

کفش‌های وطنی‌ام کو؟

الیه توانا - کفش‌ها برای رسیدن به شکل و شمایل امروزی راه زیادی رفته‌اند؛ زمانی پای‌پوش‌هایی بودند از جنس نوارهای کتان یا برگ نخل و درختان دیگر که کارشان تنها پوشاندن پا بود. کمی بعدتر وظیفه نمایش طبقه اجتماعی را هم پیدا کردند؛ پاشنه بلند کفش اشراف، آن‌ها را از عوام متمایز می‌کرد. سروکله مُد که پیدا شد، کفش‌ها بیش از همیشه مورد توجه قرار گرفتند و رنگ و جنس و مدلشان اهمیتی دوچندان پیدا کرد. کفش‌ها رفته‌رفته وظایفشان تخصصی شده؛ کفش مهمانی، کفش ورزشی، کفش کار، کفش راحتی. امروز کفش‌ها در کامل‌ترین شکل خود، وظیفه‌های جدی‌تر و مهم‌تر از همیشه دارند؛ کفش، امروز صنعتی بزرگ است که می‌تواند بار بزرگی از روی دوش اقتصاد یک کشور بردارد و چرخ زندگی آدم‌های زیادی را بچرخاند. زمان زیادی نگذشته از روزی که خیلی‌ها برای کفش‌های تولیدشده در کشورمان را به مارک‌های خارجی ترجیح می‌دادیم. در این پرونده، سراغی گرفته‌ایم از چند برند کفش ایرانی تا ببینیم حال و روزشان چگونه است؟ کفش «ملی» و «بلا» را به شکل ویژه بررسی و یک برند نسبتاً جدید را هم معرفی کردیم. امروز از کیفیت کفش‌های ایرانی می‌گوییم و از لزوم حمایت از آن‌ها، به عنوان یک تولید مهم داخلی. با ما همراه باشید.



از کفش‌های ابرونی چه خبر؟

بچه‌های دهه پنجاه و شصت، چندان اهل مارک‌بازی و برندپوشی نبودند. اگر هم علاقه‌ای به کفش و لباس مارک‌دار داشتند، این علاقه به دلیل شرایط اقتصادی و خانوادگی، خیلی امکان‌محقق شدن نداشت. همان سال‌ها اما دو برند معتبر کفش در ایران وجود داشت که همه بچه‌ها می‌توانستند با پوشیدنش، لذت پوشیدن کفش مارک‌دار و باکیفیت را تجربه کنند؛ حالا بعضی‌ها سال‌ها یک‌بار رنگ فروشگاه‌های کفش «ملی» و «بلا» را می‌دیدند؛ بعضی‌ها فرصت کفششان را نمی‌کردند. در این بخش، مختصری درباره این دو برند معروف ایرانی خواهیم گفت و یادی می‌کنیم از دیگر برندهای ایرانی تولید کفش.



«رحیم ابرونی» اهل شیراز بود و عضو خانواده‌ای بازرگان پیشه. او در بازگشت از سفرش به اسلاواکی، براساس تجربیاتش کار تولید کفش در ایران را با ۳۵ کارگر آغاز می‌کند. قیمت تمام‌شده کفش‌های این تولیدی در ایران، ۵۰ درصد کمتر از محصول مشابه وارداتی آن است. فعالیت این تولیدی کفش در اواخر دهه ۳۰، یعنی چیزی حدود نه سال بعد از شروع فعالیتش، آن قدر رونق می‌گیرد که مجبور به خرید مغازه‌های هم‌جوار می‌شود. طی دهه ۴۰ تا اوایل دهه ۵۰ شرکت‌های متعددی در زمینه‌های تخصصی تولید چرم و سایر ملزومات مرتبط توزیع و فروش محصولات، یکی پس از دیگری متولد می‌شوند و خانواده «گروه صنعتی ملی» کم‌کم شکل می‌گیرد. گروه صنعتی ملی، در مدت کوتاهی به بزرگ‌ترین تولیدکننده کفش ماشینی در خاورمیانه تبدیل می‌شود و محصولاتش را به کشورهای خارجی صادر می‌کند. طی سال‌های دهه ۶۰ یعنی در شرایطی که کشور درگیر جنگ است، صنعت کفش ملی رشد و بالندگی همیشگی‌اش را از دست می‌دهد، این اتفاق اما طولانی نمی‌شود. همان‌طور که می‌دانید، گروه کفش ملی، به‌عنوان یکی از قدیمی‌ترین برندهای ایرانی همچنان فعال است و روزبه‌روز در جهت ارتقا و بهبود گام برمی‌دارد. گرفتن گواهینامه ایزو ۹۰۰۱-۲۰۱۵، رعایت استانداردهای ملی و بین‌المللی و تلاش برای شناسایی خواسته مشتریان و برآورده کردن آن، نشان‌دهنده تلاش‌های این گروه برای دوام آوردن در هیاهوی بازار کفش ایران است؛ بازاری که واردکنندگان محصولات خارجی، کار را برای تولیدات داخلی روزبه‌روز سخت‌تر می‌کنند.



خاندان «عمید حضور» پیشه‌وران دوره‌گردی بودند که از کاشان به تهران مهاجرت می‌کنند. فعالیت تجاری این خانواده با خرید یک زیرپله در بازار و فروش کیف و کفش، آغاز می‌شود؛ در دهه چهل، تولید کم‌کم جایگزین توزیع و فروش می‌شود. در جریان برندسازی و ورود «بلا» به صنعت کفش، دو نفر از برادران عمیدحضور، یعنی امیر و منصور، نقش اصلی را ایفا می‌کنند؛ آن‌ها در یک فرایند پنج ساله به صنعتگران حرفه‌ای کفش تبدیل می‌شوند. بعد از مدتی، جنگ و مسائل اقتصادی گلو را به همان

مشکلات کفش ملی دچار می‌کند. بحران اما این‌بار هم دوام چندانی پیدا نمی‌کند. کفش بلا در طول سال‌های بعد از رکود هم‌چنان به فعالیتش ادامه می‌دهد. اعمال یک‌سری تغییرات مدیریتی در سال ۹۴ شرایط را برای این گروه صنعتی بهتر می‌کند. بلاً حالا یک شبکه فروشگاهی گسترده با ۴۶ شعبه فعال در سراسر کشور در اختیار دارد و سعی می‌کند با بهبود کیفیت مواد اولیه، بهره‌گیری از طرح‌های به‌روز و کاهش قیمت، مشتریان وفادارش را راضی نگه دارد.

نهرین، البرز، وین و دیگران

در سال‌های گذشته غیر از دو غول صنعت کفش ایرانی، «بلا» و «ملی»، چند برند معتبر و محبوب دیگر هم وجود داشت؛ مثل «نهرین»، «وین» و «البرز». کفش «نهرین» آن روزها در اصفهان تولید می‌شد و هنوز هم کمابیش فعال است. «وین» در طول سال‌های فعالیتش، تجربه‌های متفاوتی را پشت سر گذاشت؛ بعد از واگذاری آن از بخش خصوصی به بخش دولتی، دچار افت و خیزهای بسیاری شد تا این‌که در سال ۸۸ دوباره به بخش خصوصی واگذار شد و در حال حاضر ۱۲ فروشگاه در سراسر کشور دارد. «البرز» هم با شروع فعالیتش در دهه ۴۰ ادامه آن تا امروز، یکی از پیشگامان صنعت کفش به‌شمار می‌رود؛ البرز بین تولیدکنندگان کفش ایرانی، اولین شرکتی است که گواهینامه مدیریت کیفیت دریافت کرده‌است. غیر از این صنعتگران سن‌وسال‌دار و بانچرخه، تولیدکنندگان نوپایی هم داریم که باوجود رقبای قدر خارجی و کفش‌های بی‌کیفیت اما ارزان‌چینی، خیلی خوب جایگاهشان را در بازار کفش کشور پیدا کرده‌اند. «شیمای» یکی از این برندهاست که در سال‌های ابتدایی دهه شصت با گرفت و الان به کشورهای مثل جمهوری آذربایجان، عربستان، روسیه، افغانستان، الجزایر و عراق کفش صادر می‌کند. کفش تبریز اما در بین تمام کفش‌های ایرانی جایگاه ویژه‌تری دارد. تولید کفش در این شهر، قدمت زیادی دارد و چرم‌پوش‌ها هم خوب می‌دانند که چرم تبریز چیز دیگری است. به همه این‌ها کفش‌های دست‌دوز محصول دست‌ان هنرمندان تبریزی را هم اضافه کنید که علی‌رغم به‌صرفه‌بودن استفاده از تجهیزات صنعتی، ترجیح می‌دهند کفش را با وسواس و دقتی قابل ستایش بدوزند. افتتاح موزه کفش تبریز در سال گذشته، نشان دهنده اهمیت این شهر به‌عنوان قطب صنعت کفش کشور است. به‌نظر می‌آید با وجود این تولیدکننده‌های حرفه‌ای و کاربلد، حداقل در مورد کفش، دیگر نیازی به تشویق مردم با شعار «خرید کالای ایرانی برای حمایت از اقتصاد کشور» نیست. با سابقه‌ای که از تولید کفش در کشورمان سراغ داریم و با وجود کیفیت و تنوع امروزی‌اش، استفاده از کفش ایرانی قبل از هر چیز، منفعت شخصی برایمان به‌دنبال خواهد داشت.

منابع: ایسنا و تجارت فردا

یک گزارش تصویری از مراحل تولید کفش دست‌دوز

گام به گام با کفش ایرانی

از روزگاری که کفش‌ها را دست‌هایی هنرمند و ماهر با صرف وقت و دقت فراوان می‌دوختند، زمان زیادی گذشته است. صنعتی شدن، ضرورت زندگی امروز است. اما هنوز هم در بعضی شهرهای ایران می‌شود نشانی از کفش‌های دست‌دوز پیدا کرد. شاید دیدن مراحل تولید یک کفش، خالی از لطف نباشد.

۱. برش زدن

در این مرحله استاد کار، چرم را با یک تیغ برش می‌دهد.



۲. بسته

بسیاری از مراحل ساخت کفش در این مرحله انجام می‌شود: رنگ‌آمیزی، خشک‌بند یا نخوردگی و نیز تعیین ضخامت چرم برای جلوگیری از بزرگی لبه‌ها. در این قسمت بخش‌های فوقانی کفش به هم دوخته می‌شود.



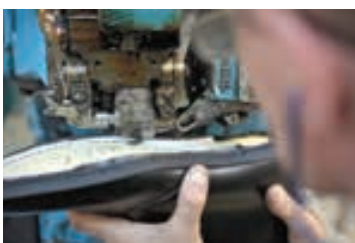
۳. ماندگاری

در این مرحله دو طرف چرم را می‌کشند تا بتوان آن‌را به کفی وصل کرد؛ این کار در یک اتاق مخصوص انجام می‌شود تا انتقال رطوبت کافی اجازه بدهد چرم به قالب مورد نظر تبدیل شود.



۴. ولت دوخت

یک نوار از جنس چرم، قسمت بالا و کفی کفش را به هم متصل می‌کند.



۵. دوخت

در این مرحله کفی کفش را با یک فناوری خاص دوخت می‌زنند.



۶. لبه تراشی

استاد کار با مهارت خاصی اضافه‌های لبه کفش را می‌گیرد و به آن موم و جلا اضافه می‌کند.



۷. رنگ آمیزی

در این مرحله کف کفش رنگ‌آمیزی و جلا داده می‌شود.



۸. تکمیلی

برق‌انداختن نهایی کفش، عملیاتی بسیار وقت‌گیر است که باید با دقت بسیار زیادی انجام شود.



گفت‌وگوی «زندگی سلام» با یک تولیدکننده موفق کفش درباره صنعت کفش کشور



کفش ایرانی سرآمد در کیفیت و ظرافت

تبریز قطب صنعت کفش کشور به‌شمار می‌رود و حدود ۶۰ درصد از تولید کفش ایران را در اختیار دارد. به‌همین دلیل بایکی از تولیدکنندگان بنام تبریزی گفت‌وگو کرده‌ایم تا برآیمان از نقاط قوت و ضعف کفش‌های تولید داخل بگویید. علیرضا جباریان فام، رئیس اتحادیه کفاشان تبریز است که از سال ۸۸ تولید کفش را شروع کرده و تا امروز بدون هیچ وقفه‌ای در این صنعت مشغول به‌کار بوده‌است. «چرا کفش ایرانی نمی‌خریم؟»، جمله‌ای که مهم‌ترین دلیل نوشتن این پرونده و اولین سوال من از آقای جباریان است. ایشان پاسخ می‌دهد: «این‌طوری هم که شما می‌گویید نیست! ما سالانه در ایران حدود ۱۵۰ میلیون جفت کفش تولید می‌کنیم و مصرف کشورمان حدود ۲۰۰ میلیون جفت کفش است. کفش‌های خارجی موجود در بازار، بیشتر کفش‌های اسپرت و بی‌جان است که ما فناوری تولیدش را نداریم. اما در تولید کفش زنانه و کفش چرمی مردانه مشکلی نداریم، اگر هم در این بخش کشتی وارد می‌شود، چند برند خیلی معتبر خارجی است.»

■ نقطه ضعف کفش ایرانی چیست؟

پس یعنی صنعت کفش در کشور ما هیچ مشکلی ندارد؟ جباریان پاسخ می‌دهد: «البته که ضعف‌هایی وجود دارد. برای مثال یکی از عوامل رکود صنعت کفش در ایران طی سال‌های گذشته، ارتباط نداشتن ما با کشورهای خارجی بود و همین عامل، باعث عقب‌ماندگی ما در بحث تکنولوژی و مدل می‌شد. از طرف دیگر تولیدکنندگان خارجی با شناخت بازار و ذائقه ما، کفش‌هایشان را وارد کشورمان می‌کردند. اما خوشبختانه در یکی دو سال اخیر، با بهبود روابط خارجی، ورود تکنولوژی و دستگاه‌ها و نرم‌افزارها به داخل کشور تسریع و تسهیل شد. به‌علاوه توانستیم ارتباطات خوبی برقرار کنیم؛ برای مثال استادان بزرگ و ماهر صنعت کفش ایتالیا را دعوت و از دانششان استفاده کردیم. بنابراین مشکل مدل و طراحی کفش‌های داخلی درحال برطرف شدن است. البته لازم است بدانید کفش ایرانی، به‌ویژه کفش تبریز، از لحاظ استحکام سرآمد است. مشکل دوم ما، مسئله کمبود مواد اولیه مرغوب و متنوع است. ما مجبوریم مواد اولیه را وارد کنیم که این کار بسیار هزینه‌بر و زمان‌بر است. سرمایه‌گذاران هم ریسک نمی‌کنند و خیلی دنبال سرمایه‌گذاری در بخش کفش نیستند.»

■ مشکلات تولیدکنندگان داخلی

به‌نظر می‌رسد تولیدکنندگان متوجه ضعف‌هایشان هستند و تلاش می‌کنند با برطرف کردن آن‌ها، صنعت کفش را رونق ببخشند. اما در این میان مشکلاتی وجود دارد که گاهی بعضی‌ها را بی‌انگیزه می‌کند. جباریان درباره این مشکلات می‌گوید: «قیمت کفش‌های تولید



قیمت کفش‌های

تولید داخل کمی

بالاست؛ مالیات

بر ارزش افزوده

یکی از دلایل

این مسئله است.

دلیل دیگرش،

مشکل بهره‌وری

در کارخانه‌های

ماست که هزینه

تمام‌شده کفش

خیلی زیاد

می‌شود. اگر این

گرانی‌ها وجود

نداشته‌باشند،

تولیدکننده

می‌تواند کفشتش

را با قیمت مناسب

تولید کند و با

قیمت مناسب هم

بفروشد