

چشم‌انداز صادرات کفش از نگاه تولیدکنندگان و صادرکنندگان

محمد جواد به‌آبادی

زمانی که در اواخر سال گذشته میلادی بحران مالی جهانی از آمریکا شروع و بعد از آن به سایر کشورها گسترش یافت، بسیاری از اقتصادهای بزرگ بیش از آن که نگران بازار داخلی‌شان شوند، از رکود به وجود آمده در بازار سایر کشورها نگران شدند. این نگرانی به مرور زمان شدت گرفت؛ به طوری که حتی صادرکنندگان سستی مانند چین و آلمان هم به مشکل برنخورند.

صادرات را بر همگان روشن کرد. شاید پیش از این بحران بار دیگر اهمیت موضوع اقتصادی به وجود آمده بود که می‌توان با تکیه بر بازار داخلی و حداکثر چند بازار همسایه اقتصاد یک کشور را حفظ و توسعه داد، با این وجود بحران مالی جهانی نشان داد که صادرات می‌تواند چه اهمیتی در رشد اقتصادی یک کشور داشته باشد و با حذف آن چه تبعات منفی می‌تواند گریبان اقتصاد یک کشور را بگیرد. در مورد اهمیت صادرات و کسب سهم از بازارهای جهانی تاکنون هزاران کتاب و مقاله نوشته شده و این موضوع نه فقط از سوی اقتصاددانان بلکه حتی از سوی جامعه‌شناسان و محققان علوم ارتباطی و فرهنگی نیز مورد کالبدشکافی قرار گرفته است.

صادرات اگر زمانی تنها ارسال یک کالا یا خدمت از مکانی به مکان دیگر به شمار می‌رفت، امروز دیگر بر همگان روشن شده که صادرات مفهومی عمیق‌تر از مفاهیم اقتصادی داشته و در واقع صادرات کالا یک نوع صادرات فرهنگی هم به شمار می‌رود.

شاید اگر بگوییم بسیاری از مردم دنیا تا همین ۵۰ سال پیش آشنایی چندانی با کشور چین و مردم آن نداشتند، سخن بیراهی نگفته‌ایم، اما آن چه که باعث شد همگان ازدهای زرد را شناخته و برای مردم سرزمین اصلی چین مردم با عبارت ساخت چین آشنایی کامل داشته و این عبارت در واقع به نشانه‌ای فرهنگی برای چینی‌ها در سطح جهان تبدیل شده است.

آنها نیز در امر صادرات ید طولایی داشته و ژاپن نیز دقیقاً اتفاق مشابهی افتاده است. دو کشوری که داشته باشند، هر چند تفاوت‌های عمده‌ای میان صادرات ژاپن و کره جنوبی با چین وجود دارد که مهمترین تفاوت آن‌ها عامل قیمت است.

نکته جالب اینجاست که امروزه حتی فقیرترین کشورهای دنیا نیز به اهمیت صادرات پی برده‌اند. اگر نگاهی به اقتصاد برخی از کشورهای فقیر آفریقا بیندازیم به خوبی متوجه می‌شویم که اقتصاد برخی از این کشورها عملاً کاملاً وابسته به صادرات یک محصول خاص است. در این زمینه می‌توان به ساحل عاج اشاره کرد که وابستگی زیادی به صادرات دانه کاکائو دارد. در قاره آسیا نیز موارد مشابه کم نیست. از آن جمله می‌توان به کشور پرجمعیت اما بسیار کوچک بنگلادش اشاره کرد که طی چند سال اخیر در صادرات محصولات نساجی به پیشرفت‌های خیره‌کننده‌ای دست یافته و حتی در برخی بازارها به رقابتی جدی برای چین تبدیل شده است.

اما در چنین شرایطی کشورمان نیز کم و بیش در برخی از بازارهای صادراتی جهان حضور داشته که البته به اعتقاد بسیاری از کارشناسان این سطح حضور به هیچ وجه در شان کشوری مانند ایران نیست. از نظر استانداردهای جهانی ایران از جمله کشورهایی به شمار می‌رود که پتانسیل‌های لازم را برای تبدیل شدن به یک ابرقدرت در عرصه صادرات دارد. اما این که چرا کشورمان نتوانسته در حد و اندازه‌های خود در عرصه صادرات ظاهر شود، سوالیست که بیشتر به معادله‌ای چند مجهولی می‌ماند که تعداد جواب‌های آن بسیار زیاد است. اما کارشناسان اقتصادی مهمترین جواب این معادله را

علی لشکری نایب رئیس هیئت مدیره «جامعه»:

روند تغییرات رشد صادرات کفش کشور در شش ماهه نخست سال جاری به تفکیک هر ماه نشان می‌دهد که رشد صادرات کفش کشور در فروردین ماه ۴۴ درصد بوده که این رشد در اردیبهشت ماه به ۱۶ و در خرداد به ۲۲ درصد می‌رسد. در ادامه رشد صادرات روند نزولی در پیش گرفته و به طوری که از ۱۲ درصد در تیر ماه به حدود ۹ درصد در مرداد و تنها ۳ درصد در شهریور ماه می‌رسد

وابستگی شدید کشورمان به فروش نفت و مواد خام می‌دانند که مانند خوره جان اقتصاد ایران افتاده است.

خوره‌ای به نام وابستگی به نفت!

وابستگی به نفت نه فقط مانند خوره به جان اقتصاد کشور افتاده بلکه صنایع داخلی و از جمله صنعت باسابقه کفش را نیز آسیب خود کرده است.

همین وابستگی نیز باعث شده که رشد صادرات کفش ایران طی سال جاری به صورت پیاپی کاهش یافته و حتی خطر کاهش صادرات نیز جدی است.

صنعت کفش ایران طی سال‌های اخیر همواره از آن دست صنایعی بوده که توانسته کم و بیش حضور خود را در بازارهای صادراتی منطقه و حتی بعضاً خارج از منطقه حفظ کرده و از این طریق با دنیای بیرون و بازارهای جهانی نیز ارتباط داشته باشد.

این صادرات طی چند سال اخیر در حالی رشد پیدا کرده که صنعت کفش کشور با مشکلات زیادی خود را روی صادرات صنعت کفش کشور گذاشته است.

اگر نگاهی به تقویم خورشیدی بیندازیم، درست یک روز مانده به آخرین روز اولین ماه از فصل پاییز به نام روز صادرات نام‌گذاری شده است. دقیقاً معلوم نیست که چرا ۲۹ مهر ماه به عنوان روز صادرات انتخاب شده، اما به نظر می‌رسد انتخاب همین یک روز به نام روز صادرات نیز فرصتی هرچند کوتاه را به همه دست اندرکاران این حوزه بدهد که کمی درباره عملکرد خود بیندیشند.

صنعت کفش کشور رفته که برخی از آن‌ها همچنان به صادرات ادامه می‌دهند، اما برخی از حضور در این عرصه منصرف شده‌اند.

کاهش شدید رشد صادرات کفش در نیمه نخست سال جاری

علی لشکری - نایب رئیس هیئت مدیره جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران - درباره آخرین آمار و ارقام صادرات کفش کشور طی شش ماهه سال جاری به خبرنگار ماهنامه صنعت کفش گفت: بر اساس آمار استخراج شده از گمرک ایران صادرات وزنی و دلاری کفش کشور در شش ماهه سال جاری به ترتیب به شش هزار و ۷۸۵ تن و ۳۷,۹ میلیون دلار رسید. این آمار نشان می‌دهد که صادرات کفش از نظر وزنی در شش ماهه نخست امسال نسبت به مدت مشابه در سال گذشته معادل هشت درصد کاهش یافته، اما از نظر دلاری حدود ۲,۶ درصد افزایش یافته است.

وی افزود: این در حالیست که در شش ماهه نخست سال ۱۳۸۷ صادرات کفش کشور از نظر وزنی و دلاری به ترتیب ۷,۵ و ۳۹,۹ درصد نسبت به مدت مشابه در سال ۱۳۸۶ افزایش



تحول کم شتاب؛
فرسایش تدریجی است.

حسن عرب مدیر صادرات شرکت کفش شیما:
در چین و ترکیه به صادرکنندگان کفش معادل ۲۰ درصد ارزش صادراتشان پاداش از سوی دولت داده می‌شود، در حالی که در ایران جوایز صادراتی با تاخیر بسیار زیاد داده می‌شود



احمد خادم، رئیس انجمن صنفی کارآفرینی و کارفرمایی صنعت کفش تبریز: با نهایی شدن لایحه هدفمند کردن یارانه‌ها و اجرایی شدن آن تورم دست‌کم ۳۳ درصدی به اقتصاد کشور تحمیل خواهد شد

در شرایطی که تولیدکنندگان داخلی کفش با مشکلات زیادی مواجه بوده و مجبورند مالیات و عوارض خود را به صورت مرتب به دولت بپردازند، شاهد این وضعیت هستیم که کفش‌های قاچاق به راحتی از مرز عراق و شهر بانه کردستان وارد کشور شده و حتی بازار تبریز را نیز تحت تاثیر خود قرار می‌دهند

شرایطی که تولیدکنندگان داخلی کفش با مشکلات زیادی مواجه بوده و مجبورند مالیات و عوارض خود را به صورت مرتب به دولت بپردازند، شاهد این وضعیت هستیم که کفش‌های قاچاق به راحتی از مرز عراق و شهر بانه کردستان وارد کشور شده و حتی بازار تبریز را نیز تحت تاثیر خود قرار می‌دهند.

به گفته وی بر اساس بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که روزانه بیش از پنج هزار جفت کفش قاچاق وارد فقط یکی از پاساژهای مطرح تبریز می‌شود و در عین حال در عرض کمتر از یک ماه چهار فروشنده بزرگ کفش‌های ایرانی به فروشنده کفش‌های خارجی

یافته بود که این به معنی آن است که سرعت رشد صادرات کفش کشور امسال کاهش پیدا کرده است. لشکری در ادامه به وضعیت قیمت کفش‌های صادراتی نیز اشاره و عنوان کرد: متوسط قیمت هر کیلو کفش صادراتی در شش ماهه اول امسال به حدود ۵,۶ دلار رسید که این رقم در سال‌های ۱۳۸۶ و ۱۳۸۷ در مقایسه با تغییرات قیمت در شش ماهه نخست سال ۱۳۸۷ سرعت کمتری داشته است. به طوری که رشد ۲۰ درصدی قیمت در شش ماهه اول سال قبل به رشد تنها ۳,۷ درصدی در سال جاری رسیده است. مدیر مسئول نشریه صنعت کفش اضافه کرد: مجموعه این اطلاعات نشان می‌دهد که سرعت رشد صادراتی بیشتر از شدت کاهش قیمت در پایین آمدن سرعت ارزش صادرات کفش کشور در شش ماهه اول سال جاری موثر بوده است.

این فعال صنعتی در ادامه به آمار جالبی نیز اشاره کرده و این طور توضیح داد: روند تغییرات رشد صادرات کفش کشور در شش ماهه نخست سال جاری به تفکیک هر ماه نشان می‌دهد که رشد ۲۲ درصد می‌رسد. در ادامه رشد صادرات روند نزولی در پیش گرفته و به طوری که از ۱۲ درصد در تیر ماه به حدود ۹ درصد در مرداد و تنها ۳ درصد در شهریور ماه می‌رسد که به نظر می‌رسد اگر این روند ادامه پیدا کند صفر شدن رشد صادرات کفش کشور چندان دور از ذهن نخواهد بود.

اقتصاد و صنایع کشور و به تبع صنعت کفش و در عین حال کاهش تقاضا در بازارهای صادراتی بوده است.

صادرات کفش برنامهریزی شده نیست

اما در حالی که آمار نشان‌دهنده کاهش شدید رشد صادرات کفش کشور طی شش ماهه نخست سال جاری است، رئیس انجمن صنفی کارفرمایی صنعت کفش تبریز با اشاره به این که نمی‌توان با وجود بحران مالی جهانی تورم داخلی را به کشورهای دیگر صادر کنیم، عنوان کرد: زیرساخت‌های صنعت کفش برای صادرات تعریف نشده‌اند و صنعت کفش کشور طی سال‌های اخیر در عرصه صادرات بیشتر موج‌سواری کرده است. یعنی در مقاطع مختلف و بدون برنامهریزی مدون سعی کرده وارد برخی از بازارها شود.

احمد خادم با بیان این که متأسفانه هنوز در صنعت کفش کشور دیدگاه تولید صادرات‌گرا به وجود نیامده است، توضیح داد: دلیل اصلی این که چرا صادرات صنعت کفش کشور در شش ماهه نخست امسال با وجود همه مشکلات از نظر ارزش افزایش یافته این است که گمرک نرخ پایه صادراتی را بالا برده است که اگر این نرخ واقعی شود، صادرات کفش کشور در نیمه نخست امسال در واقع کاهش یافته است. او در ادامه با انتقاد از اقدامات انجام شده در جهت مبارزه با قاچاق کفش به کشور گفت: در

حسین ماهر و مدیر عامل شرکت کفش طوس:
مبلغ طلب واحد صادراتی وی از کشورهای آسیای میانه به ۱۸۵ هزار و ۵۰۰ دلار می‌رسد که از این مبلغ تاکنون تنها همان ۵۰۰ دلار پرداخت شده است

تبدیل شده‌اند.

رییس انجمن صنفی کارفرمایی صنعت کفش تبریز تصریح کرد: در شرایطی که قاچاق به تهدیدی عرصه صادرات موفق عمل کنند. وی در عین حال با اشاره به این که با نهایی شدن لایحه هدفمند کردن یارانه‌ها و اجرایی شدن آن تورم دست کم ۳۳ درصدی به اقتصاد کشور تحمیل خواهد شد، عنوان کرد: البته پیش‌بینی شده که ۳۰ درصد از منابع حاصل از آزادسازی قیمت حامل‌های انرژی به صنایع کشور اختصاص یابد که باید دید در این زمینه سهم هر یک از صنایع چقدر بوده و این منابع چگونه میان تولیدکنندگان داخلی تقسیم خواهد شد.



حمید زرگر
مدیر عامل کفش ایرانا:

نرخ تورم در برخی از کشورهای حاشیه خلیج فارس نزدیک به صفر است، در حالی که نرخ تورم در ایران به بیش از ۲۰ درصد می‌رسد که در این کنار موضوع ثابت ماندن نرخ ارز نیز باعث شده تا عملاً صادرات کفش به کشورها صرفه اقتصادی نداشته باشد

دولت‌های ترکیه و چین، حامی صادرکنندگان

اما مدیر صادرات شرکت کفش شیما دلیل اصلی ناموفق بودن صادرات کفش ایران در مقایسه با صادرات کشورهایمانند چین و ترکیه را در نحوه حمایت دولت این کشورها از صنایع‌شان می‌داند. حسن عرب در این باره گفت: کشورهایمانند چین و ترکیه از صنایع و صادرکنندگان خود حمایت‌های ویژه می‌کنند و به آن‌ها یارانه می‌دهند تا صادرکنند و سهمی از بازارهای جهانی را به خود اختصاص دهند، این در حالیست که در ایران چنین حمایتی از صادرکنندگان نمی‌شود. به گفته وی در چین و ترکیه به صادرکنندگان کفش معادل ۲۰ درصد ارزش صادرات‌شان پاداش از سوی دولت داده می‌شود، در حالی که در ایران جوایز صادراتی با تاخیر بسیار زیاد داده می‌شود. وی در ادامه با اشاره به کاهش رشد صادرات شرکت متبوعش در شش ماهه نخست سال جاری خاطر نشان کرد: یکی دیگر از مهمترین مشکلات تولیدکنندگان داخلی برای صادرات قیمت تمام شده بالای آن هاست که این مشکل عملاً قدرت رقابت را از تولیدکنندگان داخلی در بازارهای صادراتی گرفته است. عرب افزود: به کشورهایمانند عربستان سعودی، تاجیکستان، عمان، افغانستان و عراق کفش صادر می‌کنیم، با این وجود در برخی از این بازارهای چینی‌ها نیز وارد شده‌اند که رقابت با آن‌ها بسیار دشوار است. البته به دلایل کیفیتی و هزینه تمام شده چینی‌ها قدرت ورود به عرصه‌هایی مانند چکمه‌جات را ندارند.

این فعال صنعتی در ادامه با تاکید بر ضرورت برندسازی در بازارهای صادراتی عنوان کرد: صادرات از سوی تولیدکنندگان داخلی تا زمانی ادامه خواهد یافت که برای آن‌ها سودآور باشد، در غیر این صورت با ادامه وضع موجود نباید چندان به آینده صادرات کفش کشور خوش‌بین باشیم. مدیر صادرات شرکت کفش شیما همچنین به نکته جالبی نیز اشاره کرده و گفت: گسترش بیماری آنفولانزای خوکی و کاهش تعداد زائران مکه و مدینه طی سه ماه اخیر باعث کاهش حدوداً ۴۰ درصدی بازار کفش ایران در عربستان شده است. به گفته وی عمده بازار کفش ایران در عربستان مربوط به دمپایی می‌شود.

کار را با نگرش مثبت
و روحیه برندگان آغاز کنید.





سیروس عباس نژاد، مدیرعامل کفش مترو:

حضور در بازار داخل بسیار راحت‌تر از رقابت با تولیدکنندگان کشورهایی مانند ایتالیا، آلمان و چین در بازارهای صادراتی است. اما اگر دولت ایران نیز همانند دولت این کشورها از صادرات خود حمایت کند، می‌توان صادرات کفش کشور را نیز توسعه داد

صادرات مزیتی بر ایمن نداشت

اما یکی از صادرکنندگان سابق صنعت کفش که هم‌اکنون فعالیت خود را در بازار داخل متمرکز کرده علت خروج خود را از عرصه صادرات مزیت بازار داخل توصیف می‌کند. عباس نژاد در این زمینه گفت: حضور در بازار داخل بسیار راحت‌تر از رقابت با تولیدکنندگان کشورهایی مانند ایتالیا، آلمان و چین در بازارهای صادراتی است. اما اگر دولت ایران نیز همانند دولت این کشورها از صادرات خود حمایت کند، می‌توان صادرات کفش کشور را نیز توسعه داد. وی افزود: حمایت کشورهای دیگر از صادرکنندگان این کشور را نیز توسعه داد. چنین حمایتی در ایران وجود ندارد. این فعال صنعتی با اشاره به این که زیرساخت‌های فعلی صنعت کفش کشور به هیچ‌وجه مناسب صادرات نیست، خاطر نشان کرد: تنها تعدادی از واحدهای تولیدی کفش در کشور قابلیت صادرات را در سطح مناسب دارند و از نظر رعایت استانداردهای جهانی و کیفیت و قیمت در سطح نسبتاً مطلوبی قرار دارند.

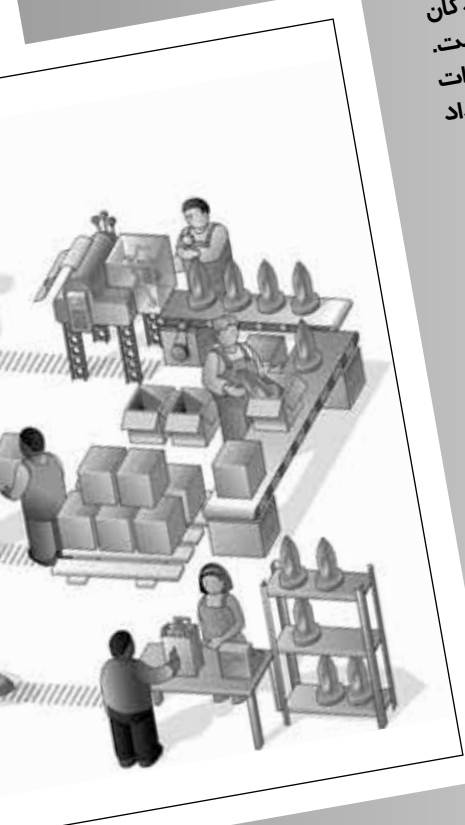
تثبیت نرخ ارز، مشکلی همچنان پابرجا

یکی از صادرکنندگان سابق صنعت کفش کشور نیز تثبیت نرخ ارز را یکی از اصلی‌ترین مشکلات صادرکنندگان ایرانی می‌داند. زرگر در این باره گفت: تثبیت نرخ ارز از یک سو و از سوی دیگر تورم داخلی به مانعی سخت بر سر راه صادرکنندگان کفش کشور تبدیل و باعث شده تا صادرات به برخی از کشورها عملاً صرفه اقتصادی خود را از دست بدهد. وی افزود: نرخ تورم در برخی از کشورهای حاشیه خلیج فارس نزدیک به صفر است، در حالی که نرخ تورم در ایران به بیش از ۲۰ درصد می‌رسد که در این کنار این موضوع ثابت ماندن نرخ ارز نیز باعث شده تا عملاً صادرات کفش به کشورها صرفه اقتصادی نداشته باشد.

او با اشاره به تاخیرهای زیادی در پرداخت جوایز صادراتی به صادرکنندگان داخلی عنوان کرد: از سال ۱۳۸۵ تاکنون صادراتی نداشته‌ایم و حتی اخیراً ما خواسته شد که دوباره به برخی از بازارهای کشورهای خلیج فارس کفش و دمپایی صادر کنیم که البته قیمت پیشنهادی آن‌ها پنج درصد زیر قیمت تمام شده ما بود و بنابراین صادرات صرفه اقتصادی نداشت.

خریداران آسیای میانه پول نمی‌دهند!

از سوی دیگر یکی از صادرکنندگان کفش در مشهد وضعیت بازارهای صادراتی منطقه آسیای میانه را نامناسب توصیف می‌کند. ماهرو در این باره گفت: در شش ماهه نخست امسال به چندین کشور آسیای میانه کفش صادر کرده‌ایم، اما متأسفانه نتوانسته‌ایم تاکنون پول خود را از خریداران در این کشورها دریافت کنیم و اگر پرداخت شده است!



وضع به همین منوال پیش برود شاید مجبور شویم واحد خود را تعطیل کنیم. وی با اشاره به این که بدهکاران مربوط به کشورهای تاجیکستان، ازبکستان، ترکمنستان و قرقیزستان هستند، اضافه کرد: شاید اگر سیستم بانکی داخلی در این کشورها فعال‌تر بود و عملیات مربوط به تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایرانی را در این کشورها مورد حمایت قرار می‌داد، امروز به مشکل بر نمی‌خوردیم. به گفته ماهرو مبلغ طلب واحد صادراتی وی از کشورهای آسیای میانه به ۱۸۵ هزار و ۵۰۰ دلار می‌رسد که از این مبلغ تاکنون تنها همان ۵۰۰ دلار پرداخت شده است!



محمد امین توسلی مدیرعامل کفش شیفر:
در شش ماهه امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته صادرات کفش شرکت کاهش یافت، در حالی که طبق برنامه‌های قبلی قرار بود رشد ۵۰ درصدی صادرات در این مدت محقق شود

ماهر و در پاسخ به این سوال که چرا با توجه به وضعیت بازارهای آسیای میانه به کشورهای حاشیه خلیج فارس کفش صادر نکرده‌اید، گفت: به عربستان سعودی هم دمپایی صادر می‌کردیم، اما این ماشین‌آلات خط تولید دمپایی را تامین کرده است. این فعال صنعتی جعل برند را نیز یکی از دردهای صادرکنندگان ایرانی در برخی از بازارهای صادراتی دانست و افزود: جعل برند باعث می‌شود که اعتماد مصرف‌کنندگان به یک برند خاص در طول زمان از بین برود که صادرکنندگان ایرانی باید برای فکر این معضل هرچه زودتر فکری کنند.

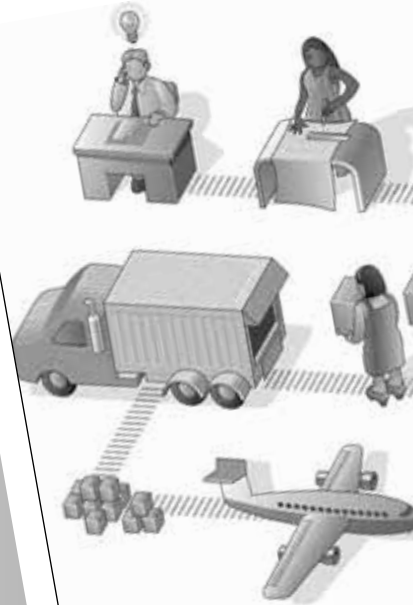
چشم‌انداز صادرات مساعد نیست
محمد امین توسلی گفت: در شش ماهه امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته صادرات کفش شرکت کاهش یافت، در حالی که طبق برنامه‌های قبلی قرار بود رشد ۵۰ درصدی صادرات در این مدت محقق شود.

وی بحران مالی جهانی و ثابت ماندن نرخ ارز را مهمترین مشکلات صادرکنندگان کفش کشور دانست و خاطر نشان کرد: صادرات ایران با این روند چشم‌انداز چندان روشنی ندارد. به ویژه صادرات در عرصه‌هایی مانند صنعت کفش که به نیروی انسانی زیادی نیاز دارد، با مشکلات بیشتری روبرو است. توسلی در عین حال تاکید کرد: متأسفانه تاکنون بارها نسبت به مشکلات صادرکنندگان اعتراض کرده‌ایم، اما کسی به این اعتراضات توجه نکرده است.

سوالاتی که باید به آن‌ها پاسخ داد

بعد از شنیدن اظهارات فعالان صنعت کفش که برخی از آن‌ها هم‌اکنون در عرصه صادرات نیز دستی بر آتش دارند، شاید ناامیدی محسوس در ما ایجاد شود که قطعاً با این وضع باید در آینده نزدیک شاهد توقف کامل صادرات کفش کشور باشیم. البته باید پذیرفت که رشد صادرات کفش کشور به شدت کاهش یافته، اما باید به این نکته نیز اشاره کرد که وضعیت بازارهای جهانی و رکود حاکم بر آن‌ها قطعاً به حالت کنونی باقی نمانده و اوضاع اقتصاد جهانی نیز بهتر خواهد شد.

این سوال مطرح می‌شود که آیا دست‌اندرکاران صادرات به ویژه در بخش دولت از اتفاقات به وجود آمده در عرصه صادرات به ویژه بعد از گسترش دامنه بحران مالی جهانی درس عبرت گرفته‌اند؟ آیا دیدگاه عمومی نسبت به تولید صادرات محور تغییر خواهد کرد؟ آیا دولت جوایز صادراتی را به موقع پرداخت خواهد کرد؟ آیا استراتژی مدون و برنامه‌ریزی شده‌ای برای صادرات صنعت کفش کشور به وجود خواهد آمد؟ این‌ها و ده‌ها سوال دیگر سوالاتی هستند که باید به آن‌ها پاسخ‌های دقیقی داد تا بتوان به خوبی آینده صادرات صنعت کفش کشور را ترسیم کرد.



اگر ظاهری رسمی داشته باشید عملکردتان را در کسب و کار جدی خواهند گرفت. پوشاک آراسته فضای جلسه را جدی‌تر می‌سازد.

