



نمایشگاه کفش مشهد الویت مسئولین استان نبود



نگاه محلی به نمایشگاه

با اینکه برگزاری نمایشگاه‌های متعدد و پیاپی مورد تردید و پرسش قرار گرفته، دو سالی است که تشکل‌های استانی صنعت کفش بر سر زمان برگزاری نمایشگاه‌ها و همزمانی آن‌ها وارد چالش و تنش شده‌اند و همچنان بر برگزاری نمایشگاه‌های خود پافشاری می‌کنند؛ نمایشگاه‌هایی که هر سال کوچک‌تر، کم‌فروغ‌تر و بی‌دستاوردرتر می‌شوند و هر سال این پرسش برای فعالان صنعت بزرگ‌تر می‌شود که "چرا این نمایشگاه‌ها برگزار می‌شوند؟"

اگرچه صنعت کفش به این باور نزدیک شده که باید نگاه ملی داشت، اما تشکل‌های صنعت کفش همچنان نگاه منطقه‌ای و محلی به صنعت دارند و روشن نیست تعصب‌های محله‌ای و منطقه‌ای کی به پایان برسد و دیگر شاهد تنش تهران و تبریز و قم و اصفهان و مشهد بر سر مسائل صنعت بر سر مسائل ملی و کشوری صنعت نباشیم. همین نگاه است که اجازه شکل‌گیری نگاهی واحد و در راستای آن نمایشگاهی ملی و فراگیر را نمی‌دهد.

بازدید کننده تخصصی نبود

اگرچه شرکت‌کنندگان مشهدی در پانزدهمین نمایشگاه مشهد از سفارش‌های جدید خشنود بودند، اما در واقع این نمایشگاه آنچنان که باید دیدارکننده تخصصی به‌ویژه از دیگر شهرها را جذب نکرده و عمده سفارش‌های گرفته‌شده بیشتر از مشتریان سنتی کفش مشهد بود و این نمایشگاه نتوانسته بود مشتریانی جدیدی را برای واحدهای تولیدی کفش به مشهد بیاورد.

با این همه، برگزارکنندگان نمایشگاه از اینکه شرکت‌کنندگان مشهدی دست خالی از نمایشگاه نرفته‌اند، راضی بودند. به‌گفته سعید روحبخش، رئیس انجمن کفش مشهد، برگزاری نمایشگاه در آذرماه، شرایط تنفسی برای تولیدکنندگان مشهدی ایجاد می‌کند تا بتوانند خود را برای بازار شب عید آماده کنند.

اگرچه انتظار می‌رفت پانزدهمین نمایشگاه کفش مشهد، پربارتر و قوی‌تر از سال گذشته برگزار شود، اما نتوانست درخشش و فروغ نمایشگاه چهاردهم را تکرار کند. پانزدهمین نمایشگاه کفش مشهد از ۲۱ تا ۲۴ آذرماه به مدت ۴ روز در سالن فردوسی نمایشگاه بین‌المللی برگزار شد. این نمایشگاه همزمان با نمایشگاه فرش مشهد گشایش یافت، اما توجه خاص مسئولان دولتی به نمایشگاه فرش، نشان داد برخلاف تلاش‌هایی که تشکل‌های صنعت کفش برای رشد و توسعه نشان می‌دهند، اما در نگاه مدیران صمت استان خراسان، این صنعت در اولویت پایین‌تری از دیگر صنایع هم‌چون مواد غذایی و فرش جا گرفته است.

سالن فردوسی نمایشگاه مشهد، میزبان ۹۰ شرکت‌کننده بود که بیشتر شرکت‌کنندگان در نمایشگاه واحدهای تولیدی کفش زنانه مشهد بودند و چند شرکت‌کننده از تبریز و همدان نیز در این نمایشگاه حضور داشتند. اگرچه برگزارکنندگان نمایشگاه برنامه‌های تبلیغی قابل‌توجهی را به اجرا گذاشته بودند، اما این نمایشگاه نه‌تنها با استقبال چندانی از سوی تولیدکنندگان دیگر شهرها روبه‌رو نشد که بسیاری از برندهای بنام و بزرگ کفش مشهد نیز در نمایشگاه حضور پیدا نکرده بودند. اگرچه طبیعی است که برگزاری نمایشگاه کفش مشهد تحت‌تأثیر تغییرات هیات مدیره و تحت‌الشعاع یک نمایشگاه بزرگ‌تر مورد اقبال فراگیر نگردد، اما عامل مهم‌تری به بی‌اقبالیت تولیدکنندگان کفش به نمایشگاه‌های کفش انجامیده است. ثبات اقتصادی و وجود دورنماهای امیدبخش اقتصادی نقش بسزایی در پویایی بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی و صنعتی دارد. در شرایط اقتصادی امروز کشور که جیب مردم خالی‌تر و سفره‌شان کوچک‌تر شده، کفش از سبد مصرف خانوار تقریباً حذف شده و از اولویت سوم به اولویت دهم رفته است. از یک سو، سرانه مصرف کفش از سه جفت در سال به یک جفت در سال رسیده و از سوی دیگر، قیمت تمام‌شده بالای کفش و پیشی‌گرفتن تورم کفش از تورم کل کشور، بازار کفش را به رکود کشانده است. در چنین شرایطی که بیشتر واحدهای تولیدی با مشکل فروش و در پیامد آن با کمبود نقدینگی روبه‌رو هستند حضور در نمایشگاه‌ها برای واحدهای تولیدی گران و هزینه‌سربار به‌شمار می‌رود و بسیاری ترجیح می‌دهند در نمایشگاهی حضور پیدا کنند که آورده آن در برابر هزینه‌های نمایشگاه، به صرفه باشد. بسیاری از واحدهای تولیدی که حضور نمایشگاه‌ها را کنار گذاشته‌اند بر این باورند که حضور در نمایشگاه‌های متعدد و پی‌درپی نه‌تنها آورده‌ای برایشان ندارد، بلکه از سرمایه و دارایی آن‌ها می‌کاهد، از این رو بهتر می‌دانند تنها یک یا دو نمایشگاه در سال بیشتر شرکت نکنند و در این میان، نگاه‌شان بیشتر به نمایشگاه‌های پر بازده است.



در برگزاری نشست هم‌اندیشی تشکل‌های صنعت کفش در مشهد مطرح شد:

برگزاری سالانه دو نمایشگاه بزرگ و فراگیر



جلوگیری از تداخل نمایشگاه‌ها و صدور دستور به شرکت‌های نمایشگاهی برای زمان‌بندی نمایشگاه‌ها با هماهنگی تشکل‌ها و حمایت‌های صادراتی برای حضور صنایع کفش و چرم ایران در نمایشگاه‌های خارجی، گسترش آموزش حرفه‌ای با توجه به نیاز صنایع به نیروی انسانی ماهر، رصد روند تامین مواد اولیه مرتبط با پتروشیمی‌ها و چالش‌های تخصیص ارز واردات ماشین‌آلات از دیگر موارد مطرح‌شده در جلسه کارگروه ملی صنعت کفش بود که در دست پیگیری قرار گرفت.

او با بیان اینکه ارزش نیمایی متاسفانه به دست مصرف‌کننده نمی‌رسد، گفت: «سال ۱۴۰۲، ۲۳ میلیون دلار چرم مصنوعی با ارزش نیمایی وارد شده که این رقم در هفت‌ماه گذشته امسال ۱۲ میلیون دلار بوده است.» لشکری با اشاره به تورم ۳۵ درصدی کفش در مقابل تورم ۳۲ درصدی کشور، گفت: «قیمت تمام‌شده باید کاهش پیدا کند و این امر مستلزم صنعتی‌شدن واحدهای تولیدی است و دولت باید موانع این کار را بردارد. البته امروز اعلام کرده‌اند واردات ماشین‌آلات صنعت کفش و چرم با ارزش صادراتی امکان‌پذیر است.»

رئیس کمیسیون آمار و مطالعات راهبردی جامعه صنعت کفش ایران به طرح موضوع عملیاتی‌شدن سند راهبردی ارتقاء صنعت کفش در کارگروه ملی اشاره کرد و افزود: «ما یک سند راهبردی ارتقاء صنعت کفش داریم که با هم‌اندیشی تشکل‌ها تدوین شده و باید برای توسعه صنعت کفش آن را اجرایی کنیم. یکی از راهبردهای تدوین‌شده در این سند، ایجاد سیستم هوشمند توزیع است که می‌تواند نقش موثری در بهبود وضعیت امروز ما

نشست هم‌اندیشی تشکل‌های صنعت کفش به دعوت جامعه صنعت کفش ایران و به میزبانی اتحادیه کفاشان مشهد در اتاق اصناف مشهد برگزار شد.

در این نشست که صبح روز پنج‌شنبه ۲۲ آذرماه برگزار شد، اعضای هیات‌مدیره و نمایندگان جامعه صنعت کفش ایران، اتحادیه کفاشان مشهد، انجمن کارفرمایی کفش مشهد، انجمن کفش ماشینی قم، اتحادیه کفاشان دست‌دوز تهران و اتحادیه کفاشان همدان حضور داشتند و به هم‌اندیشی درباره مسائل و مشکلات صنعت کفش کشور پرداختند.

در آغاز جلسه، علی لشکری، رئیس کمیسیون آمار و مطالعات راهبردی جامعه صنعت کفش ایران به برگزاری جلسه کارگروه ملی صنعت کفش ایران با حضور ابراهیم شیخ، معاون صنایع عمومی وزارت صمت اشاره کرد و گفت: «این جلسه با هدف اجرایی‌سازی تصمیمات کارگروه ملی کفش برگزار می‌شود. پیرو جلسه‌ای که دوم مهرماه در قم برگزار شد، دبیرخانه مشترک تشکل‌های صنعت کفش و چرم شکل گرفت و دعوت از روسای تشکل‌ها برای حضور در این جلسه در گروه دبیرخانه قرار گرفت.»

او افزود: «در جلسه کارگروه ملی صنعت کفش، مسائل و مشکلات صنایع کیف و کفش و چرم مورد بررسی قرار گرفت. جلوگیری از خام‌فروشی پوست یکی از موارد مطرح‌شده بود و طرح انجمن صنایع چرم ایران مبنی بر فراوری پوست گوسفند و تولید چرم سبک در دستور پیگیری قرار گرفت.»

به‌گفته رئیس کمیسیون آمار و مطالعات راهبردی جامعه صنعت کفش ایران، بازاریابی جهانی و یافتن بازارهای جدید در آفریقا به‌ویژه سودان،

لزوم ایجاد زیرساخت‌ها

جواد شعبان‌زاده، رئیس انجمن کفش ماشینی قم و عضو هیات‌مدیره جامعه صنعت کفش ایران نیز در این نشست بر هوشمندسازی آمار واقعی و ایجاد زیرساخت‌ها برای توسعه صنعت تاکید کرد و گفت: «ما همیشه از لزوم صادرات می‌گوییم، اما زیرساخت‌های صادرات را نداریم و الفبای صادرات را نمی‌دانیم و حاکمیت نیز این موضوع را به خوبی می‌داند.» او با اشاره به نبود آمار واقعی تولید گفت: «مسائل و مشکلاتی که در استان‌ها داریم به درستی برای دولت و جامعه تبیین نمی‌شود. ما واقعا از مشکلات استان‌ها بی‌اطلاع هستیم. باید مشکلات را شناسایی کنیم و برای رفع آن‌ها به یک صدای واحد برسیم.» رئیس انجمن کفش ماشینی قم با بیان این مطلب که صنعت کفش، صنعت بزرگی است، اما کوچک دیده می‌شود، گفت: «صنعت کفش نیازمند تغییر و نوآوری حرکت‌های بزرگ است. ما یک خلأ بزرگ در صنعت کفش داریم و آن هم عزم برای بهسازی و نوسازی ماشین‌آلات صنعت کفش است.» او با اشاره به شکل‌گیری تالار توافقی ارز، گفت: «ایجاد این تالار می‌تواند در بحث صادرات گره‌گشایی کند و باعث می‌شود داستان رفع تعهد ارزی را به شکل گذشته نداشته باشیم و قیمت‌های ارز صادراتی با ارز رسمی به هم نزدیک شود.»

برنامه آمارمحور نداریم

دکتر احمد مهدی‌پور، دبیر کمیسیون صادرات جامعه صنعت کفش ایران نیز در این جلسه با اشاره به فقر آمار در صنعت کفش گفت: «لازمه توسعه کار، داشتن برنامه است و برنامه دقیق و درست نیز مبتنی بر آمار و ارقام درست است که متأسفانه ما در صنعت کفش سازوکار تهیه آمار را نداریم.» او با اشاره به فعالیت‌های کمیسیون صادرات جامعه صنعت کفش ایران در زمینه بازاریابی خارجی و شناسایی بازارهای جدید، گفت: «یکی از کارهایی که در کمیسیون جامعه صنعت کفش ایران پیگیری کردیم، ایجاد پایون صنعت کفش در نمایشگاه کفش هاوانا بود که هم استقبال خوبی از سوی تولیدکنندگان داشت و هم اینکه کفش ایران در آن نمایشگاه دیده شد و مورد استقبال قرار گرفت.» دبیر کمیسیون صادرات جامعه صنعت کفش ایران، افزود: «ما زیرساخت‌های لازم را نداریم و این موضوع برای ما مشکل‌ساز است. صادرات بدون سرمایه‌گذاری امکان‌پذیر نیست. ما باید، هم در نوسازی صنایع و هم در برندینگ کفش ایران و شناخت بازارهای خارجی و حضور در آن‌ها سرمایه‌گذاری کنیم.»

وقت عملگرایی است

یاسر نباتی، رئیس کمیسیون بازرگانی جامعه صنعت کفش ایران با تاکید بر اینکه اکنون وقت عملگرایی است، گفت: «این جلسات هم‌اندیشی باید خروجی عملیاتی داشته باشد و یکی از نقاطی که باید عملگرایی داشته باشیم، در برگزاری نمایشگاه‌هاست.» او افزود: «امروز همه به این نتیجه رسیده‌ایم که برگزاری نمایشگاه‌های متعدد و ضعیف، نه‌تنها سودی برای صنعت کفش ندارد، بلکه آسیب جدی برای صنعت کفش است و سرمایه



و هزینه صنعت را هدر می‌دهد.» رئیس کمیسیون بازرگانی جامعه صنعت کفش ایران تاکید کرد: «ما به این عملگرایی نیاز داریم که درباره برگزاری نمایشگاه به یک جمع‌بندی واحد برسیم و همان را به اجرا بگذاریم و به جای نمایشگاه‌های متعدد و بی‌نتیجه، دو نمایشگاه بین‌المللی در سال برگزار کنیم که همه شهرهای تولیدکننده کفش، دارای سالن اختصاصی خودشان در این نمایشگاه باشند و منافع نمایشگاه‌ها هم به خود آن‌ها برسد.» او تاکید کرد: «به دلیل نبود همدلی در برگزاری نمایشگاه‌ها، صنعت دارد آسیب جدی می‌بیند.»

زنجیره به هم متصل نیست

محمدعلی طالقانی، رئیس کمیسیون آموزش جامعه صنعت کفش ایران با اشاره به تعدد تشکل‌های فعال گفت: «یکی از معضلات امروز ما این است که زنجیره ارزش صنعت همچنان بهم متصل نیستند.» او افزود: «هر تشکلی فعالیتی در هر استانی دارد و برنامه‌هایی را به اجرا می‌گذارد، اما این برنامه‌ها همسو و مکمل یکدیگر نیست. ما باید دبیرخانه‌ای داشته باشیم که استان‌ها مطالب و نیازهای‌شان را اطلاع‌رسانی کنند و متناسب با نیاز هر استان برای رفع کمبودها و برگزاری آموزش‌های لازم برنامه‌ریزی شود و تشکل‌ها از ظرفیت‌های هم برای ارتقاء صنعت بهره ببرند.»



فرهنگ‌سازی برای تولید استاندارد

عقیل نظری، مدیرعامل ماشین‌سازی نظری نیز با تاکید بر این نکته که صادرات نیاز به تولید با کیفیت دارد، گفت: «باید برای ارتقاء کیفیت و تولید کار باکیفیت، فرهنگ‌سازی کنیم و کارگاه‌ها ملزم به تولید استاندارد و باکیفیت شوند.»



تصور درستی از آموزش نیست

درفشی، دبیر هیات‌مدیره جدید اتحادیه کفاشان همدان با تاکید بر لزوم آموزش واحدهای صنعتی، گفت: «ما دوره آموزش کفاشی را با سازمان فنی‌و حرفه‌ای در همدان آغاز کرده‌ایم، اما متأسفانه واحدهای تولیدی تصور درستی از آموزش ندارند.»

جلسات نتایج عملیاتی داشته باشد

مهدی شعبانی، نایب‌رئیس اتحادیه کفاشان مشهد با اشاره مطالب مطرح‌شده در جلسه، گفت: «ما انتظار داریم این صحبت‌ها شکل عملیاتی به خود بگیرد و باعث رشد و شکوفایی صنعت کفش شود.»

تشکیل تیم واحد نمایشگاهی

محمد محمدی، رئیس اتحادیه کفاشان مشهد با بیان اینکه موافق برگزاری دو نمایشگاه در سال است، گفت: «برگزاری دو نمایشگاه فراگیر در سال، اول نیاز به تشکیل یک تیم واحد نمایشگاهی دارد و دوم اینکه نمایشگاه به نام هیچ شهر خاصی برگزار نشود.»

او افزود: «باید یک کمیسیون نمایشگاه‌ها درست کنیم و در آن کمیسیون برای نمایشگاه‌ها تصمیم‌گیری شود و مدیریت کنیم نمایشگاهی استاندارد و فراگیر برگزار شود. اگر نمایشگاه استاندارد داشته باشیم، هم فروش داخلی درست می‌شود و هم صادرات رونق می‌گیرد.»

محمدی با اشاره به وضعیت اقتصادی واحدهای دولتی گفت: «این نکته را هم در نظر بگیریم که برگزاری نمایشگاه‌ها به‌گونه‌ای باشد که برای واحدهای تولیدی سنگین و هزینه‌بر نباشد و واحدها توانایی حضور در نمایشگاه‌ها را داشته باشند.»

جداسازی مشکلات صنفی از صنعتی

سعید روح‌بخش، رئیس انجمن کفش مشهد با بیان اینکه باید مشکلات واحدهای صنفی را از مشکلات واحدهای صنعتی جدا کنیم، گفت: «واحدهای صنفی در اندازه‌ای تولید ندارند که بتوانند صادرکنند و باید کنسرسیومی برای صادرات درست شود که مجموعه‌ای از این واحدها در قالب کنسرسیوم بتوانند صادرات کنند. البته از نگاه ما بهتر است واحدها صنعتی صادرات کنند تا بازار داخلی برای واحدهای صنفی باز شود.»

او با اشاره به تاریخ برگزاری نمایشگاه‌ها گفت: «برگزاری نمایشگاه‌ها از نظر زمان برگزاری درست نیست و جابه‌جا برگزار می‌شوند. مردادماه و دی‌ماه، دو زمان خوب برای برگزاری نمایشگاه‌ها است، اما موضوع مهم‌تر این است که تاریخ برگزاری نمایشگاه بهتر است، حداقل از یک سال قبل مشخص باشد که واحدها بتوانند برای حضور در نمایشگاه‌ها برنامه‌ریزی کنند.»

رشد ظرفیت‌های داخلی

عربزاده، خزانهدار اتحادیه کفاشان مشهد با بیان اینکه ما باید ظرفیت داخلی و داشته خودمان را رشد دهیم، گفت: «کفش دست‌دوز ایران، یک هنر است و قابلیت صادرات را دارد و فقط باید مسیر صادرات آن را هموار کنیم.» او افزود: «ما نیازمند ایجاد یک کنسرسیوم صادرات کشور با تیم‌های کنترل کیفیت و بازاریابی هستیم که مدیریت صادرات کفش را به عهده بگیرد.»



برگزاری نمایشگاه گردشی

وحدانی، عضو هیات‌مدیره اتحادیه کفاشان مشهد نیز پیشنهاد داد: «بهتر است کشور را به چهار بخش پرمخاطب تقسیم کنیم و نمایشگاهی واحد به صورت گردشی در کشور برگزار شود.»

نیروی انسانی مشکل اساسی است

جاوید، نایب‌رئیس انجمن کفش مشهد با اشاره به اینکه وضعیت تولید خوب است، گفت: «مشکل اساسی ما نیروی انسانی است و نیروی کار جدید در این صنعت نداریم. از سوی دیگر، خوب تولید می‌کنیم، اما در فروش و صادرات مشکل داریم.»

واحدها تخصصی کار نمی‌کنند

جهانی، نماینده چرم امین با بیان اینکه زنجیره تامین بهم متصل نیست، گفت: «واحدها تخصصی کار نمی‌کنند. یک واحد صنفی هم می‌خواهد تامین مواد کند، هم تولید کند و هم بازاریابی و فروش داشته باشد.» او افزود: «نکته دیگر اینکه نمایشگاه‌های شهرهای کوچک اصلاً بازدیدی ندارند و تاجر خارجی برای دیدار نمایشگاه به شهرهای کوچک سفر نمی‌کند.»

نیازسنجی لازمه برنامه توسعه

قلی‌زاده، دبیر انجمن کفش مشهد نیز با تشکر از جامعه صنعت کفش ایران در همراهی و اطلاع‌رسانی رویداد نمایشگاه کفش مشهد، گفت: «جامعه صنعت کفش ایران به‌عنوان تشکلی ملی لازم است که برنامه‌ای برای نیازسنجی و بازاریابی به اجرا بگذارد تا واحدهای تولیدی با بازارهای جدید و نیازهای بزرگ آشنا شوند و متناسب با بازار تولید کنند.»

دی ۱۴۰۳ شماره ۳۱۱

کافش

نزدک

می‌گویند، روزهای سخت دوام نمی‌آورند، اما انسان‌های سرسخت چرا، هرگز دیگر سرسخت‌ها هم دوام نمی‌آورند، اما انسان‌های انعطاف‌پذیر چرا