



گزارش پیمایش فضای کسب و کار صنف تولید کنندگان
پوشاک، کیف و کفش





سال جاری

۴۸٪ کاهش
۵۲٪ ثابت یا افزایش

حجم فروش کالا

تعداد مشتریان

۶۰٪ کاهش
۴۰٪ ثابت یا افزایش

۹۳٪ افزایش
۷٪ ثابت

هزینه های عملیاتی

۵۸٪ افزایش
۴۲٪ ثابت یا کاهش

درآمد فروش

۶۲٪ کاهش
۳۸٪ ثابت یا افزایش

حجم سود

۵۹٪ کاهش
۴۱٪ ثابت یا افزایش

مانده گردش مالی

ارزیابی سال آینده

۲۸٪ کاهش
۷۲٪ ثابت یا افزایش

حجم فروش کالا

تعداد مشتریان

۲۰٪ کاهش
۸۰٪ ثابت یا افزایش

۹۰٪ افزایش
۱۰٪ ثابت

سایر هزینه ها

۱۴٪ کاهش
۸۶٪ ثابت یا افزایش

درآمد فروش

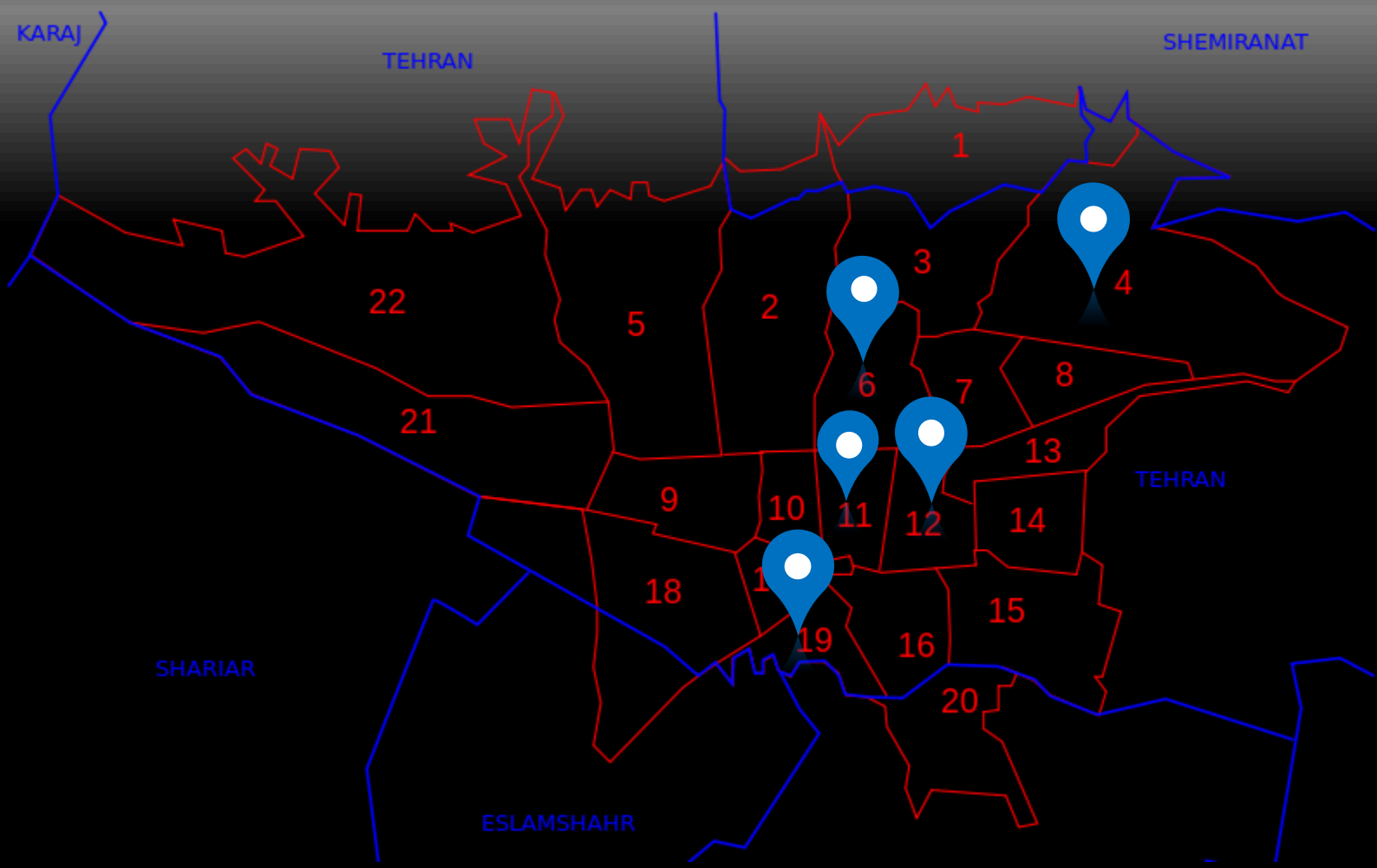
۲۰٪ کاهش
۸۰٪ ثابت یا افزایش

حجم سود

۱۵٪ کاهش
۸۵٪ ثابت یا افزایش

مانده گردش مالی

ارزیابی صنف تولیدی پوشاک و کیف و کفش در یک نگاه



تعداد کل واحد
نمونه گیری شده
۱۲۰
واحد

تعداد کل جامعه
آماري تقریبا
3000
واحد

پراکندگی واحد های نمونه

منطقه	محلّه	تعداد واحد نمونه
۶	چهار راه ولیعصر	۲۳
۴	تهرانپارس	۱۳
۱۱	جمهوری ، تئاتر شهر	۳۵
۱۲	فردوسی ، بهارستان ، خیام ، بازار	۴۲
۱۹	عبدل آباد	۷

شیوه نمونه گیری



✓ پراکندگی تولیدی های پوشاک و کیف و کفش عمدتاً در منطقه ۱۲ تهران (منطقه بازار) متمرکز می باشد .

✓ بنا به اطلاعات اخذ شده از اتحادیه صنف پوشاک و کف و کفش تعداد ۳۰۰۰ هزار واحد تولیدی فعال در سطح شهر تهران مشغول به فعالیت می باشند.

✓ بدین منظور تعداد ۱۲۰ واحد فعال صنف، مورد انتخاب قرار داده شده است.

تولید کنندگان پوشاک و کفش خاصه تولید کنندگان خرد در طول سال گذشته با مشکلات زیادی دست به گریبان بوده اند. پاره ای از مسائل رخ داده این گروه از فعالان اقتصادی به شرح زیر است:

افزایش قیمت ابزار و یراق آلات
مصرفی در صنعت تولید کفش

رخ دادن سونامی ورود کالاهای
استوک بنگلادشی به دلیل تعلیق
سفارشات پوشاک بازار جهانی

افزایش هزینه تمام شده کالای
تولیدی به میزان ۳۴ و ۵۸ درصد در
سالهای ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹

حجم مالی بازار پوشاک تهران از ۵۰
هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۹۸ به
۷۵ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۹۹
رسیده است

مجموعه عوامل فوق موجب خلاء در هدف گذاری بنگاهها و نبود چشم انداز روشن در این بخش شده است با این حال تولید کنندگان با اعمال سیاستهای مختلفی همچون کاهش حاشه سود سعی در نگهداشت سهم بازار کرده و تا حدی در این زمینه موفق بوده اند.

گسترش بازار غیر رسمی فروش
پوشاک خارجی

تاخیر در تامین ارز واردت ماشین
الات و تجهیزات و مواد اولیه و
افزایش هزینه خواب سرمایه

متوسط نرخ تورم در بازار
پوشاک در سال ۱۳۹۹، ۵۳٪
درصد بوده است

به حداقل رسیدن صادرات

گران بودن هزینه داخلی تولید
نسبت به واردات کالاهای آماده به
مصرف خارجی به دلیل کنترل نرخ
ارزو همزمان شتاب تورم تولیدی

با احتساب نرخ تورم حجم
واقعی مصرف پوشاک حداقل ۲
درصد کاهش یافته است

کلیات

خلاصه مدیریتی

میزان فیزیکی فروش ۵۲ درصد از واحدها در سال جاری در وضعیت ثبات یا صعودی قرار داشته است. بنا به گمانه زنی فعالان این رقم در سال آتی به ۷۲ درصد خواهد رسید.

در سال جاری ۴۱ درصد از واحدها با ثبات و یا افزایش در مانده گردش مالی مواجه بوده اند. ارزیابی فعالان بازار حکایت از افزایش این رقم تا ۸۵ درصد را خواهد داشت.

ارزیابی صاحبان صنف برای سال آتی نشان از کاهش تعداد مشتریان برای ۲۰ درصد از واحدهای تولید دارد.

۶۰ درصد از واحدهای تولید با کاهش تعداد مشتریان مواجه بوده اند.

در حال حاضر ۳۸ درصد از واحدها در کسب و کار خود از روش خرید مدت دار استفاده می کنند.

۳۹ درصد از صاحبین مشاغل در این صنف بخشی از نیازهای مالی خود را از نظام بانکی تامین می کنند.

۴۹ درصد از جامعه اماری این پیمایش در زمره مشتریان فعال و غیر فعال بانک سامان بوده اند.

در سال جاری میزان سود آوری در ۴۸ درصد از بنگاهها وضعیت صعودی و یا ثبات داشته است این رقم در سال آتی به ۸۰ درصد افزایش خواهد یافت.

از ۴۹ درصد مشتریان بانک سامان ۲۹ درصد از خدمات ارائه شده توسط بانک ابراز رضایت کرده اند.

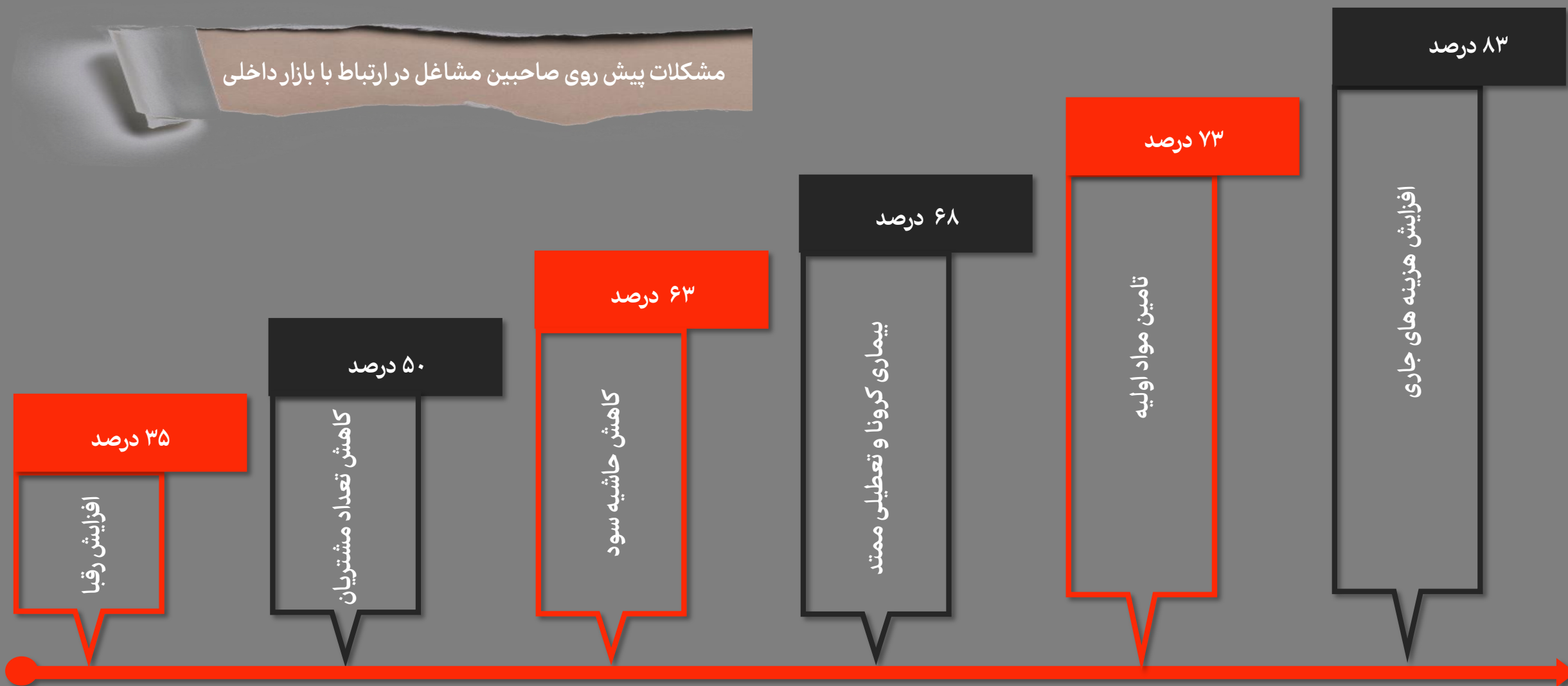
چالش های فرآروی فعالیت

با توجه به وجود دو بازار اصلی داخلی و خارجی برای فرش چالش های فرآروی فروشندگان را نیز می توان به دو گروه تقسیم کرد .

مشکلات پیش روی صاحبین مشاغل در ارتباط با بازار داخلی



مشکلات پیش روی صاحبین مشاغل در ارتباط با بازار داخلی



- تعطیلی های ناشی از کرونا و رکود فروش ناشی از آن کسب و کار ۶۸ درصد واحدها را با اختلال ورپرو کرده است این مشکل برای واحدهای کوچک حادثر بوده است،

- ۷۳درصد از واحدهای تولید در زمینه تامین مواد اولیه و ماشین آلات با مشکلات ساختاری رویرو بوده اند.

- افزایش هزینه تمام شده تولید کالا عاملی بازدارنده بر سرراه ۸۳ درصد از صاحبین مشاغل بوده است.

- عوامل گفته شده تعداد متقاضی کالا را برای ۵۰ درصد از واحدها کاهش داده است .



شاخص های عملکرد صنف

در سال گذشته

تغییرات تعداد مشتریان

تغییرات هزینه های عملیاتی

تغییرات حجم فیزیکی فروش

تغییرات حجم کلی سود بنگاه

تغییرات درآمد حاصل از فروش

تغییرات مانده گردش مالی حساب بنگاه

تغییرات ارزش ریالی مواد اولیه خریداری شده

تغییرات حجم فیزیکی مواد خریداری شده توسط بنگاه

۱ - تغییرات تعداد مشتریان

در پیمایش حاضر، عملکرد صنف بر اساس ۸ شاخص عملکردی پایه مورد ارزیابی قرار گرفته شده است. بررسی این شاخص ها ی عملکردی می تواند تصویری از وضعیت فعالیت صنف را به تصویر کشاند.

از مهمترین عوامل موثر بر کاهش تعداد مشتریان واحدهای تولیدی:

- تعطیلی بسیاری از واحدهای فروشگاهی

- تحریم ها و موانع واردات مواد اولیه و تجهیزات تولید

- کاهش توان مالی خانوار

- استمرار تقاضا کالای خارجی

- واردات غیررسمی کالای خارجی

۱۸ %

ثبات

۶۰ %

کاهش

۲۲ %

افزایش

افزایش تعداد مشتریان با اخذ سیاست های کاهش حاشیه سود در واحدهای تولیدی صورت پذیرفته است

۲- تغییرات درآمد حاصل از فروش

بررسی تغییرات در ارزش ریالی فروش کالا در سال گذشته، به عنوان دومین شاخص فعالیت، حاکی از این امر می باشد که:

۱۸ درصد

کاهش ارزش ریالی فروش کالا

واحدهایی که در شرایط موجود موفق به اخذ ساست های مناسب فروش نبوده اند علی رغم بالا رفتن نرخ تورم و قیمت ها، همچنان با کاهش درآمد فروش مواجه بوده اند.

۲۴ درصد

ثبات ارزش ریالی فروش کالا

تنها ۲۴ درصد از بنگاه های فروش در شرایط نابسامان و پرافت و خیز سال گذشته توانسته اند در حالت با ثبات باقی بمانند

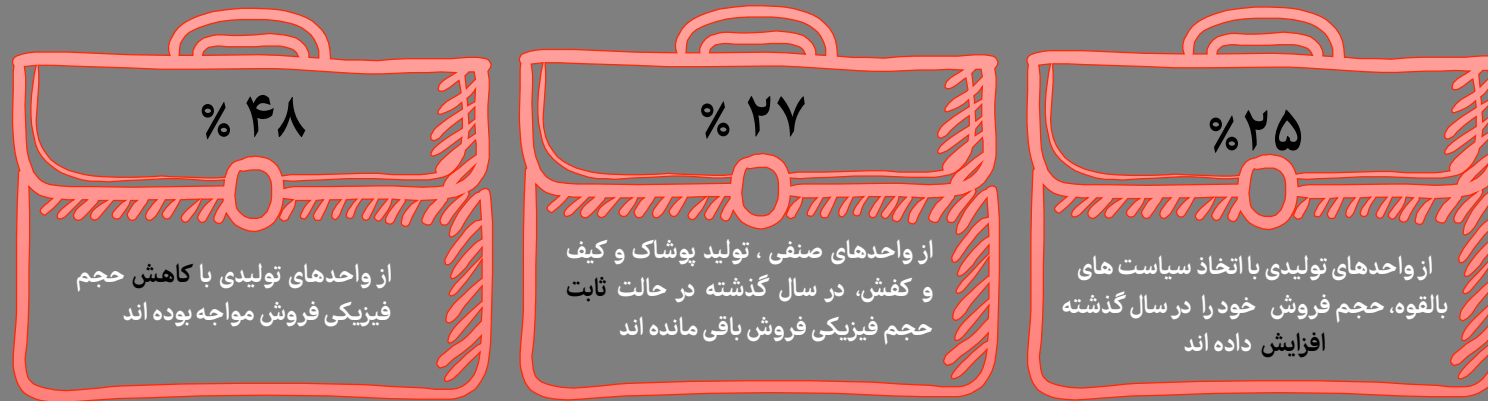
۵۸ درصد

افزایش ارزش ریالی فروش کالا

بخش قابل توجهی از افزایش درآمد حاصل از فروش وابسته به افزایش نرخ تورم می باشد

علیرغم افزایش اندازه مالی بازار مصرفی پوشاک ۴۲ درصد از واحدها نتوانسته اند درآمد فروش خود را افزایش دهند

۳- تغییرات حجم فیزیکی فروش



- واحدهای تولیدی در سال گذشته جهت ادامه روند تولید ملزم به کاهش حاشیه سود در جهت جذب مشتری بوده اند

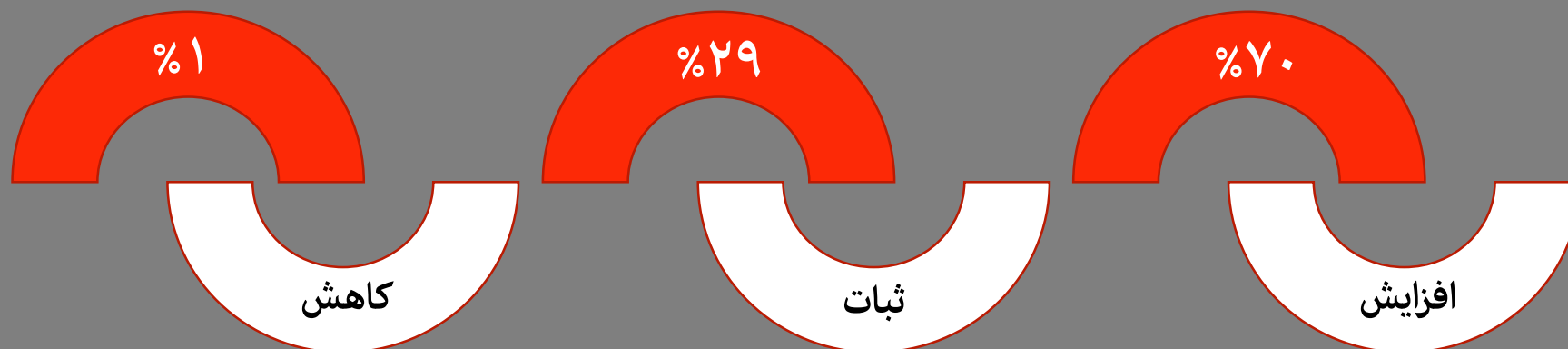
- کاهش حجم فروش در بازار مربوط به ۴۸ درصد واحدها بوده است .

۴- تغییرات حجم فیزیکی مواد اولیه خریداری شده توسط بنگاه



- از جمله سیاست های اتخاذ شده در شرایط تورمی و نا به سامان، کاهش هزینه های خواب سرمایه می باشد که در سال گذشته ۴۹ درصد از بنگاه های مورد پیمایش از این طریق تعادل بین درآمد و فروش را ایجاد نموده اند. بخشی از این کاهش مرتبط با کاهش اندازه واقعی بازار است

۵- تغییرات ارزش ریالی مواد اولیه خریداری شده



- افزایش نرخ تورم تولید کننده به میزان بیش از ۵۰ درصد عملاً بخش بزرگی از واحدها را مواجه با تورم در هزینه تمام شده تولید بر اثر افزایش قیمت مواد اولیه کرده است

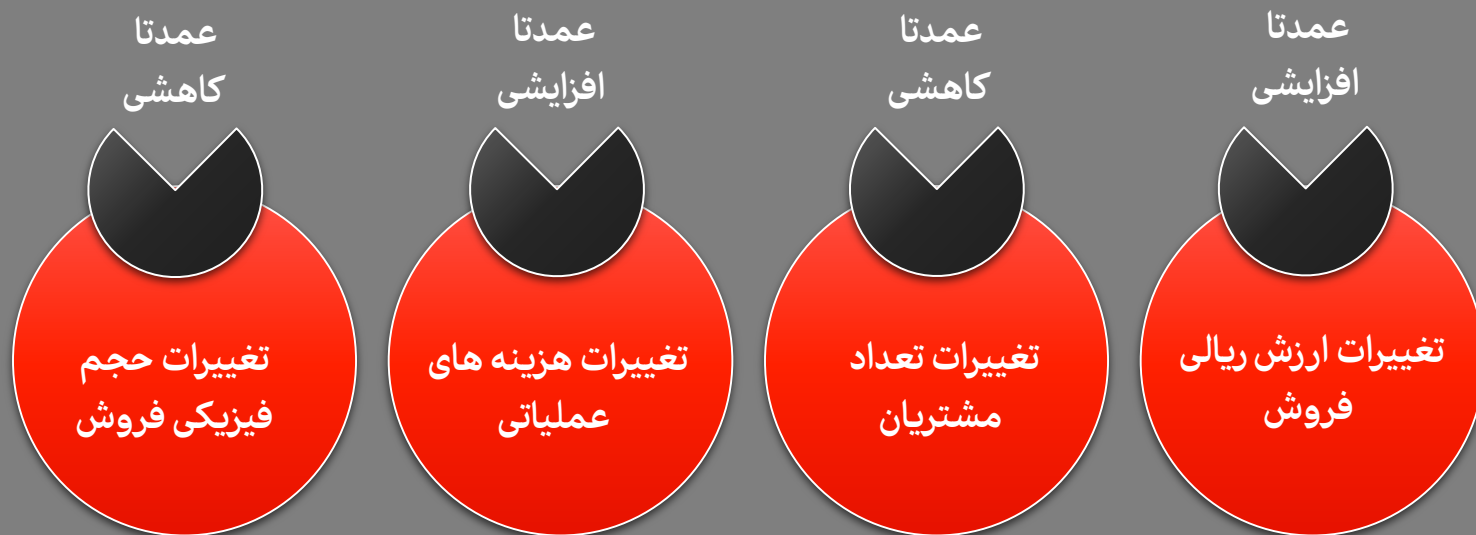
افزایش ارزش ریالی مواد اولیه خریداری شده توسط واحد تولیدی ، بیشتر مربوط به افزایش هزینه ها و موانع واردات مواد اولیه مورد نیاز بنگاه می باشد

۶- تغییرات هزینه های عملیاتی



با توجه به روند تورمی قیمت های مواد اولیه و هزینه های سرسام آور تولید در کنار عدم تعادل در بازار، ۹۳ درصد از واحدهای تولید اذعان به افزایش هزینه های عملیاتی بنگاه داشته اند. علیرغم برخی از راهکارهای موقت در جهت کاهش هزینه های بنگاه من جمله کاهش تعداد کارکنان و خرید مواد اولیه در مقاطع زمانی کوتاه مدت و ... همچنان موفق به کنترل هزینه های عملیاتی بنگاه نبوده اند.

۷- تغییرات حجم کلی سود بنگاه



۶۲%

از واحدهای تولید با کاهش سودآوری سال گذشته مواجه بوده اند

۲۱%

از بنگاه ها در سال گذشته افزایش در میزان سودآوری را گزارش نموده اند

۱۷%

از واحدهای صنفی تولید در سال گذشته سودآوری با ثبات داشته اند

بسیاری از واحدهای تولیدی با کاهش چند مرحله ای در حاشیه سود حاصل محصول تولید شده به قصد ادامه روند تولید، در نهایت با کاهش سودآوری بنگاه مواجه بوده اند. این سیاست کاهش سود عمدتاً تنها به دلیل ممانعت از محنل شدن دائمی خط تولید اخذ شده است

۸- تغییرات مانده گردش مالی حساب بنگاه



در شرایط نا به سامان اقتصادی بسیاری از واحدهای تولید، خرید مواد اولیه را در مقاطع زمانی کوتاه مدت به انجام رسانده و در نتیجه مانده گردش مالی بنگاه در فواصل کوتاه به خرید های بنگاه اختصاص یافته است در حالی که خرید تجهیزات بنگاه تولید نیز عمدتاً از محل مانده گردش مالی تامین شده است

ساختار فعالیت و مشخصه های آن



فضای کسب و کار متأثر از مشخصه های عملکردی ساختارهایی می باشد که به شرح زیر است:

درصد رضایتمندی از راه اندازی واحد فروش توسط تولید کننده

نوسانات در سودآوری سال گذشته نسبت دوران قبلی

تناوب خرید مواد اولیه توسط واحد تولیدی

درصد واحدهای تولیدی دارای واحد فروش

نرخ سود بازپرداخت در خرید مدت دار

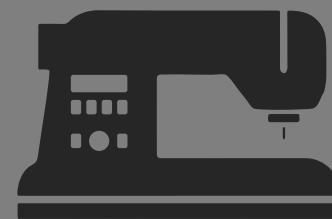
عمده ترین کانال در تامین مواد اولیه

درصد افزایش هزینه های تولید

میانگین حاشیه سود

خرید مدت دار

۱ - عمده ترین کانال در تامین مواد اولیه



۱۵%

از بنگاه های مورد پیمایش
بخش عمده مواد اولیه مورد
نیاز را از طریق واردات تامین
کرده اند



۳۵%

از واحدهای تولید عمدتاً از تامین
کننده داخلی اقدام به تامین
مواد اولیه نموده اند



۵۰%

از واحدها ، کالای خود را از هر دو
کانال واردات و تامین کننده داخلی،
تامین نموده اند

مشاهدات میدانی نشان می دهد، نیاز به واردات مواد اولیه از یک سو و مشکلات ارزی در جریان واردات عملاً مدت زمان دریافت کالا را در برخی از موارد تا دو برابر افزایش داده است این مسائل موجب افزایش هزینه خواب سرمایه و در نتیجه افزایش هزینه تامین مواد اولیه تا ۳۰ درصد شده است

۲- درصد واحدهای تولیدی دارای واحد فروش



بله

۲۰%

خیر

۸۰%

تنگنای بازار موجب گرایش بنگاههای تولیدی به سمت ادغام عمودی زنجیره تامین پوشاک شده است به همین دلیل حدود ۲۰ درصد از بنگاه های تولیدی مورد پیمایش در کنار واحد تولید، اقدام به تاسیس بنگاه فروش نموده اند

۳- درصد رضایتمندی از راه اندازی واحد فروش توسط تولید کننده



رضایتمندی کمتر از ۵۰ درصد



۷۵%

رضایتمندی بیش از ۵۰ درصد



۲۵%

۷۵ درصد از واحدهای تولیدی که واحد فروش محصولات خود را راه اندازی نموده اند میزان رضایتمندی خود را کمتر از ۵۰ درصد برآورد نموده اند و ۲۵ درصد از این نوع بنگاه های تولیدی رضایتمندی بیش از ۵۰ درصد داشته اند

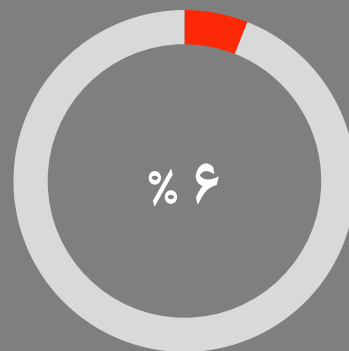
۴- خرید مدت دار



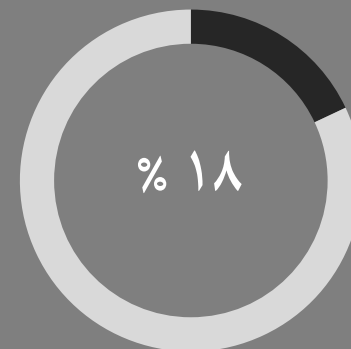
از بنگاه‌ها از امکان خرید مدت دار با فرصت بازپرداخت بیش از سه ماه بهره‌جسته‌اند.



از واحدها از امکان خرید مدت دار با فرصت بازپرداخت ۳۰ تا ۴۵ روزه بهره‌جسته‌اند.



از بنگاه‌هایی که امکان خرید مدت دار داشته‌اند، با مدت زمان بین ۴۵ روز تا سه ماه اقدام به خرید مدت دار نموده‌اند.



از واحدهای صنفی با امکان خرید مدت دار مجبور به بازپرداخت در فرصت کمتر از یک ماه بوده‌اند.

- بررسی‌های موجود نشان می‌دهد ۳۸ درصد از بنگاه‌های مورد پیمایش در سال گذشته از امکان خرید‌های مدت دار بهره‌جسته‌اند و ۶۲ درصد اذعان به عدم امکان خرید مدت دار داشته‌اند.

- با توجه به اینکه واحدهای تولیدی به دلیل افزایش قیمت مواد اولیه در روند گردش مالی دچار مشکل می‌باشند، عدم امکان تامین مالی از طریق خرید مدت دار، مشکلات واحد صنفی را افزایش خواهد داد.

۵- نرخ سود بازپرداخت در خرید مدت دار

از واحدهایی که امکان خرید مدت دار داشته اند با سود کمتر از ۱۰ درصد مبادرت به خرید مدت دار نموده اند **۱۸%**

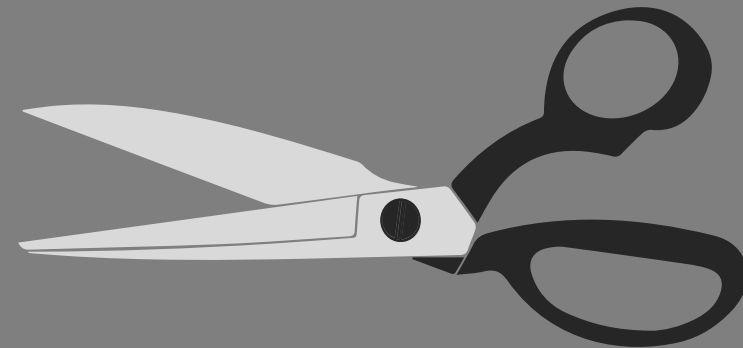
از واحدها سود بیش از ۲۰ درصد اقدام به خرید مدت دار نموده اند **۵%**

از واحدها نیز با سود بازپرداخت ۱۰ تا ۲۰ درصد خرید مدت دار خود را انجام داده اند. **۱۵%**

از واحدها امکان خرید مدت دار داشته اند. **۳۸%**

داده های آماری بیانگر پرداخت سود بسیار بالا و بیشتر از نرخ سود بانکی در خرید های مدت دار بنگاه است. این شکاف می تواند بیانگر فرصتی برای تامین مالی توسط بانک تلقی گردد

۶- میانگین حاشیه سود



□ ۲۷ درصد از نگاه های تولیدی توانسته اند محصولات خود را با حاشیه سودی بالاتر از ۳۰ درصد به فروش رسانند

□ ۳۰ درصد از بنگاه های تولیدی محصولات خود را با حاشیه سود ۲۰ تا ۳۰ درصد به فروش رسانده اند

□ ۴۳ درصد از واحدهای تولیدی محصولات خود را با حاشیه سود کمتر از ۲۰ درصد به فروش رسانده اند

- واحدهای تولیدی با فروش مستقیم توانسته اند با کاهش حاشیه سود شاهد بهبود بیشتری در جریان درآمدی و سود آوری خود باشند

- شرایط رکودی موجب کاهش حاشیه سود در بنگاهها جهت حفظ جریان درآمدی و سهم بازار و رقابت با بازارهای غیررسمی پوشاک شده است

۷- نوسانات در سودآوری سال گذشته نسبت دوران قبلی

۱۸ درصد

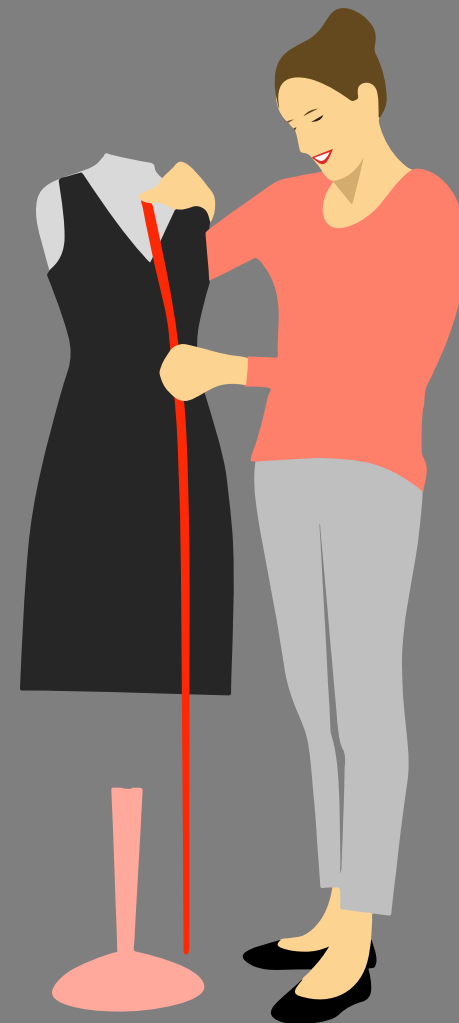
از بنگاه های تولید
میزان نوسانات بالاتراز
۳۰ درصد را تجربه
نموده اند

۴۵ درصد

از بنگاه ها تولید با
نوسانات سودآوری
مابین ۲۰ تا ۳۰ درصد
مواجه بوده اند

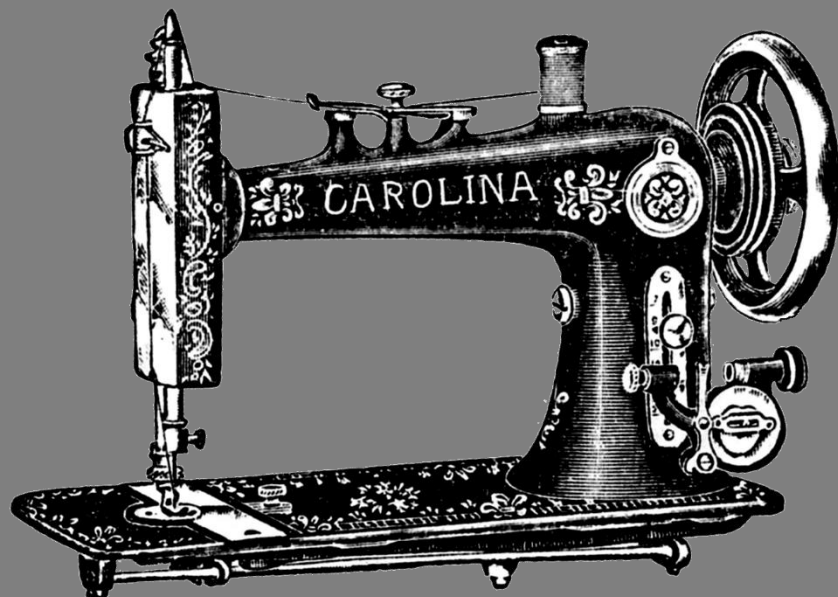
۳۷ درصد

از تولیدی ها نوسانات در
سودآوری را کمتر از ۲۰
درصد برآورد نموده اند



نوسانات در سودآوری به نسبت سال قبل به اذعان در نیمی از واحدها، در حد قابل ملاحظه ای افزایش داشته است

۸- درصد افزایش هزینه های تولید



۱۱%

کمتر از ۳۰ درصد

۱۶%

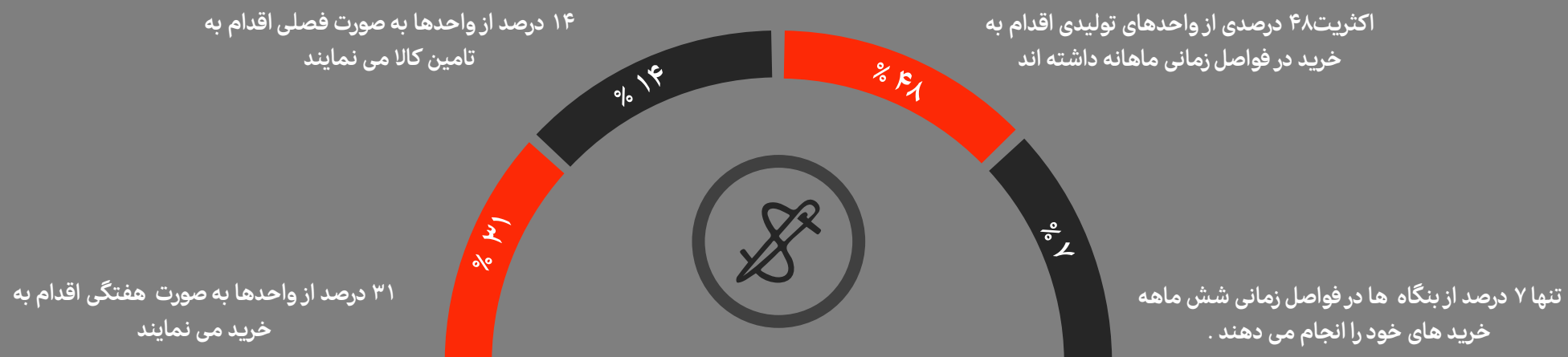
بیش از ۵۰ درصد

۷۳%

۳۰ تا ۵۰ درصد

بنا به اتفاق نظر ۷۳ درصد از واحدهای تولید پوشاک و کیف و کفش، هزینه های تولید در سال گذشته بین ۳۰ تا ۵۰ درصد افزایش داشته است. عمده ترین هزینه های تولید در سال گذشته مربوط به تامین مواد اولیه به ویژه ابزار و یراق بوده است هزینه های اجاره و دستمزد نیز افزایش قابل ملاحظه ای داشته است.

۹- تناوب خرید مواد اولیه توسط واحد تولیدی



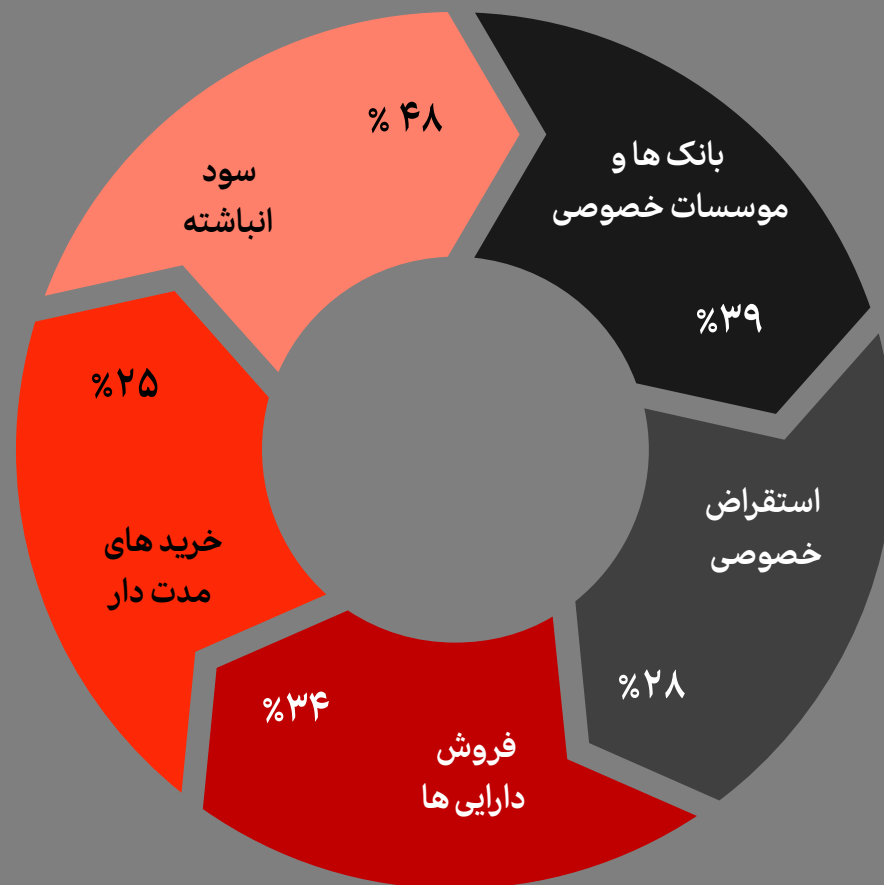
۷۹ درصد از واحدهای تولیدی در سال گذشته با تناوب زمانی کمتر از یک ماه اقدام به تامین مواد اولیه مورد نیاز نموده اند. کوتاه شدن فواصل خرید بنگاه تولیدی، نشان از کاهش مانده گردش مالی دارد

تامین مالی

انگیزه های اصلی تامین مالی
منابع اصلی تامین مالی



الف- منابع اصلی تامین مالی



✓ خرید مدت دار تنها ۲۵ درصد از منابع تامین مالی را به خود اختصاص داده است. هزینه تامین مالی از این مجرا بسیار بالاتر از نهادهای بانکی بوده است

✓ نکته قابل ملاحظه اینکه ۲۴ درصد از واحدهای مورد پیمایش، در سال گذشته اقدام به تامین مالی از چندین منبع متفاوت داشته اند

✓ سازوکار تامین مالی واحدها متمرکز بر راهکارهای تامین مالی از منابع غیر بانکی و بانکی بصورت توأمان بوده است.

✓ تامین مالی از طریق سود انباشته واحد صنفی عمده ترین روش تامین مالی بوده است. توأم شدن این ویژگی با رکود مشکلات تامین مالی را دو چندان ساخته است

✓ ۳۹ درصد از واحدهای تولیدی در سال گذشته اقدام به تامین مالی از طریق بانک ها داشته اند که عمدتاً این تامین مالی در جهت خرید تجهیزات تولید صرف شده است



۵۳ درصد واحدها

دومین انگیزه برای تامین مالی، خرید مواد ماشین آلات و تجهیزات تولیدی بوده است.

در حدود ۳۵ درصد

بنگاه ها با بش از یک انگیزه اقدام به تامین مالی نموده اند. این امر نمایانگر میزان عدم تعادل اقتصادی بنگاه در وضعیت کنونی می باشد.

۱۴ درصد واحدها

با انگیزه تغییر موقعیت مکانی واحد اقدام به تامین مالی از طریق مجراهای مختلف اقدام کرده اند. تغییر موقعیت مکانی در راستای افزایش مقیاس تولید و صرفه جویی در هزینه های مکانی بوده است

۶۸ درصد واحدها

مهمترین انگیزه واحدها، تامین سرمایه در گردش برای عملیات جاری واحد بوده است.

ب - انگیزه های اصلی تامین مالی

- با توجه به کاهش تعداد مشتریان و حجم فروش در اکثریت بیش از ۵۰ درصد بنگاه ها، بدیهی می باشد که ۶۸ درصد از بنگاه ها تنها با انگیزه تامین سرمایه در گردش و هزینه های جاری بنگاه اقدام به تامین مالی نموده اند.

- به دلیل رقابت بازار داخلی با بازار خارجی به لحاظ کیفیت تولید، ارتقا سیستم های تولید و تجهیزات به عنوان یکی از مهمترین انگیزه های رقابتی مد نظر قرار داده شده است

ارزیابی صاحبین مشاغل

از فضای کسب و کار در سال آینده

پیش بینی تغییرات درآمد حاصل از فروش

پیش بینی تغییرات مانده گردش مالی حساب بنگاه

پیش بینی تغییرات ارزش ریالی مواد اولیه خریداری شده

پیش بینی تغییرات حجم فیزیکی مواد خریداری شده توسط بنگاه

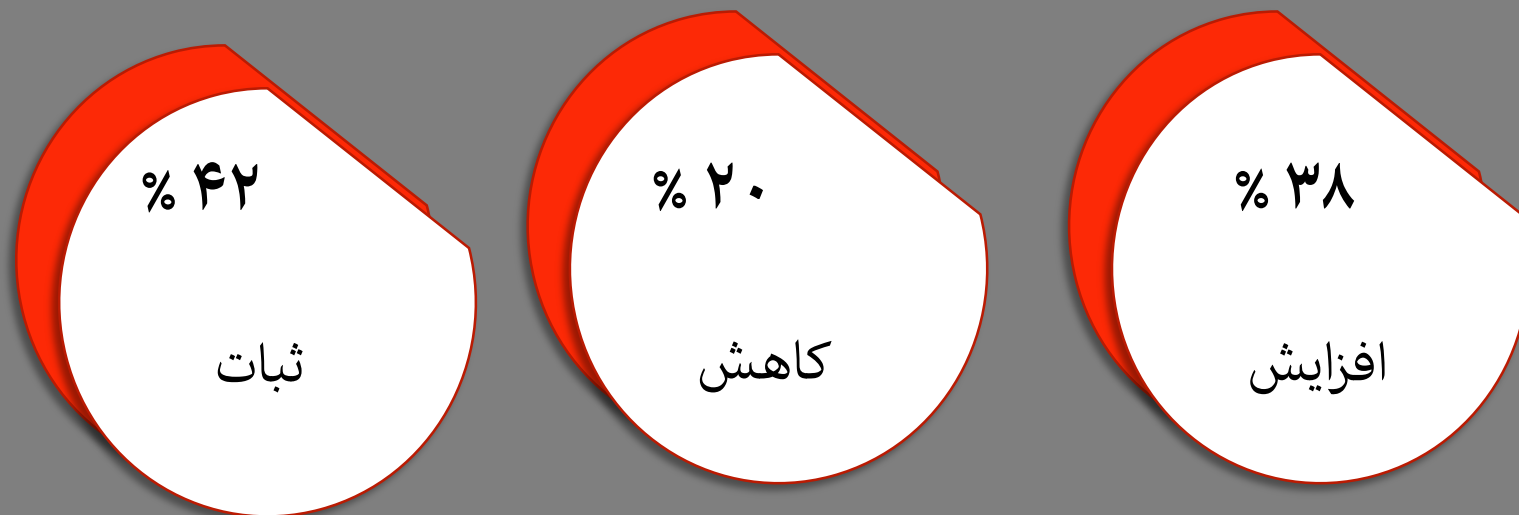
پیش بینی تغییرات هزینه های عملیاتی

پیش بینی تغییرات حجم فیزیکی فروش

پیش بینی تغییرات حجم کلی سود بنگاه

پیش بینی تغییرات تعداد مشتریان

۱- پیش بینی تغییرات تعداد مشتریان



۸۰ درصد از واحدهای تولید با ارزیابی سنجه های بازار و امید به بهبود وضعیت واردات مواد اولیه و تجهیزات، وضعیت پیش رو در سال آتی را افزایشی و یا با ثبات پیش بینی نموده اند. در این رابطه رسیدن وضعیت بازار به حداقل ها نیز عاملی در جهت پیش بینی بهبود نسبی محسوب می شده است

۲- پیش بینی تغییرات درآمد حاصل از فروش

پیش بینی صاحبین مشاغل در صنف پوشاک و کیف و کفش، حاکی از این امر می باشد که :

۱۴ درصد

کاهش ارزش ریالی فروش کالا

۱۴ درصد از بنگاه ها نیز بر این باورند که در سال آینده ارزش ریالی فروش کاهش خواهد یافت

۱۹ درصد

ثبات ارزش ریالی فروش کالا

۱۹ درصد از واحدهای تولید وضعیت ارزش ریالی فروش را در سال آینده با ثبات پیش بینی نموده اند

۶۷ درصد

افزایش ارزش ریالی فروش کالا

۶۷ درصد از بنگاه های تولیدی افزایش ارزش ریالی فروش کالا را پیش بینی نموده اند

انتظارات بازار حاکی از افزایش حجم مالی بازار در سال پیش رو است بازگشایی مدارس، بازگشایی های پسا کرونا و انتظارات در ارتباط با بهبود وضعیت واردات و تداوم تورم در شکل گیری این انتظارات موثر بوده است

۳- پیش بینی تغییرات حجم فیزیکی فروش

۲۸ %

از واحدها حجم فروش کالا
در سال آتی را نزولی پیش
بینی کرده اند

۲۲ %

از واحدها وضعیت با ثباتی را
برای حجم فیزیکی فروش در
سال آینده برآورد نموده اند

۵۰ %

از واحدها حجم فیزیکی فروش در
سال آینده را صعودی ارزیابی کرده اند

۷۲ درصد از بنگاه های مورد پیمایش دیدگاه خوش بینانه ای مبنی بر ثبات و یا افزایش حجم فروش در سال آتی را بیان کرده اند

۴- پیش بینی تغییرات حجم فیزیکی مواد اولیه خریداری شده توسط بنگاه

۲۹٪

کاهش

۳۸٪

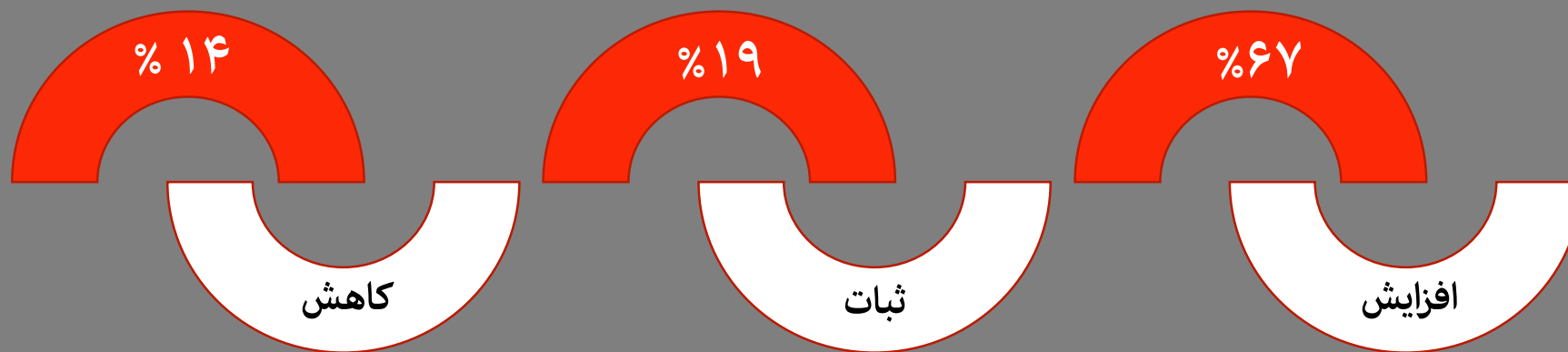
افزایش

۳۳٪

ثبات

برآورد خوش بینانه واحدهای تولیدی نسبت به افزایش تعداد مشتریان در سال آینده، سبب شده تا ۷۱ درصد از واحدها تغییرات حجم فیزیکی خرید مواد اولیه را نیز افزایشی و یا با ثبات نسبی ارزیابی بنا به پیش بینی صاحبین بنگاه های تولید در صورت تامین مواد اولیه و تجهیزات وارداتی در سال پیش رو، شاهد بهبود نسبی تولید در بخش کیف و کفش و پوشاک خواهیم بود نمایند

۵- پیش بینی تغییرات ارزش ریالی مواد اولیه خریداری شده



۶- پیش بینی تغییرات هزینه های عملیاتی

۱۰ درصد

کاهش

۱۴ درصد

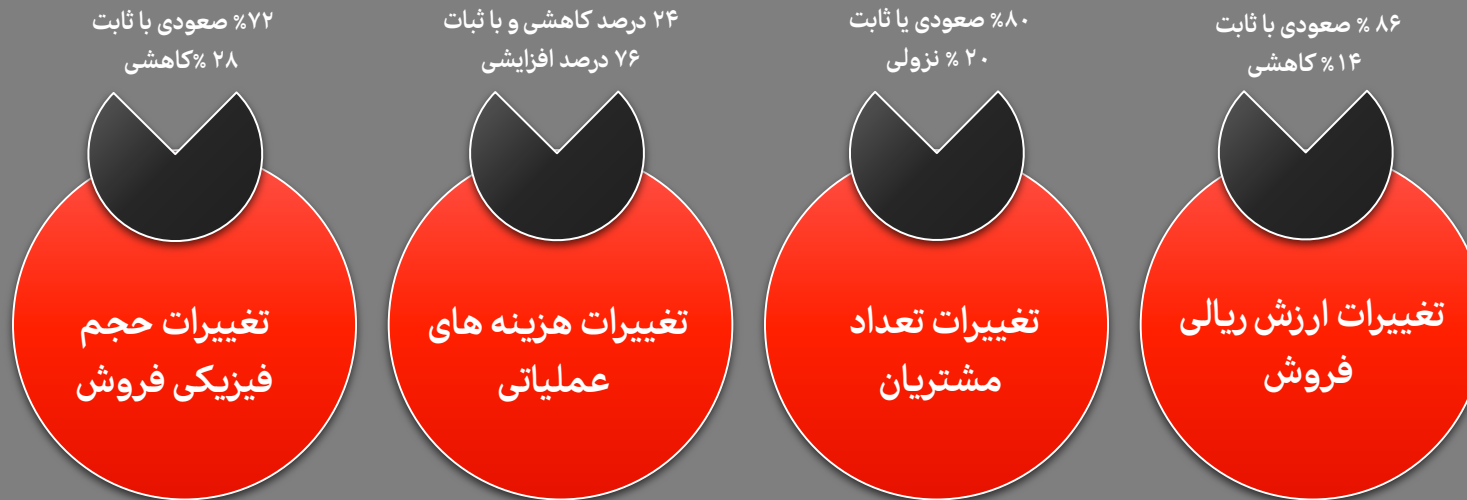
ثبات

۲۶ درصد

افزایش

پیش بینی ها حاکی از تداوم روند تورمی در بخش تولید پوشاک و کفش در سال پیش رو است

۷- پیش بینی تغییرات حجم کلی سود بنگاه



۳۹٪

از واحدهای صنفی پیش بینی ثبات در میزان سودآوری داشته اند

۴۱٪

از بنگاه ها پیش بینی افزایش در سودآوری را ارائه کرده اند

۲۰٪

از واحدهای پیش بینی کاهش سودآوری داشته اند

امید به بهبود شرایط و ضوابط تولید سبب شده تا ۸۰ درصد از واحدهای تولیدی سودآوری در سال آتی را باثبات و یا افزایشی برآورد نمایند

۸- پیش بینی تغییرات مانده گردش مالی حساب بنگاه

۱۵%

از واحدهای تولید، براین باورند که در سال آینده مانده گردش مالی کاهش خواهد یافت

۴۳%

از واحدها افزایش مانده گردش مالی در سال آینده را پیش بینی نموده اند

۴۲%

از واحدها مانده گردش مالی در سال آتی را ثابت ارزیابی نموده اند

پیش بینی فعالان تولید پوشاک نشان از بهبود جریان نقدینگی بنگاهها در سال پیش رو دارد

گستره بازار بانک سامان

و مشکلات آن

نتایج محاسباتی برای شاخص فعالیت صنف در وضعیت فعلی و آتی

نظر سنجی میزان رضایتمندی از خدمات بانک سامان

شاخص فضای کسب و کار



میزان رضایتمندی مشتریان بانک

- عدم اعطای تسهیلات با توجه به امتیازات گردش حساب
- شرایط سخت تامین اعتبار به لحاظ زمان و سلسله مراتب اداری
- شرایط ضامن جهت اخذ اعتبارات
- فقدان تامین مالی برای خرید های مواد اولیه و تجهیزات
- نامناسب بودن فرآیند انتقال ارز برای واردات مواد اولیه و تجهیزات

۲۹% راضی

۲۰% ناراضی

درپیمایش حاضر ۴۹ درصد از بنگاه ها در دسته مشتریان بانک سامان قرار دارند:

شاخص فضای کسب و کار

با محاسبه میانگین شاخص های عملکردی می توان به تصویری از وضعیت کسب و کار این صنف دست یافت. این میانگین برآیند ارزیابی شهودی فعالان بازار نسبت به عملکرد خود در سال جاری و عملکرد احتمالی در سال پیش رو است.

محاسبه این شاخص بر اساس عملکرد سال جاری و ارزیابی فعالان از سال آتی، حکایت از بهبود نسبی وضعیت سال آتی نسبت به سال گذشته دارد همچنین مقایسه این ارقام به یافته های پیمایش قبلی در تابستان ۱۳۹۹ حکایت از بهبود نسبی وضعیت کسب و کار این بنگاه ها در سال گذشته دارد. یافته های این پیمایش نشان از آن دارد که شاخص وضعیت کسب و کار تولید کنندگان پوشاک و کفش از وضعیت منفی در سال گذشته به وضعیت مثبت حرکت خواهد کرد

نتایج محاسباتی برای شاخص فعالیت صنف در وضعیت فعلی و آتی

وضعیت آتی	وضعیت گذشته	ضریب اهمیت (درصد)	تغییرات در متغیرهای اصلی کسب و کار
.۶۸	-.۳۸	۹	تعداد مشتریان
.۲۲	-.۲۳	۱۸	حجم فیزیکی فروش
.۵۳	.۴۰	۱۴	درآمد حاصل از فروش
-.۶۶	-.۹۳	۱۲	هزینه عملیاتی (اجاره، دستمزد و..)
.۲۸	-.۳۴	۱۳	مانده گردش مالی
-.۰۵	-.۰۷	۱۶	حاشیه سود
.۲۱	-.۴۱	۱۸	سودآوری
.۱۱۷	-.۲۶	۱۰۰	متوسط شاخص