

## اظهارات معاون وزیر صنایع در جلسه مشترک

این موضوع که دولت در سیاست‌های جدید خود توجه فراوانی به ایجاد (برند) در سطح ملی و منطقه‌ای و جهانی دارد و برای این امر نیز هزینه‌های زیادی را می‌کند. تولیدکنندگان داخلی با ادغام‌هایی که در سطوح مختلف انجام خواهند داد به ایجاد برند جدید در معرفی محصول خود اقدام نمایند.

ایشان در ادامه فرمایشات خود با توجه به قدمت ۵۰ ساله برند کفش ملی در کشور و شناخت مردم از این برند ملی اظهار امیدواری نمودند که ما تلاش خواهیم کرد که این برند شناخته شده برای صنعت کفش کشور بماند. و از مسئولین سازمان بازنشستگی انتظار داریم که با توجه به اعتقاد آنها به مسئله واگذاری فروشگاه‌ها ضمن بررسی مجدد با توجه به پیشنهادها اعضای هیئت‌مدیره صنعت کفش در این جلسه؛ در نشست دیگری این موضوع مورد پیگیری قرار گیرد.

و تجربیات حضور کشورهای خارجی مانند کره جنوبی در ایران با دو برند معروف می‌تواند کمک شایانی به این امر نماید.

گرفتند. ایشان در اظهاراتشان اشاره داشتند که فروشگاه داری در شان دولت و صندوق نیست واگذاری واحدهای دولتی و عمومی به دست‌اندرکاران صنایع از سیاست‌های وزارت صنایع است و اعتقاد به این مهم که بهبود بهره‌وری در واحدهای مختلف تولیدی و خدماتی منوط به اعمال مالکیت در آن واحدها از سوی بخش خصوصی است و ادامه اداره واحدها با روش مدیریت عمومی و دولتی در آینده خلاف ابلاغیه اصل ۴۴ قانون اساسی توسط مقام معظم رهبری و برنامه چهارم توسعه کشور است. به همین دلیل یکی از بهترین راه‌های واگذاری واحدها سپردن اداره آنها به دست‌اندرکاران آن صنعت است. ایشان در ادامه فرمایشات خود به بزرگ‌شدن سائز اقتصاد و تولید در سطح ملی اشاره داشتند که با توجه به تجربیات کشورهای موفق واحدهای تولید داخلی اگر امکان یکی شدن مالکیت را ندارند می‌توانند در سطح فروش و صادرات از امکانات مشترک استفاده نمایند تا ضمن کاهش هزینه‌های سربر از تولیدات قابل رقابتی استفاده نمایند. و از طرفی با عنایت به

**فروشگاه‌داری در شان دولت و صندوق نیست واگذاری واحدهای دولتی و عمومی به دست‌اندرکاران صنایع از سیاست‌های وزارت صنایع است.**

در پی دعوت قبلی مدیرکل محترم دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنایع از دبیرکل و تعدادی از اعضای هیئت‌مدیره جامعه امروز جلسه‌ای به اتفاق آقایان مهندس پاینده معاونت اقتصادی و سرمایه‌گذاری سازمان بازنشستگی و مهندس حسینی معاون ایشان و زراعتی مدیرعامل گروه صنعتی ملی در دفتر مهندس دانش معاونت محترم امور صنایع وزارت صنایع و معادن در خصوص بررسی و چگونگی راه کارهای واگذاری فروشگاه‌های کفش ملی تشکیل گردید.

در این جلسه پس از بحث و بررسی پیرامون روابط فی‌مابین «جامعه» و «کفش ملی» و ارائه پیشنهادها گوناگون در خصوص حفظ فروشگاه‌های کفش ملی به عنوان نماد صنعت کفش در کشور؛ اعضای جلسه در جریان نقطه نظرات و دیدگاه‌های مشخص معاونت محترم امور صنایع قرار

### مجمع عمومی «جامعه» صنعت کفش برگزار می‌شود

- از کلیه اعضای دعوت می‌گردد تا در این جلسه حضور یابند.  
در دستور جلسه مجمع عمومی
- ۱- استماع گزارش هیئت‌مدیره و بازرسان سال منتهی به ۸۷/۲/۳۱
  - ۲- انتخاب هیئت‌مدیره - بازرسان علی‌البدل
  - ۳- سایر موارد

هیئت‌مدیره جامعه صنعت کفش ایران

به گزارش دبیرخانه «جامعه» دبیرکل جامعه صنعت کفش ایران از کلیه اعضای خواست تا در مجمع عمومی مورخ ۲۵ مردادماه سال جاری شرکت کنند متن پیام بدین شرح است:  
احتراماً به اطلاع کلیه اعضای محترم جامعه صنعت کفش می‌رساند که مجمع عمومی (جامعه) در روز دوشنبه مورخ ۸۷/۵/۲۵ از ساعت ۱۶ الی ۱۹ در محل دفتر «جامعه» واقع در تهران خیابان میرزای شیرازی روبروی بانک ملی پلاک ۲۳۰ طبقه اول برگزار می‌شود.

## بررسی مشارکت صنایع کفش ورزشی جهان در

## ایران

مشارکت  
با شرکت‌های خارجی  
از واقعیت تا رویا!

گزارش از محمدجواد به‌آبادی



حضور سرمایه‌گذاران و شرکت‌های خارجی در هر کشوری می‌تواند به منزله یک فرصت تلقی شود. فرصتی که می‌تواند زمینه را برای پیشرفت تولیدکنندگان و شرکت‌های داخلی فراهم کند. در واقع در دنیایی که گول‌های صنعتی جهان برای دستیابی به بازارهای بزرگتر و فروش بیشتر، حتی دست به مشارکت با رقبای خود می‌زنند، تولیدکنندگان خرد و متوسط راهی به غیر از تشکیل جوینت ونچر یا همان مشارکت با شرکت‌های خارجی ندارند.

تولیدکنندگان ایرانی نیز در همین راستا می‌توانند از طریق مشارکت و همکاری با شرکت‌های خارجی ضمن کسب دانش فنی و انتقال تکنولوژی، راه خود را برای حضور در بازارهای منطقه‌ای و حتی جهانی هموار کنند. تجربه موفق مشارکت با شرکت‌های خارجی به ویژه در صنعت خودروسازی چین قابل مشاهده است.

چین کشوری که تا چند سال گذشته هیچ اسم و رسمی در صنعت خودروسازی نداشت، در حال حاضر ضمن این که به یکی از بزرگترین بازارهای خودروی جهان تبدیل شده، موفق شده است که معتبرترین شرکت‌های خودروسازی جهان مانند جنرال موتورز، تویوتا، مازدا و فورد موتور را به سمت خود جلب کرده و شرکت‌های معتبر خودروسازی جهان با شرکت‌های گمنام چینی برای تولید خودرو مشارکت‌هایی را تشکیل داده

و سرمایه‌گذاری‌های سنگینی را در چین انجام داده‌اند.

شرکت‌های چینی نیز که تا دیروز گمنام و ناشناخته بودند، امروز در کنار شرکت‌های تراز اول جهان در صنعت خودرو، صاحب برندهایی جهانی شده‌اند.

از سوی دیگر باید این نکته را در نظر داشت که حضور شرکت‌های خارجی در هر کشوری می‌تواند حتی در مواقعی به عنصری کاملاً مخرب تبدیل شود. در شرایطی که تولیدکنندگان داخلی منفعل عمل کرده و درگیر مشکلات متعددی هستند، نمی‌توان انتظار داشت که شرکت‌های داخلی بتوانند با گول‌های صنعتی جهان در شرایط برد-برد مشارکت کنند.

بنابراین مشارکت با شرکت‌های خارجی

زمانی موفق از آب در می‌آید که شرکت‌های داخلی، دست کم اسیر مشکلات پیش پا افتاده تولید نباشند، در غیر این صورت تشکیل مشارکت با شرکت‌های خارجی حتی می‌تواند به انحصار در بازار برای محصولات خارجی تبدیل شده و عملاً مردم مصرف‌کننده محصولات شرکت‌های خارجی شوند.

شرکت‌های داخلی باید در زمینه‌هایی مانند سهم از بازار داخلی، نقدینگی، مهارت نیروهای کاری، برند یا نام تجاری، واحد تحقیق و توسعه، ثبات سیاست‌گذاری و میزان فروش وضعیت مناسبی داشته تا بتوانند مشارکت‌های موفق را با شرکت‌های خارجی تشکیل دهند. هرچند وجود بخشی به نام روابط بین‌الملل و امور حقوقی نیز در شرکت‌های علاقه‌مند به همکاری با شرکت‌های خارجی کاملاً ضروری است.

آدیداس و نایک دو شرکتی که همواره رقابت و بعضاً جدال آن‌ها در کشورهای مختلف بر سر کسب سهم از بازار و فروش محصولات نظرها را به سوی خود جلب کرده است، در حال حاضر هیچ گونه تولیدی در ایران نداشته و تنها سوغات آن‌ها برای بازار ایران محصولات وارداتی مرتبط با صنایع ورزشی و به ویژه کفش است.

از سوی دیگر تاکنون هیچ یک از شرکت‌های داخلی با دو شرکت آدیداس و نایک مشارکتی نداشته‌اند.

با گشتی در بازار به راحتی می‌توان متوجه شد که محصولات آدیداس در بازار ایران دست کم از محصولات رقیب خود یعنی نایک موفق‌ترند. شاید اصلی‌ترین علت برتری آدیداس بر نایک نیز این است که آدیداس شرکتی آلمانی بوده؛ در حالی که بزرگترین تولیدکننده کالاهای ورزشی در جهان یعنی شرکت نایک، آمریکایی است و مانند دیگر شرکت‌های آمریکایی برای حضور در بازار ایران با مسائل خاص خود مواجه است.

یکی از فروشندگان محصولات شرکت آدیداس در تهران در این زمینه به خبرنگار ما می‌گوید: در حال حاضر مشکل اصلی صنعت کفش این است که هر شرکت و تولیدکننده‌ای می‌تواند با سواستفاده از مارک و برندهای معتبر مانند آدیداس محصولات خود را در بازار عرضه کند که همین امر تشخیص محصولات

باکیفیت را برای مشتریان دشوار کرده است. وی عنوان می‌کند: به عنوان مثال کارخانه‌ای در تهران وجود دارد که کفش را با مارک آدیداس تولید می‌کند؛ در حالی که به هیچ وجه محصولات تولیدی آن، کیفیت اصلی آدیداس را ندارد.

او توضیح می‌دهد: هم اکنون در کشورهای

بد نباشد که اگر شرکت‌های داخلی با برندهای معتبر جهانی با برنامه ریزی و به صورت هدفمند انجام شود، علاوه بر این که می‌تواند به تقویت شرکت‌های داخلی کمک کند، بازار بزرگتری را نیز پیشروی محصولات داخلی قرار می‌دهد.



**محصولات شرکت نایک به صورت واسطه‌ای و واردات دست‌چندم از کشورهای منطقه وارد ایران می‌شود و به صورت خرده‌فروشی در فروشگاه‌های مختلف به فروش می‌رود**

**واما در حال حاضر حضور شرکت‌های خارجی فعال در صنعت کفش در ایران چگونه است؟**

هم اکنون می‌توان نام‌های متعددی را به عنوان برندهای معتبر محصولات خارجی موجود در بازار کفش ایران برشمرد، اما شاید بتوان جدال دو غول صنایع ورزشی جهان یعنی شرکت‌های آدیداس و نایک را هرچند در ابعاد بسیار کوچک در ایران نیز متصور بود.

صنعت کفش نیز از این قاعده مستثنا نبوده و یکی از راه‌هایی که تولیدکنندگان داخلی می‌توانند به دانش روز این صنعت دست یافته و امیدوار به حضور در بازارهای جهانی باشند، مشارکت با شرکت‌های معتبر خارجی است.

در حال حاضر عمدتاً محصولات شرکت‌هایی مانند آدیداس و نایک در ایران به دلیل قیمت بالا توسط قشرهای با درآمد بالا در جامعه خریداری می‌شود، در حالی که می‌توان با تولید مشترک و کاهش هزینه‌ها حتی امید داشت که طبقه‌های با درآمد پایین در کشور نیز بتوانند محصولات باکیفیت و مناسب ورزشی به ویژه کفش را بخرند.

در شرایطی که گروه صنعتی ملی به عنوان یکی از شرکت‌های مطرح داخلی فعال در صنعت کفش این روزها با مشکلات زیادی روبرو است، شاید یکی از پیشنهاداتی که بتوان به مسوولان برای بهبود وضعیت این گروه داد، فروش سهام شرکت کفش ملی به شرکت‌های معتبر جهانی و مشارکت با برندهای معتبر جهانی به منظور احیای صنعت کفش در ایران است.

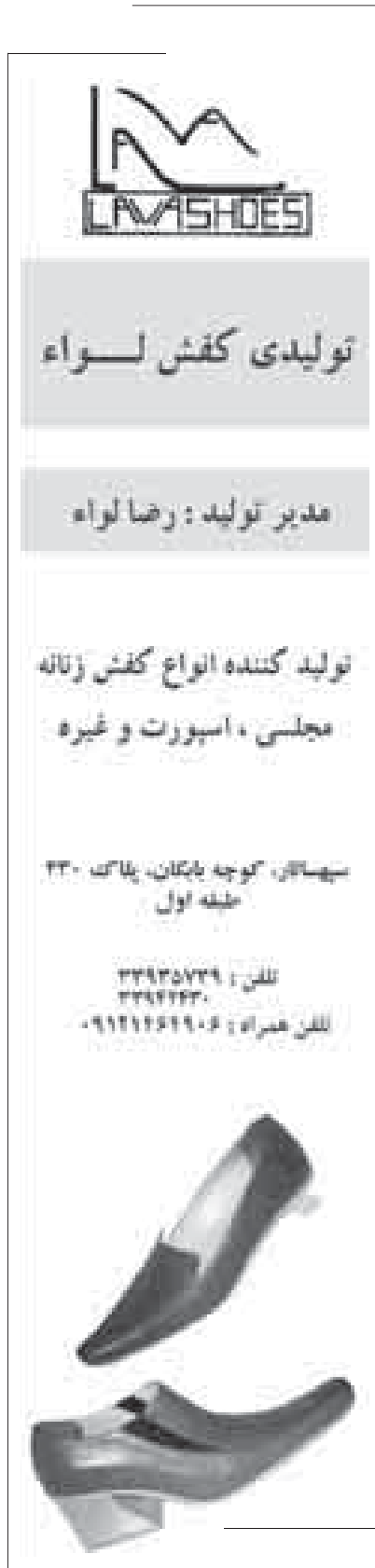
شرکت کفش ملی با توجه به سابقه طولانی فعالیت در صنعت کفش، داشتن برند معتبر و زیرساخت‌های کافی می‌تواند به عنوان شریکی مناسب برای شرکت‌های خارجی محسوب شود.

در همین زمینه سیاوش زراعتی-

مدیرعامل گروه صنعتی ملی- اظهار می‌کند: تاکنون از سوی هیچ یک از شرکت‌های خارجی از قبیل نایک و آدیداس برای خرید سهام شرکت کفش ملی به ما پیشنهادی داده نشده است.

وی معتقد است: حتی در صورت آرایه چنین پیشنهادی باید روی آن به دقت فکر کرد و شرایط و منافع کشور را نیز ملاک قرار داد؛ ضمن این که بهر حال موانع سرمایه‌گذاری‌های خارجی در ایران شرایط خاص خود را دارد که باید به آن توجه کرد.

در پایان شاید تاکید دوباره بر این نکته




**تولیدی کفش لورا**

**مدیر تولید : رضا لورا**

**تولید کننده انواع کفش زنانه مجلسی ، اسپورت و غیره**

سهولت، کوچکی، باکیفیت، پلاستیک ۳۳۰  
طبقه اول

تلفن : ۳۳۹۳۵۷۳۹  
۳۳۹۳۳۳۰  
تلفن همراه : ۰۹۱۲۱۱۶۱۹۰۶



آدیداس را از ۵۰ تا ۱۵۰ هزار تومان اعلام می کند.

وی با اشاره به این که لوگوی شرکت آدیداس در دو مدل جدید و کلاسیک در دنیا ثبت شده است، می افزاید: محصولات اصلی شرکت آدیداس حتی در چین هم با لوگوهای یادشده تولید می شوند.

به گفته وی آدیداس برای هریک از رشته های ورزشی کفش های مخصوص به آن رشته ورزشی را طراحی و تولید کرده است.

این فروشنده محصولات ورزشی در واکنش به این سوال که پیش بینی می کنید محصولات شرکت آدیداس چه سهمی را از بازار ایران به خود اختصاص داده است، تنها به گفتن این جمله بسنده کرد که هیچ آماری در این زمینه وجود ندارد.

وی اضافه می کند: زمانی که کفش به صورت کیلویی وارد شده و حجم قاچاق نیز بالاست نمی توان توقع آمار درست را داشت.

از سوی دیگر یکی از فروشندگان محصولات شرکت نایک در تهران نیز در این زمینه در حالی که سعی می کند، به سوالات ما جواب های کوتاه و بدون حاشیه بدهد، می گوید: به این دلیل که شرکت نایک شرکتی آمریکایی است، هیچ فروشگاه یا نمایندگی در ایران وجود ندارد که به صورت رسمی به فروش محصولات این شرکت بپردازد.

وی نیز در واکنش به این سوال که پیش بینی می کنید، محصولات شرکت نایک چه سهمی را از بازار ایران به خود اختصاص داده است، تصریح می کند که آمار دقیقی در این زمینه ندارم.

او یادآور می شود: محصولات شرکت نایک به صورت واسطه ای و واردات دست چندم از کشورهای منطقه وارد ایران می شود و به صورت خرده فروشی در فروشگاه های مختلف به فروش می رود.

وی با بیان این که شرکت نایک در کشورهایمانند ترکیه و هند اقدام به تولید کرده است، تاکید می کند: محصولات نایک هیچ کدام گارانتی ندارند.

سوریه، مالزی و تایلند محصولات آدیداس با نظارت این شرکت و مخصوص بازار این کشورها تولید شده و حتی به این تولیدات اجازه صادرات نیز داده نمی شود.

به گفته وی در حال حاضر تنها ۳ فروشگاه در سطح تهران دارای مجوز رسمی از شرکت آدیداس بوده و محصولات آن ها تحت نظارت شرکت آدیداس به فروش می رسد، اما تعداد زیادی نیز فروشگاه وجود دارد که صرفاً اسم آدیداس را با خود یدک کشیده، اما محصولات آن ها به هیچ وجه کیفیت اصلی را ندارد.

از سوی دیگر این فروشنده محصولات آدیداس در پاسخ به این سوال که آیا شرکت آدیداس حاضر است در ایران به تولید محصولات ورزشی و از جمله کفش نیز بپردازد، این طور پاسخ می دهد: تولید برنامه خاص خود را دارد و به علت رانت هایی که در این زمینه وجود دارد، سرمایه گذاری خارجی در ایران فعلاً با مشکلات زیادی روبرو شده است که نمونه های آن را می توان در شرکت هایی مانند نستله، کوکاکولا و شرکت های سیگارسازی دید.

او خاطر نشان می کند: علت اصلی موفقیت شرکت هایی مانند نایک و آدیداس در بازارهای جهانی وجود مدیریت قوی در این شرکت ها است. در حال حاضر بهترین کار این است که شرکت های داخلی با شرکت های معتبر جهانی وارد مذاکره شده و با آن ها در زمینه تولید مشارکت کنند تا تکنولوژی، تجهیزات و مواد اولیه نیز از طریق این شرکت ها به کشور منتقل شود.

وی با اشاره به این که شرکت های نایک و آدیداس در کشورهای پاکستان و ترکیه نیز تولید دارند، می گوید: یکی از راه های اصلی برای تشخیص محصولات اصلی شرکت آدیداس وجود گارانتی آن هاست که در مورد کفش های ورزشی این گارانتی دست کم شش ماه است. او همچنین قیمت کفش های ورزشی