترین شرکای ایتالیایی‌ها در ایران است امسال در نمایشگاه فعال بود؛ اما هر قدر رابطه کشور با غرب افول کرده، به همان میزان نیز حضور اروپایی‌ها در این نمایشگاه محدود شده بود و تنها دو یا سه نماینده شرکت ایتالیایی در غرفه سامان پایدار نوید فعال بودند، ضمن اینکه برگزاری کارگاه‌های آموزشی نیز در مقایسه با سال‌های گذشته بسیار محدودتر بود. یکی از این شرکت‌کنندگان، تولیدکننده چسب بود. در گفت‌وگوی با وی نظرش را درباره حضور و همکاری با شرکای ایران جویا شدم. او در پاسخ گفت: این برای سومین بار است که در این نمایشگاه شرکت می‌کنم. مدت زمان نمایشگاه برای ما طولانی است. زمان مطلوب برای ما دو روز است، اما اینجا مدت زمان نمایشگاه‌ها طولانی‌تر است. او در ارتباط با همکاری‌های اقتصادی نیز گفت: سابقه همکاری ما با شرکت‌های ایرانی بسیار طولانی بوده، اما دنیا به مشکل خورده است. رابطه ما با شرکای ایرانی هم که یک رابطه پایدار بوده، لطمه دیده است. فارغ از مسائل سیاسی، اقتصاد دنیا به هم ریخته است. از یک سو تورم کنترل نشده حاکم است و از سوی دیگر، رکود و سیاست‌های دولت‌ها برای کنترل تورم تولیدکنندگان را زمین‌گیر کرده است. جنگ هم که برای اروپا مزید بر علت بوده است. در هر صورت می‌دانیم که مشکلات اقتصادی تورم، رکود، بروکراسی اداری تنها مشکل ایران نیست و همه تولیدکننده‌ها در شرایط سختی قرار دارند و به همین علت است که شما می‌بینید حضور اروپایی‌ها هم بسیار محدود شده است.

امپکس نماد، قم پیشرو

نمایشگاه امپکس بیش از یک دهه است تبدیل به نماد صنعت کفش ایران شده است. همکاری ۷۷ تشکل صنعتی مشارکت‌کننده در این نمایشگاه زنجیره صنعت چرم و کفش و مواد اولیه و ماشین‌آلات آن را تضمین کرده و به همین دلیل می‌توان از امپکس به عنوان نماد صنعت کفش کشور یاد کرد. امپکس سال جاری علاوه بر زمان آنکه به جهت فصلی در زمان اعتدال آب‌وهوا برگزار شده بود، ویژگی‌های متمایزکننده بیشتری هم داشت. یکی دیگر از این تمایزها، حضور پررنگ‌تر اتاق بازرگانی در نمایشگاه بود. به طوری که میز مشاوره این اتاق در تشکل‌های مختلف هم در بخش نساجی و هم پوشاک و کفش و چرم فعال بوده و در زمینه‌های مختلف مالیاتی، تامین اجتماعی و راه‌اندازی کسب‌وکار خدمات مشاوره‌ای به شرکت‌کنندگان ارائه می‌کردند.

از سوی دیگر، باتوجه به اینکه زمان نمایشگاه بین یکشنبه تا چهارشنبه بود و در عمل تعطیلاتی وجود نداشت، به گمان برخی تعداد بازدیدکنندگان در مقایسه با سال‌های پیش کمتر بود و برخی نیز بازدیدکنندگان را تنها مشارکت‌کنندگان تخصصی می‌دانستند که یک نقطه قوت محسوب می‌شد؛ در هر صورت، اظهارنظر در این ارتباط نیازمند مطالعات دقیق‌تر اجتماعی مانند انجام نظرسنجی‌های دقیق علمی است. یکی دیگر از نقاط عطف نمایشگاه، بازدید سفرای کشورها از جمله سفیر عربستان از نمایشگاه بود. سفیر عربستان از غرفه جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران نیز بازدید کرد. این امر به نظر می‌رسد متاثر از فعال شدن بیشتر وزارت خارجه و توسعه دیپلماسی اقتصادی توسط این نهاد است که امید می‌رود در سال‌های آینده این رویه تداوم یابد و حتی تقویت شود.



مصرف
کالای ایرانی
ضامن
اشتغال فرزندانمان



اگر امپکس نماد است، نمایشگاه قم فرصتی است که به صورت تخصصی فرصت‌های موجود در صنعت کفش را عرضه می‌کند

وی در ادامه گفت: میزان استقبال از نمایشگاه قم‌شوز و حجم حضور مهمانان خارجی به حدی بود که بسیاری از تولیدکننده‌های کفش می‌گفتند که فرصت بازدید از نمایشگاه و به‌ویژه بخش ماشین‌آلات را پیدا نکرده‌ایم. سایر نظرسنجی‌ها نیز نشان داد بدنه صنعت وجود چنین فضایی را می‌طلبد و حالا نمایشگاه حاضر بر این اصل برنامه‌ریزی شده است. برای این نمایشگاه مانند قم‌شوز سازندگان ماشین‌آلات و تجهیزات از آلمان و ایتالیا و چین حضور دارند و در کنار آن همان رویکرد دعوت هدفمند از مهمانان هم دنبال شده است و از کشورهای آسیای میانه، پاکستان، افغانستان، ونزوئلا و سایر کشورهایی که پتانسیل همکاری وجود دارد، بازدیدکنندگان را دعوت کرده‌ایم با هدف اینکه بتوانیم به ارتقای سطح فناوری صنعت و همچنین توسعه صادرات ماشین‌آلات کمک کنیم.

می‌توان گفت اگر امپکس نماد است، نمایشگاه قم فرصتی است که به صورت تخصصی فرصت‌های موجود در صنعت کفش را عرضه می‌کند. امپکس شاید باید به همین شکل نمادگونه باقی بماند، اما از آن سوی در یک تقسیم‌کار با قم یا حتی تبریز می‌توان نمایشگاه‌های تخصصی را به موتور محرکه صنعت کفش تبدیل کرد؛ ضمن اینکه باید اذعان کرد در حالی که امپکس امسال از بعد بین‌المللی فاقد نقطه قوت بود- حتی در مقایسه با نساجی‌ها- قمی‌ها در همین شرایط تحریم و بسته بودن فضای کسب‌وکار به خوبی شرکای تجاری بین‌المللی را شناسایی می‌کنند و شاید در سال‌های آتی شاهد آن باشیم که قم و نمایشگاه‌های آن به نقطه عطف صنعت کفش ایران تبدیل شوند. حالا باید در روزهای پایانی آبان ماه نمایشگاه ماشین‌آلات و تجهیزات قم را به نظاره نشست تا بهتر بتوان درباره استراتژی تقسیم‌کار بین تهران و قم و حتی تبریز تحلیل ارائه کرد. هر آنچه هست امید می‌رود این توسعه نمایشگاهی باعث رونق هر چه بیشتر صنعت کفش شود.

در هر صورت، باتوجه به اینکه نمایشگاه امپکس، نماد صنعت کفش ایران است، بیشتر یک نمایشگاه عمومی صنعت کفش است. یعنی نه نمایشگاه تخصصی چرم و مواد اولیه است، نه نمایشگاه تخصصی ملزومات، نه ماشین‌آلات و نه مد، اما به نظر می‌رسد بهترین‌های هر بخش را می‌توان در امپکس یافت و حتی مشارکت اتحادیه‌ها و نهادهای هفت‌گانه نیز بیانگر همین امر است که امپکس نمایشگاهی از زنجیره صنعت کفش است.

از آن سوی نمایشگاه قم را می‌توان به نماد تخصص‌گرایی تشبیه کرد. واقعیت این است که استان قم در یک دهه گذشته پیشرفت خیره‌کننده‌ای هم در عرصه تولید کفش، هم در عرصه برندسازی و هم شبکه‌سازی برای صادرات داشته است. حالا قم تبدیل به یکی از پیشتازان این بخش شده است. نیروی متخصص، جوان، تحصیلکرده و خلاق به تولیدکنندگان کفش این استان این جسارت را داده که حالا امسال نخستین نمایشگاه تخصصی ماشین‌آلات و تجهیزات را برگزار کنند. اتفاقی که در جایگاه خود مثبت است.

نمایشگاه استان قم حدود ده سال قبل با برگزاری یک نشست تخصصی کوچک و مشارکت محدود تولیدکنندگان به صورت جانبی آغاز شد، اما از آنجا که توسعه صنعت کفش در این استان به صورت بومی نهادینه شده، در این سال‌ها به خوبی توانستند هم با کشورهای آسیای میانه و هم با بازار عراق ارتباط برقرار کنند و از این مسیر توسعه این صنعت را تضمین کنند. قمی‌ها همچنین در حد اعلای - البته در مقایسه با دیگران- دیپلماسی اقتصادی را نیز دنبال می‌کنند و به خوبی با کشورهای منطقه مرتبط هستند و شرکت‌کنندگان به نوعی می‌دانند که حضور در نمایشگاه‌های قم ارتباط مستقیم‌شان را با شرکای خارجی نیز برقرار می‌کند.

به نظر می‌رسد فعالان کفش در استان قم به خوبی ویژگی‌های این صنعت را می‌شناسند و با اتکا به توانمندی‌های استان‌شان به خوبی در این مسیر گام برمی‌دارند. در همین ارتباط، جواد شعبان‌زاده، رئیس ستاد برگزاری نمایشگاه تخصصی ماشین‌آلات قم در گفت‌وگو با ماهنامه صنعت کفش چنین می‌گوید: قم هم یکی از مهم‌ترین تولیدکنندگان کفش ماشینی است و هم به عنوان ترمینال صادراتی کفش کشور، جایگاه ویژه‌ای در این صنعت دارد. بر همین اساس، انجمن کفش ماشینی قم در تلاش است با استفاده از این پتانسیل بهترین فرصت‌ها را برای این صنعت فراهم بیاورد. هرچند محل برگزاری این رخدادها قم است، اما نکته مهم این است که ما نگاه ملی به این صنعت داریم. این موضوع را در نمایشگاه قم‌شوز اثبات کرده و حالا نمایشگاه ماشین‌آلات را هم با نگاه ملی برنامه‌ریزی کرده‌ایم و نقطه مطلوب این است که نقطه اتصال تمام بازیگران اصلی صنعت باشیم.

