



## بازار کفش ایران در چه شرایطی است؟

چندی پیش شرایط فعالان بازار کفش وضعیت تورم و آینده فعالان این بازار در شبکه اکوایران موضوع گفت و گو با حمید رضا پیش بهار، کارشناس آکادمی بانک سامان قرار گرفت. بنا به اهمیت موضوع خلاصه ای از این برنامه از نظر تان می گذرد.



انجام داده‌ایم و تطبیق آنها با آمارهای رسمی، نشان می‌دهد محصولات وارداتی، تورم حدود ۵۰ درصدی را در یک سال گذشته تجربه کرده‌اند. این شاخص برای محصولات داخلی، حدود ۳۷ درصد بوده و در نتیجه با توجه به سهم بازاری که گفته شد، به‌طور میانگین تورم ۴۲ تا ۴۳ درصدی را سال گذشته در بازار کفش داشته‌ایم.

### وارداتی‌ها بالاتر از تورم کل بود؟

پیش بهار: ما در نیمه دوم سال ۱۴۰۱ با افزایش حدود ۸۰ درصدی نرخ ارز روبه‌رو بودیم که تاثیر خود را در سال ۱۴۰۲ بر بازار کفش گذاشت و تورم کفش وارداتی و به‌طور کلی، تمام محصولات وارداتی بالاتر از محصولات داخلی شد. البته به‌طور غیرمستقیم هم با توجه به اینکه حدود ۳۰ درصد مواد اولیه مورد نیاز صنعت کفش کشور، وارداتی است، افزایش نرخ ارز به‌طور غیرمستقیم بر افزایش قیمت تمام‌شده محصولات داخلی هم تاثیرگذار بوده است.

حاضر امکان واردات رسمی و مستقیم وجود ندارد. از سوی دیگر، این تقاضا از بین نرفته و به سمت واردات غیررسمی، چمدانی و خرید از پلتفرم‌های مجازی سوق پیدا کرده است. این در حالی است که در بازار خرده‌فروشی هم ممنوعیت فروش محصولات وارداتی را هم درباره پوشاک و هم کفش داریم. در مقابل این سیاست، فعالان صنف به سمت فروش آنلاین رفته‌اند؛ یعنی به جای توسعه بنگاه خود به سمت فعالیت در کانال‌های موازی مانند کانال‌های آنلاین رفته‌اند تا فروش داشته باشند. در این شرایط، افزایش فعالیت مزون‌هایی را شاهد هستیم که در واحدهای غیرتجاری فعالیت دارند و به فروش انواع پوشاک و کفش می‌پردازند. چون بازار کفش و پوشاک بهم خیلی نزدیک هستند، مزون‌ها که تمرکز بر فروش پوشاک دارند، به‌عنوان محصول مکمل، کفش هم می‌فروشند.

به‌طور کلی بازار به این سمت رفته که محصولات باکیفیت را به سختی پیدا می‌کنیم و هزینه جست‌وجو چه برای خرده‌فروش و چه مصرف‌کننده به‌عنوان خریدار نهایی، به‌شدت افزایش یافته است.

### درباره تورم و سهم بازار به ما بگویید؟

پیش بهار: براساس آمارهای موجود، در حال حاضر حدود یک‌سوم بازار همچنان در اختیار محصولات وارداتی است. البته در ۵، ۶ سال اخیر، سهم بازار محصولات وارداتی کاهش یافته و به‌طور میانگین، دوسوم محصولات بازار، تولیدی هستند. پیمایش‌هایی که در یک سال گذشته

### نخست از نمای کلی بازار کفش و متغیرهای خرد و کلان آن برای ما بگویید؟

پیش بهار: وضعیت بازار کفش و پوشاک به هم نزدیک است و متغیرهای کلی بازار کفش از نظر سهم‌شان در سبد هزینه خانوار در کنار پوشاک قرار می‌گیرند. اگر بخواهیم درباره تاثیر متغیرهای کلان اقتصادی بر بازار صحبت کنیم، واقعیت این است که در سال‌های اخیر، از یک سو با کاهش درآمد واقعی خانوارها روبه‌رو بوده‌ایم و از سوی دیگر، هزینه مایحتاج اساسی مانند هزینه مسکن و مواد خوراکی و مصرفی خانوار به‌شدت افزایش یافته و در نتیجه سهم محصولات مانند پوشاک و کفش در سبد خانوار رفته‌رفته کوچک‌تر شده است. این امر به‌طور کلی رخ داده و در نتیجه آن، در این بخش‌ها برای فعالان اقتصادی فعالیت سخت‌تر، رقابت بیشتر و اندازه بازار کوچک‌تر شده است. علاوه بر آن، در سال‌های اخیر، اگر دوره بعد از کرونا و بازگشایی مدارس را فاکتور بگیریم، مشاهده می‌کنیم که این بازار به‌طور کلی در وضعیت رکود بوده است. در این میان، اگر متغیرهای درون‌ساختاری این بازار را در نظر بگیریم، طی سال‌های اخیر و بعد از افزایش تحریم‌های بین‌المللی، متاثر از شرایط شاهد سیاست‌هایی بوده‌ایم که اصلی‌ترین آنها محدودیت شدید واردات رسمی بوده که بر بازار پوشاک و کفش، تاثیرات زیادی گذاشته است. به‌عنوان نمونه، در برندهای شناخته‌شده کفش و پوشاک که قبلاً به راحتی وارد می‌شدند، در حال

## در حال حاضر فعالان بازار در فروش محصولات داخلی و خارجی با چه مشکلاتی روبه‌رو هستند؟

**پیش‌بهار:** نخست درباره کیفیت صحبت می‌کنیم تا بعد برسیم به چالش‌ها.

همان‌طور که اشاره شد طی سال‌های اخیر، هزینه جست‌وجو برای مصرف‌کننده بالا رفته و آنها تجربه این را داشته‌اند که محصولات بی‌کیفیت را خریداری کردند و از محصولات راضی نبودند، در نتیجه به‌طور کلی بازار به سمت دوقطبی شدن رفته به این معنی که نیمی از محصولات، محصولات ارزان قیمت و با قیمت‌های متوسط هستند که از کیفیت کمتری برخوردارند و نیمی دیگر از بازار محصولات گران قیمت است. البته این گران قیمت بودن لزوماً به معنای لوکس بودن نیست که صرفاً خانواده‌های برخوردار بتوانند آنها را خریداری کنند، حتی کسانی که درآمد‌های پایینی دارند، ترجیح می‌دهند در محصولاتی مانند کفش به جای اینکه بارها یک محصول بی‌کیفیت خریداری کنند، یک بار یک محصول باکیفیت بخرند. در نتیجه بحث اصلی در بازار کفش این است که چگونه می‌توانیم یک محصول با کیفیت و قیمت مناسب خریداری کنیم، بدون ترس از اینکه این محصول تقلبی باشد. مسئله اصلی این است که خانوارها در هر رده درآمدی که هستند بتوانند یک محصول باکیفیت خریداری کنند. با وجود اینکه در سال‌های اخیر افزایش قیمت دلار را داشتیم، هنوز هم تقاضای زیادی برای محصولات وارداتی وجود دارد، ضمن اینکه نمی‌خواهیم یک خط بکشیم که محصول ایرانی بی‌کیفیت است و محصول خارجی باکیفیت.

## در بازار کشور، فروش محصولات داخلی و وارداتی چه چالش‌هایی دارد؟

**پیش‌بهار:** اصلی‌ترین چالش فعالان صنعتی نوسانات پرتکرار قیمت‌هاست که تأثیر زیادی روی فروش کالا دارد. در این شرایط، نیاز به سرمایه در گردش فعالان صنعتی افزایش پیدا می‌کند، یعنی برای اینکه هر بار محصولی که به فروش رسانده‌اند را جایگزین کنند باید سرمایه در گردش بیشتری وارد کار کنند که هزینه‌براست.

نوسانات پرتکرار قیمت‌ها همچنین باعث سرگردانی مشتری می‌شود. مشتری به یک رنج قیمتی عادت کرده است و اینکه کمتر از یک ماه قیمت‌ها تغییر می‌کند، باعث کاهش تعداد مشتری‌ها می‌شود. حتی درباره محصولات داخلی، با توجه به اینکه رابطه بین عمده‌فروش‌ها و تامین‌کننده‌ها به سمتی رفته که دیگر نمی‌شود مانند گذشته خرید



اعتباری انجام داد، به‌طور کلی نقدینگی، خواب سرمایه و سودآوری نهایی واحدهای صنعتی با توجه به وضعیت بازار، به شدت کاهش پیدا کرده و فعالان بیشتر به سمت فروش محصولات دسته دوم رفته‌اند. یعنی رویکردی که قبلاً خیلی محدود و متعلق به درآمد‌های پایین بود، رایج شده است. در این میان، اصلی‌ترین موضوعی که بیشتر هم به آن توجه می‌کنند این است که خریداران محصولات داخلی، هنوز به برندهای داخلی اعتماد ندارند. در بازار محصولات خارجی، واردات رسمی انجام می‌شود و با توجه به اینکه قیمت ارز به شدت بالا رفته، اما هنوز از کالای خارجی حمایت می‌کنند که متأسفانه جوابگو نیست. وقتی واردات رسمی محصولاتی را متوقف می‌کنید و جایگزین مناسب و معتبری برای این محصولات در بازار داخلی ندارید، محصولاتی که قبلاً به‌طور رسمی وارد می‌شد از کانال‌های غیررسمی مانند قاچاق با کیفیت پایین‌تر و بدون مسئولیت‌پذیری برند وارد می‌شود. اینکه واردات اجناس دسته دوم در بازار زیاد شده که هزینه جست‌وجو حتی برای تأمین‌کننده کالا را هم افزایش داده و شرایط به سمتی رفته که قیمت‌گذاری کاملاً شخصی و بی‌قاعده انجام می‌شوند، قیمت ثابتی برای یک محصول خارجی ندارید، متناسب با هزینه‌هایی که برای واردات کالا انجام شده، به‌طور مستقیم و چمدانی وارد یا از طریق واسطه‌ها، قیمت‌هایی متفاوت است. از سوی دیگر، تنوع محصولات خارجی کمتر شده است. یکی از اصلی‌ترین عواملی افزایش فروش یک بنگاه، این است که بتواند محصولات متنوعی را در اختیار مشتری قرار دهد. از این نظر هم در مضیقه هستند.

این سیاست دولت که از فروش محصولات وارداتی در فروشگاه‌های رسمی جلوگیری می‌کند، به شدت باعث تقویت مزون‌ها و کانال‌های مجازی فروش این محصولات شده و در نهایت سهم بازار فروشندگان و اصناف برای فروش کفش، محدودتر و اندازه کلی بازار آنها اندکی کاهش پیدا کرده است. البته محصولاتی که اصناف می‌توانستند بفروشند به شدت محدود شده که ضربه بزرگی به فعالان صنعتی و بازار زده است. آنها هم اصلی‌ترین دلیل بروز این شرایط را سیاست‌های دولت در زمینه محصولات وارداتی و بعد از آن کالای قاچاق و بی‌کیفیت می‌دانند.

**بعد از سیاست‌های دولت، نوسانات ارز هست؟**  
**پیش بهار: بله. نوسانات ارزی.**

**همیشه به گونه‌ای استنباط این بوده که نوسانات ارزی در صدر چالش‌های فعالان بازار است.**

**پیش بهار:** همیشه گفته‌اند که سیاست‌های دولت به هیچ وجه مؤثر نبوده، اتفاقاً اوضاع بدتر شده است. اصلی‌ترین المان در بازار محصولات وارداتی، اعتماد مشتری است تا با خیال راحت یک کالای باکیفیت خریداری کند، که این امکان با توجه به سیاست‌های دولت از بین رفته است. اگر کوچک شدن بازار را کنار سایر چالش‌هایی مانند افزایش سرمایه در گردش و افزایش اجاره‌بها مخصوصاً در تهران قرار دهید، مجموعه این عوامل به ضرر فعالان صنفی است. فعالان صنفی شاهد هستند که در این بازار سیاست‌های دولت به‌طور مشخص روی کسب و کار آنها تأثیر منفی گذاشته است.



**با این حساب، رکود بر این بازار حاکم است؟**  
**پیش بهار: بله**

یکی دیگر از علل کاهش تقاضا به کیفیت محصولات وارداتی و تولید داخل برمی‌گردد. مصرف‌کننده‌ها ترجیح می‌دهند از محصولات باکیفیتی که در گذشته خریداری کرده‌اند، بهتر مراقبت یا آنها را تعمیر کنند. اگر هم بخواهند کالایی را خریداری کنند، خودشان مستقیم از طریق پلتفرم‌های خارجی یا سفرهای خارجی آن را تأمین می‌کنند. از یک سو، کیفیت تأثیر مستقیم روی تقاضا دارد و از سوی دیگر، برندهای شناخته‌شده کفش‌های ورزشی که از بازار خارج شدند، برای آنها جایگزین مناسبی عرضه نشد و این خود یکی دیگر از علل رکود در بازار است.

**باتوجه به عواملی که اشاره کردید، وضعیت رقابت در این بازار چگونه است؟**

**پیش بهار:** یکی از شاخص‌های اصلی درباره بازار این است که آیا اصناف در وضعیت سودآور هستند یا نه؟ در این زمینه، مابه‌التفاوت قیمت خرید و فروش کالا، یکی از شاخص‌های مهم است. هزینه بنگاهداری اصناف شهری به‌ویژه در شهر تهران به‌شدت افزایش پیدا کرده است. هزینه بنگاهداری شامل مالیات، هزینه‌های جاری و هزینه سرمایه در گردش می‌شود. درمورد اصناف شهری و به خصوص صنف کفش با توجه به اینکه ۶۰ درصد صنف مستاجر هستند، افزایش اجاره‌بهای مغازه‌ها و فروشگاه‌های کیف و کفش از عواملی بوده که بخش عمده‌ای از فعالان این صنف را تحت تأثیر قرار داده و آنها به سمتی کشانده که در فضای مجازی فعالیت کنند؛ یعنی اگر وضعیت سودآوری دارند به جای اینکه در کنار فروشگاه‌هایی که دارند فعالیت کنند یا آن را توسعه دهند و مثلاً بزرگ‌تر کنند یا دکور آن را بهتر کنند، سرمایه خود را در تاسیس و فعال کردن کانال‌های مجازی هزینه می‌کنند و در کنار این به جز کسانی که صاحب فروشگاه‌های رسمی هستند، رقبای دیگری هم از طریق کانال‌های مجازی به جمع آنها افزوده شده که در دسرهایی مانند هزینه اجاره، مالیات، هزینه آب و برق و بنگاهداری را ندارند. این روند به ضرر مغازه‌داران است.

## صنایع چرم خورشید

تولید کننده انواع محصولات چرم

XXXX

66973000

Charmkhorshid.ir

Charmkhorshid.co

خرداد ۱۴۰۳ ♦ شماره ۳۰۴

کمال

نلدگر

گاهی آنقدر نگران رسیدنیم که مهم‌ترین چیز را از یاد می‌بریم:  
 باید حرکت کنیم تا برسیم

## این وضعیت

## یک فرصت به شمار می‌رود یا تهدید؟

**پیش‌بهار:** باتوجه به اینکه بازار در فضای مجازی، رسمیت ندارد، باید ببینیم چه محصولاتی در کانال‌های مجازی فروش دارند. به عنوان نمونه، محصولات وارداتی که به صورت قاچاق وارد شده‌اند و واردات آنها ممنوع است در فضای مجازی عرضه می‌شوند. وقتی یک فروشنده به طور ترکیبی هم مغازه فیزیکی و هم کانال فروش دارد، محصولات داخلی که به صورت رسمی باید بفروشد را در مغازه فیزیکی و محصولاتی که با هزینه‌های زیاد تامین کرده که محصولات کمیابی هستند و از خارج کشور سفارش داده را در کانال‌های مجازی و مزون‌های زیرزمینی به فروش می‌رساند. به گفته فعالان صنف و اتحادیه کیف و کفش، در دو سال اخیر در تهران حدود ۲۵ تا ۴۵ درصد فعالان صنفی که فعالیت رسمی داشته‌اند، فعالیت خودشان را متوقف کرده و مجوزشان را تمدید نکرده‌اند و این خود نشان دهنده این است که بازاری که عده‌ای از فعالان مستاجر هستند و رقبای فروشگاه‌های مجازی و مزون‌ها تقویت شده‌اند، منجر به کمتر شدن فعالیت صنف شده و این خود اصلی‌ترین دلیل رکود در بازار است. با توجه به آنچه گفته شده به این نتیجه می‌رسیم که فعالیت برای فعالان صنف به شدت سخت‌تر شده است.



## ممکن است وضعیت بازار به سال ۱۴۰۰ برگردد و حتی شاید قبل‌تر؟

**پیش‌بهار:** بله. حتی بعد از کرونا هم در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ هنوز بازار به وضعیت قبل از کرونا برنگشته است. در اینجا بحث هزینه و درآمد خانوار مطرح است و اینکه سهم هزینه پوشاک و هزینه‌هایی مثل مسکن و مواد خوراکی نیز افزایش پیدا کرده است و جایی برای پوشاک و کفش باقی نمی‌ماند. البته این وضعیت بین دهک‌های درآمدی گوناگون، متفاوت است. وقتی بازار در وضعیت رکود قرار دارد، فعالان بازار تلاش می‌کنند فروش خود را از طریق کاهش حاشیه سود حفظ کنند و محصولات با یک قیمت قابل خرید به دست مصرف‌کننده برسد؛ یعنی فعالان تلاش می‌کنند سود را قربانی بقا در بازار کنند. این روند به طور کلی انگیزه بنگاهداری را در فعالان اقتصادی بازار پایین می‌آورد.

فعالان بازار پیش‌بینی می‌کنند رکود ادامه پیدا می‌کند. موضوعی که باید درباره آن بحث کنیم، مجموعه عواملی مانند افزایش اجاره‌بهای فروشگاه‌های شهری خصوصاً در شهر تهران و افزایش هزینه‌های سرمایه در گردش است که به طور کلی ورود به بازار را برای بازیگران خرد و کوچک روز به روز سخت‌تر می‌کند.

در گذشته ورود به بازار خرده‌فروشی نسبتاً آسان‌تر از تولید بود، اما در حال حاضر خرده‌فروشی و امکان ورود به بازار به ویژه در تهران هر روز سخت‌تر می‌شود.

## فروش بیشتر یعنی درآمد بیشتر. آیا این درآمد اسمی است؟

**پیش‌بهار:** درآمد اسمی است و البته در ۱۴۰۱ و بعد گشایش مدارس و افزایش تقاضا شاهد آن بوده‌ایم. افزایش فروش را شاهد بودیم.

## یکی دیگر از علل کاهش تقاضا به کیفیت

## محصولات وارداتی و تولید داخل

## برمی‌گردد مصرف‌کننده‌ها ترجیح می‌دهند

## از محصولات با کیفیتی که در گذشته

## خریداری کرده‌اند، بهتر مراقبت یا آنها

## را تعمیر کنند. اگر هم بخواهند کالایی را

## خریداری کنند، خودشان مستقیم از طریق

## پلتفرم‌های خارجی یا سفرهای خارجی آن را

## تأمین می‌کنند