

(قسمت اول)

## مروری بر جایگاه کفش‌های ورزشی در دنیای امروز

اسرار کثیر



هشتمین دوره مجله ورزش

ورزش کلف تمرکز کرده است. براساس آمارهای موجود ظرفیت تولید سالانه کفش‌های ورزشی هم‌اکنون از مرز ۲۰ میلیارد جفت در سال بیشتر است. صنعت کفش ورزشی نه تنها از نظر تعداد، بلکه به جهت ابعاد تکنولوژیک و توسعه بازار بر اهمیت صنعت کفش افزوده و باعث شکل‌گیری بخشی قدرتمند شده است.

### مشکل در مشخص کردن تعداد دقیق

برای مشخص شدن میزان دقیق متقاضیان کفش ورزشی می‌توانیم به عنوان مثال وضعیت کفش فوتبال را بررسی کنیم. کفش فوتبال

از جمله مواردی است که با پیچیدگی‌هایی مانند کفش‌های راحتی یا دو برخوردار نیست، چراکه این کفش تنها برای این ورزش مناسب است. ابتدا باید مشخص کنیم که آیا می‌خواهیم در مورد فوتبال آمریکایی صحبت

کنیم یا فوتبال رایج

در اروپا و سایر کشورها. به عنوان مثال وقتی همان فوتبال آمریکایی را در نظر می‌گیریم باید توجه داشته باشیم که تقسیم‌بندی مختلفی راجع به ورزشکاران این رشته وجود دارد؛ ورزشکاران حرفه‌ای، ورزشکاران ثبت‌نام شده، ورزشکاران ثبت‌نام نشده، کادر اداری، داوران، بازیکنان فوتبال سالی و فوتبال ساحلی و از همه سخت‌تر مشخص کردن ورزشکاران تفریحی است.

تحلیل وضعیت پای‌پوش‌های ورزشی به دلیل کارکردهای چندگانه‌شان کار آسانی نیست. روند غالب در ارتباط با کفش‌های ورزشی این است که افراد برای کارهای غیرورزشی نیز کفش ورزشی به پا می‌کنند. به تازگی نیز انتظار مصرف‌کنندگان این شده تا کفش‌های ورزشی علاوه بر اینکه به سلامت آنها کمک می‌کند، زیبا و جذاب نیز به نظر برسد. حتی در حوزه محصولات لوکس شاهد ورود کفش‌های راحتی هستیم که ضمن اینکه لوکس به نظر می‌رسند، ویژگی

مناسب و راحت بودن را نیز دارند بنابراین هنگامی که از تحلیل بازار کفش‌های ورزشی سخن می‌گوییم ضروری است که بدانیم این کفش‌ها این ویژگی‌ها را پوشش می‌دهد. به عنوان مثال یک کفش، ممکن است برای رفتن به باشگاه



ورزشی استفاده شود که برخی از فعالیت‌های فرد استفاده کننده آن شبیه به دو است یا اینکه فردی ممکن است یک کفش ورزشی را برای حضور در یک رخداد خاص به پا کند. هم‌اکنون دنیای کفش‌های ورزشی، بازیگران کلیدی و نوآور پیدا کرده که می‌توان به برندهایی مانند اسکیچرز، کلارک و اکو اشاره کرد. بعضی از این شرکت‌ها ممکن است در یک حوزه تخصصی مشخص کارشان را متمرکز کنند، به عنوان مثال اکو روی



در سال ۲۰۰۶ فیفا اقدام به انتشار نتایج یک داده کاوی در ارتباط با تعداد افراد مرتبط با انواع ورزش فوتبال در سراسر دنیا کرد. نتایج این تحقیق بیانگر این بود که تعداد فوتبالیست‌های ثبت‌نام شده و ثبت‌نام نشده و همچنین کادر اداری در سراسر دنیا ۲۷۰ میلیون نفر است که از این تعداد پنج میلیون نفر شامل کادر اداری و مابقی شامل انواع مختلف رشته‌های فوتبال است. انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۵ این عدد برای فوتبالیست‌ها به تعداد ۲۹۲ میلیون رسیده باشد و همچنین کادر اداری نیز بالغ بر پنج و نیم میلیون نفر باشد. همچنین داده‌های موجود در ارتباط با سال ۲۰۰۶ حاکی از آن است که تعداد فوتبالیست‌های ثبت‌نام شده در این سال در مقایسه با سال ۲۰۰۰ با ۲۳ درصد افزایش در سال ۲۰۰۶ به ۳۸ میلیون نفر رسیده است. در ارتباط با تعداد بازیکنان سال ۲۰۰۶ نیز برآوردها حاکی از آن است که ۲۶ میلیون نفر از این بازیکنان، زن هستند. با مشخص شدن تعداد بازیکنان، هم‌اکنون باید به این سوال پاسخ بگوییم که هر کدام از این افراد چه تعداد کفش ورزشی خریده‌اند یا برای شان خریداری شده است؟ این تعداد با توجه به سطح افراد متفاوت است و می‌تواند گستره‌ای از افراد حرفه‌ای که سالانه بیش از ۱۰ جفت کفش ورزشی می‌خرند را شامل شود تا اکثریتی که به خرید سالی یک زوج کفش ورزشی بسنده می‌کنند یا افرادی که حتی فاقد یک جفت کفش ورزشی و مناسب هستند. با هر بار برگزاری جام جهانی فوتبال یا جام باشگاه‌های اروپا گمانه‌زنی‌ها در ارتباط با حامی نخست بازی‌ها آغاز می‌شود و چشم‌ها بیش از هر برندی به دنبال آدیداس و نایک به عنوان بزرگ‌ترین عرضه‌کنندگان کفش‌های ورزشی

می‌رود، همچنین نیم‌نگاهی نیز به برندهایی مانند پوما، سوندیکو یا آمبرو معطوف می‌شود، اما در هر صورت تجربه نشان داده که به عقب راندن دو غول تعیین‌کننده اول کاری سخت و تقریباً ناشدنی است.

### بازار در تسخیر دو شرکت

واقعیت این است که بازار کفش ورزشی به تسخیر دو شرکت بزرگ درآمده است: «نایک» و «آدیداس». بازار و منابع در اختیار این دو شرکت است و شاید تنها براساس میزان جذب افراد مشهور یا بازیکنان تعیین‌کننده مناقشه‌ای کوچک برای مشخص کردن نفر اول بین این دو رقیب شکل بگیرد. به عنوان مثال «آندر آرمور» تلاش کرد تا در بازار آمریکا در مقابل آدیداس قدم کند اما با وجود برتری‌های این شرکت در آخرین سری محصولات، در حوزه پای پوش هنوز آدیداس تعیین‌کننده است و «آندر آرمور» در حوزه پوشیدنی‌های ورزشی توانسته پیشی بگیرد. تنها در سال ۲۰۱۵ آدیداس موفق به فروش ۳۰۱ میلیون جفت کفش به ارزش ۸/۴ میلیارد یورو شده که همین رقم نسبت به سال ۲۰۱۱ حدود ۲۶ درصد افزایش نشان می‌دهد، ضمن اینکه راه‌اندازی کارخانه تولید سریع آدیداس در آنباخ آلمان را نیز باید در نظر داشت، کارخانه‌ای که با سیستم تولید منعطف کار می‌کند و می‌تواند آدیداس را به اهداف بالاتر تولید خود در سال ۲۰۲۰ برساند. نایک نیز در این سال‌ها روی سیستم تولید سریع کار کرده است. این شرکت در سال ۲۰۱۵-۲۰۱۶ حدود ۱۸/۳ میلیارد دلار فروش داشته و این در حالی است که کل فروش آندر آرمور در سال ۲۰۱۵ به چهار میلیارد دلار رسید که تنها حدود ۱۷/۱ درصد از این مبلغ (۰/۷ میلیارد دلار) به کفش تعلق داشته است.





## عصر ابهام

ابهام در میزان تولیدات شرکت‌های تولیدکننده پای‌پوش در سال ۲۰۱۵-۲۰۱۶ بر میزان ابهام‌ها افزوده است. باید این نکته را نیز افزود که مشتریان کنونی به دنبال سبک جدیدی از کفش‌های ورزشی هستند که همزمان راحتی و سلامت را برای آنها به ارمغان بیاورد. سرآغاز این جنس تحول در تقاضای کفش‌های ورزشی جدید را شاید بتوان به تولد خرده‌فروشی کفش‌های ورزشی JD انگلستان نسبت داد. با توجه به افزایش تقاضای عمومی نسبت به محصولات ورزشی تنها در بازه زمانی نیمه سال ۲۰۱۶ شرکت JD توانست ۶۶ درصد سودش را افزایش دهد. فروش در این مدت با ۲۰ درصد افزایش به ۹۷۰ میلیون پوند رسیده بود. ۵۰ درصد از این میزان فروش حاصل فروشگاه‌های فعال جاری و ۵۰ درصد نیز از تاسیس فروشگاه‌های جدید به دست آمده بود. JD همچنان به دنبال این است که با خرید برندهای معتبر اروپایی کسب و کارش را گسترش دهد که از جمله می‌توان به اقدام اخیر آن برای خرید Perry Sport و Aktie اشاره کرد. رشد این شرکت به صورت کامل مستقل از برگزیت است و به همین دلیل انتظار نمی‌رود که برگزیت بتواند روی آن تاثیر منفی بگذارد، حداقل چنین تاثیری در کوتاه‌مدت منتفی است. از آن سو JD فعالیت‌های روبه گسترش خود را در خارج از محدوده بریتانیا نیز دنبال می‌کند که از جمله می‌توان به اهتمام شرکت برای گسترش شعبه‌ای در استرالیا اشاره کرد. آنچه به عنوان نتیجه‌گیری می‌توان به آن اشاره کرد این است که وجود برندهای پیشرو در زمینه کفش‌های ورزشی، توسعه تکنولوژی در این زمینه و درگیر بودن ستاره‌های مختلف با این صنعت تاییدکننده این است که همچنان رشته کفش‌های ورزشی به عنوان یک رشته موثر در صنعت و کسب و کار کفش با سهمی حدود ۲۶ درصد باقی خواهد ماند و شاید پوشیدن کفش‌های ورزشی در سراسر دنیا روزی تبدیل به گفتمان مشترک در مناطق مختلف شود.

## شکست هزینه‌ها

باور عمومی بر این است که افسانه قیمت ارزان آدیداس با تولید در چین شکل گرفته، این در حالی است که براساس آمارهای موجود ۴۱ درصد از تولیدات آدیداس در ویتنام، ۲۴ درصد در اندونزی و تنها ۲۳ درصد در چین انجام می‌شود. براساس تحقیقات انجام شده توسط «سول رویو» هر ۱۰۰ دلار هزینه برای تولید کفش دوومیدانی را به شرح جدول یک و دو می‌توان قیمت را شکست: جدول یک

هزینه تولید	21-
22 دلار	
هزینه حمل و نقل و بیمه	5 دلار
بازاریابی	5-8 دلار
هزینه‌های سربار	11-13 دلار
مالیات	1 دلار
سود	2-5 دلار
سهام خرده‌فروشی	50 دلار

البته لحاظ کردن سهم ۵۰ دلاری برای خرده‌فروشان به این معنا نیست که این مبلغ به آنها تعلق می‌گیرد، چنانچه از منظر خرده‌فروشی بخواهیم این مبالغ را ریز کنیم جدول شماره دو گویای این امر است. جدول شماره دو

هزینه خرید	50 دلار
هزینه‌های خرده‌فروشی	17 دلار
مالیات	3 دلار
سود خالص	6 دلار
تخفیف	24 دلار



یک راهبرد منابع انسانی کاملا منسجم در صورتی که به‌طور دوره‌ای بازسازی نشود و با راهبرد کسب‌وکاری بزرگ‌تر هم‌راستا نگردد دچار شکست می‌شود.

