



افت ارزش فروش کفش و محصولات پیرومد

← حسنی صفار

بر خلاف پیش بینی های انجام شده، رشد نسبی ماهانه خرده فروشی کفش در ماه سپتامبر به نسبت ماه قبل افقی بود. ارزش فروش سالانه کلی محصولات در مقایسه سال به سال، بر اساس داده های مراکز آمار ملی کشورها، ۱.۸ درصد رشد داشته است. در حالیکه این

رقم در مقایسه سال گذشته ۲.۴ درصد بوده است.

در رابطه با محصولات پیرومد و کفش میزان این تغییر برابر ۱.۱ درصد کاهش ارزش بوده است.

در چنین شرایطی ارزش خرده فروشی در مراکز غیر فروشگاه‌های (که فروش در فروشگاه‌های آن لاین را نیز شامل می‌شود) و در بخش تعمیرات، ۱۰.۴ درصد افزایش ارزش و ۱۱.۷ درصد افزایش حجم داشته است.

پیش بینی شده که قیمت‌های خرده فروشی، به نسبت سپتامبر سال ۲۰۰۸ میزان ۰.۵ درصد کاهش داشته باشند. ریاست عمده فروشی و خرده فروشی بانک بازرگانی

بارکلیز انگیس می گوید: اعداد و ارقام مربوط به این صنعت کمی غافلگیر کننده به نظر می‌رسد. چون پیش‌بینی‌های حدسی انجام شده در پایان سال ۲۰۰۸ امیدوار کننده‌تر و خوشبینانه‌تر از این بود.

اما او همچنین اضافه کرد: بر اساس روشهای بازرگانی که در سال ۲۰۰۹ اختیار شده، وضعیت کلی سهام کارخانه‌های مرتبط در شرایط خوبی قرار دارد و با چشم انداز افزایش فروش تا حداکثر میزان قابلیت صنعت تا زمان کریسمس، به نظر می‌رسد که به طور کلی صنعت در شرایط مناسبی باشد.

فروش لباس و کفش در ماه نوامبر

بر اساس داده‌های رسمی، فروش لباس و کفش در بخش خرده فروشی، در ماه نوامبر سال ۲۰۰۹، ۱.۵ درصد افزایش کلی داشته است.

بر اساس یافته‌های مرکز بین‌المللی آمار، میزان ارزش و حجم فروش کلی (مجموعه محصولات)، در طی این ماه کاهش پیدا کرده است. میزان فروش کلی در مقایسه ماه به ماه ۰.۲ درصد کاهش در ارزش و ۰.۳ درصد کاهش در حجم داشته است. اگر چه این میزان در مقایسه سال به سال (۲۰۰۸ به ۲۰۰۹)، ۲.۷ درصد افزایش در ارزش و ۳.۱ درصد افزایش در حجم معاملات را داشته است. به طور کلی ارزش فروش در فروشگاه‌های غیر غذایی، به نسبت سال ۲۰۰۸، ۱.۱ درصد افزایش داشته است. در فروشگاه‌های غیر تخصصی این میزان ۳.۱ درصد بوده است. خرده فروشی غیر فروشگاه‌ها، که شامل فروش آن لاین نیز می‌شود، در قیاس با سال ۲۰۰۸، ۹.۹ درصد افزایش داشته است.

"دلویت" رییس مرکز مشاوره خرده فروشی ایان گدس (Ian Geddes) گفته: آمار و ارقام کنونی نشان می‌دهد که ضمن اینکه نحوه خرج کردن مصرف کنندگان در سال ۲۰۰۹، پس از یک دوره جهشی، در حالتی شبیه به سکون قرار گرفته، میزان اطمینان آنها هنوز در حالت شکننده و نامطمئن است. مصرف کنندگان می‌دانند که سال ۲۰۱۰ چالش‌هایی را در وضعیت مالیشان به وجود خواهد آورد، که مهمترین آنها افزایش مالیات بر ارزش افزوده، از اول ژانویه ۲۰۱۰ می‌باشد. این چالشها بدون تردید بر عادات خرج کردن آنها تاثیر می‌گذارد و روند رو به ضعف هزینه کردن مصرف کنندگان را همچنان ادامه خواهد داد. ریاست عمده فروشی و خرده فروشی بانک بازرگانی بارکلیز انگیس گفته: با توجه به انتظار و توقع کلی در راستای افزایش آمار فروش در ماههای اخیر، و همچنین استفاده از استراتژی‌های خلاقانه‌ای که در کریسمس امسال توسط خرده فروشان به کار گرفته شده است، آمار و ارقام مربوط به صنعت پوشاک و کفش غافلگیر کننده است. هوای ملایم و مرطوب در طی نوامبر ۲۰۰۹، نیاز مصرف کنندگان را در خرید کفش و لباس زمستانی تا حد زیادی کاهش داد و آمار و ارقام به طور جدی متاثر نمود. این در حالی بود که خرده فروشان لوازم خانگی همچنان در حال سود آوری بودند و این تنها به خاطر در راه بودن قانون جدید افزایش مالیات بر ارزش افزوده (VAT) بود.

منابع:

