

روزشمار صنعت کفش ایران

از سال ۱۳۷۳ - تا پایان سال ۱۳۸۳

نویسنده: علی لشکری





2	مقدمه جناب آقای مهندس محسن خلیلی
5	مقدمه نویسنده
1	سخنرانی در دومین گردهمایی تولیدکنندگان خارج از گروه شرکت پخش جمشید (کفش
7	بلا) در سال 1373
10	2. اقتصاد ایران و صنعت کفش، در سال‌های 68 تا 74
19	3. اجباری شدن استاندارد کفش؛ جنبه‌های مثبت و منفی
24	4. اقتصاد ایران و صنعت کفش در سال 75
32	5. از اسفند 76 به سال 77
36	6. «تهدید» کاهش درآمد نفت را چگونه به «فرصت» تبدیل کنیم؟
41	7. استاندارد قوزبالای قوز؟
45	8. مالیات، صنعت، دولت، و نیازهای متقابل
49	9. تخفیف 50 درصدی کفش ملی، انگیزه‌ها، سودها، زیان‌ها و پیامدها
52	10. دوره جدید برای مجله صنعت کفش
58	11. چهلیمین شماره
61	12. اقتصاد ایران و صنعت کفش در سال‌های 76-79 و پیش‌بینی آن در سال 80
71	13. جامعه صنعت کفش نیاز به یک خانه تکانی بزرگ دارد
74	14. حضور موثر در نمایشگاه‌های تخصصی، قدرت چانه‌زنی صاحبان صنایع کفش را افزایش می‌دهد
78	15. مصاحبه مدیران جامعه صنعت کفش با شبکه خبر سیما
83	16. مقدمه‌ای بر تدوین استراتژی توسعه صنعت کفش ایران
93	17. بالاخره کفش، استاندارد می‌خواهد یا خیر؟
96	18. بازگشت به کلاس و چند سوال از تولیدکنندگان
99	19. تحولات اقتصادی صنعت کفش در سال 1381
104	20. بررسی مقدماتی مجله صنعت کفش (1373-1381)
110	21. روزشمار نشریه صنعت کفش
117	22. روز صنعت و معدن فرصتی دیگر برای طرح مجدد مشکلات صنعت کفش
23	به بهانه تشکیل هیئت امناء مرکز آموزش و تحقیقات صنایع کفش و چرم در دانشگاه صنعتی
121	امیرکبیر
124	24. حلقه مفقوده صنعت کفش ایران کدام است؟
129	25. دبیرکل جدید مسئولیت‌ها و برنامه‌ها
133	26. با نظارت هزینه ریسک قاچاق افزایش می‌یابد
136	27. اجرای قانون تجمع عوارض قوزبالاقوز در صنعت کفش
139	28. قبولی ناپلئونی صنعت کفش
139	29. جامعه در دهه اول به روایت تصویر

در تجلیل این همه تلاشی در تکاپوی بهتر شدن

سخن را نقل قولی از یکی از اقتصاددانان برجسته کشورمان آغاز می‌کنم که می‌گفت، روزی برای گردآوری مطالب سخنرانی‌ام راجع به "فراز و فرود اقتصاد ایران در طی دهه های اخیر" به نوشته‌های خود و آرشیو مطالب و اخبار اقتصادی اواخر دهه 60 و اوایل دهه 70 رجوع کردم و با خواندن آن مطالب و اخبار آن چنان بغض گلویم را فشرده که ناخود آگاه اشک از چشمانم جاری شد (ایشان در زمان بیان این روایت هم بغض کرده بود). متوجه شدم همان مسائل و مشکلاتی را که آن زمان می‌گفتم و می‌نوشتیم و یا بسیاری دیگر می‌گفتند و می‌نوشتند امروز هم با اندک تفاوت‌هایی همچنان پابرجاست. با خواندن و تورق نوشته‌های ارزشمند یار و همراه بسیار عزیز و گرامی‌ام جناب آقای لشکری همان حالت بر من عارض شد و بغض گلویم را فشرده و....

جایای این نوشته‌ها مملو است از نظرات و دیدگاه‌ها و ارشادات ارزشمند یک انسان دلسوز و عاشق میهن و صنعت و حوزه تخصصی‌شان یعنی "صنعت کفش" برای حل و تخفیف دردهای وارائه درمان‌ها. نوشته‌هایی در ضرورت اصلاحات اقتصادی و متناسب‌سازی مولفه‌های اقتصاد کلان با اقتصاد تولید محور، ضرورت گسترش بازارها و رقابت‌پذیری اقتصاد در ضمن توجه به تولید داخلی، امکان غلبه بر معضل نفتی بودن اقتصاد کشور (مقاله "تهدید کاهش درآمد نفت را چگونه به فرصت تبدیل کنیم" شماره 24- اردیبهشت از جمله بسیار جالب است)، ضرورت تدوین استراتژی‌های کلان صنعتی و استراتژی توسعه صنعت کفش (شماره 62، خرداد 81) جناب آقای لشکری با دقت و انسجام "برخی فرصت‌ها و تهدیدات محیطی در اقتصاد و صنایع کشور" را که بسیاری از آنها حدیث نفس امروز ماست برمی‌شمارند و با اشاره به نقاط ضعف و قوت صنعت کفش راهکارهایی ارزشمند را که به گمان امروز هم کاربرد دارند ارائه می‌نمایند.

به باور این خدمتگزار که بیش از شش دهه از عمر خود را در صنعت صرف نموده است علیرغم تمامی شاید نامهربانی‌ها و ناملایمات، همچنان باید "نوشت" و باید "گفت". به قول مرحوم پدرم "در گفتن اثری است که در نگفتن نیست". کما



اینکه صنعتی که روزگار جوانی من سهم‌اش در تولید ناخالص ملی 0/8 درصد بود اینک دارای سهم بالای 20 درصد شده است و سایر مواهب زندگانی امروز ایرانیان که حاصل گفتن‌ها و تلاش کردن‌ها و رنج و سختی‌ها رابه جان خریدن‌ها و... بوده است. لذا باید امیدوار بود و هر روز بیش ازروز قبل متون و منابع ارزشمند در حوزه‌های مورد علاقه و تخصصی را خواند و با صرف هزینه‌های فکری و مادی این مطالب و مطالعات صاحب فضیلت را منتشر ساخت و به بحث و گفت‌وگو نهاد تا از طریق ارتقاء دانش و فهم و آگاهی اجتماعی یا همان "خرد جمعی" امکان فرا رفتن از "وضعیت موجود" به سمت "وضعیت مطلوب" فراهم شود. من هرروز در تلاشم تا چنین کنم و با مطالعه هر شماره مجله وزین صنعت کفش بر من مسجل می‌شود که جناب آقای لشکری (که نام ایشان برای من تداعی کننده نام مرحوم محمد تقی ایروانی پیشکسوت صنعت کفش میهن است) و سایر نویسندگان محترم این نشریه و نیز تمامی فعالان و تلاشگران حوزه صنعت کفش کشور نیز با تمام وجود و صمیمیتی مثال زدنی چنین کرده و می‌کنند. در اینجا بدنیست آخرین آموخته خود را با شما مخاطبان عزیز و گرامی به اشتراک گذارم.

آموخته‌هایی از دانشمند برجسته مایکل پورتر، اقتصاددان برجسته دانشگاه هاروارد و از واضعان نظریه "محیط کسب و کار". ایشان در مجموعه مطالعات خود با عنوان "مزیت رقابتی کشورها" که شهرت جهانی یافت عنوان می‌کند که رشد صنعتی مستمر و پایه‌ای تقریباً هیچگاه مبتنی بر عوامل پایه‌ای موروئی نظیر زمین، منابع طبع (معدنی، انرژی) نیروی کار، تعداد جمعیت و... نیست حتی ممکن است وفور چنین عواملی در عمل موجب تضعیف یا از بین رفتن مزیت رقابتی شود (مورد کشورمان وداستان نفت). به گفته وی آنچه سبب مزیت رقابتی³ کشورها نسبت به یکدیگر می‌شود میزان "بهره وری" یا به عبارتی "توانایی در ارتقای بهره‌وری نیروی کار و سرمایه ای یک کشور" است که این امر در بنگاه‌های اقتصادی واقع می‌شود: "این بنگاه‌ها هستند که در صنایع جهانی با هم رقابت می‌کنند و نه کشورها". مایکل پورتر در مدل "الماس مزیت ملی" و مزیت رقابتی کشورها را حاصل چهار ضلع: وضعیت عوامل تولید، وضعیت تقاضا، صنایع

مرتبط و پشتیبان و رقابتی بودن بنگاه‌ها عنوان می‌کند. وی مفهوم "خوشه‌ها" را به معنی گروهی از بنگاه‌هایی که با یکدیگر رابطه‌ای متقابل دارند و صنایع مرتبط و موسسات و نهادهایی که در یک محل پدید می‌آیند برای اولین بار در دهه 80 میلادی عرضه می‌کند و از جمله: خوشه‌بندی صنایع کفش ایتالیا "ویا" اطلس جهانی شدن خوشه صنعت کفش " را در سال 2002 ارائه می‌نماید.

درخاتمه ضمن تقدیم چند جلد از این مطالعه ارزشمند که اخیراً به سفارش ارادتمند وبا تلاش "کنفدراسیون صنعت ایران" تهیه شده است خدمت حضرتعالی و سایر یاران عزیز و همکاران صمیمی حوزه بسیار مهم "صنعت کفش"، امید و آرزو دارم که آن مجموعه همچنان درجهت پیشرفت و توسعه میهن عزیز ورفاه مردم خوبمان پویا وپایا باشند و گذشته‌ها چراغی باشد برای روشنایی آینده.

محسن خلیلی



هر کس که هوای کوی دلبه دارد از سر بنهد هر آنچه در سر دارد
ورنه به هزار چله ار بنشیند سودش ندهد که نفس کافر دارد

مقدمه نویسنده

مقالات جمع‌آوری شده در این کتاب که اولین بخش آن تقدیم شما عزیزان می‌گردد؛ شامل یادداشت‌های اینجانب از شروع انتشار نشریه صنعت کفش در سال 1372 تا پایان سال 1382 می‌باشد که طی یک دهه به تدریج در شماره‌های مختلف نشریه صنعت کفش به رشته تحریر درآمده است. برخی از آنها متن پیاده شده سخنرانی نگارنده و برخی به سفارش سردبیران محترم برای سرمقاله نشریه نوشته شده است.

این کتاب با هدف بررسی تحولات تاریخ کفش ایران در دوران معاصر جمع‌آوری نشده. اما به نظر می‌رسد برای علاقمندان؛ جوانان و پژوهش‌گران؛ فرصتی را بوجود آورد که ضمن بازتعریف اطلاعات و چالش‌های دهه گذشته صنعت از زبان یکی از دست‌اندرکاران آن؛ در جریان عکس‌العمل‌های صنعت کفش در قبال تحولات اقتصادی کشور در دهه گذشته قرار گیرند.

با توجه به سرعت تحولات مسایل اقتصادی در دو دهه گذشته در ایران؛ اگر چه این یادداشت‌ها برای رفع چالش‌های امروز صنعت کاربردی ندارد ولی فراموش نکنیم که در زمان نگارش آنها؛ از دغدغه‌های اصلی بخشی از صنعت بوده که نگارنده به دلیل مسئولیت اجرائی - مدیریتی و فرهنگی که با آنها مواجه بوده؛⁵ می‌بایست برای برون رفت از آن چالش‌ها بدنبال راه کارهای منطقی و درست می‌گردید.

به نظر می‌رسد مطالعه آن برای علاقمندان بتواند به فهم بیشتر از ریشه‌های برخی از مشکلات تاریخی و مژمن صنعت در حال حاضر کمک نماید.

این مقالات به نوعی روز شمار تاریخ شفاهی صنعت کفش ایران از نگاه

نویسنده در نشریه صنعت کفش طی دهه گذشته است.

مجموعه گردآوری شده در دو جلد جمع آوری شده است. بخش نخست آن روز شمار سال‌های بین 72 تا پایان 83 است که تقدیم می‌گردد و بخش دوم یادداشت‌های سال‌های 84 تا پایان 1393 می‌باشد. که انشا در آینده در اختیار علاقمندان قرار خواهد گرفت.

در پایان وظیفه خود می‌دانم یادی کنیم از مرحوم شادروان استاد فرهنگد اولین سردبیر نشریه صنعت کفش که در دهه اول انتشار آن حق بسیار زیادی به گردن نگارنده در تدوین و تنظیم این مقالات داشته است. از استاد بزرگوارم آقای سرش فر ریاست محترم وقت هیئت مدیره جامعه صنعت کفش ایران و مدیرعامل وقت کفش وین که بنده را با صنعت کفش آشنا کردند و همواره آموزه‌های مدیریتی ایشان به خصوص در سال‌های دهه اول فعالیت کفشی اینجانب موثر بوده سپاسگزاری نمایم؛ از سردبیر محترمه و فرهیخته نشریه صنعت کفش سرکار خانم خلیلی که مشوق و پیگیر جمع‌آوری این مقالات بصورت فعلی شدند؛ سپاسگزاری می‌نمایم. از سرکار خانم مظاهری که در ویرایش و صفحه‌آرایی تلاش زیادی را متحمل شدند و صبوری کردند؛ تشکر و قدردانی می‌نمایم. سخن را با فراز آخر دعای ابوحمزه ثمالی به پایان می‌بریم :

اَللّٰهُمَّ اِنِّیْ اَسْئَلُكَ اِیْمَانًا ثَابِتًا بِهٖ قَلْبِیْ وَیَقِیْنًا صَادِقًا حَتّٰی اَعْلَمَ
خدا یا از تو خواهم ایمانی که همیشه دلم با آن همراه گردد و یقینی راست و کامل که بدانم

اَنَّهُ لَنْ یُّصِیْبَنِیْ اِلَّا مَا کَتَبْتَ لِیْ وَرَضِیَنِیْ مِنَ الْعِیْشِ بِمَا قَسَمْتَ لِیْ
مسلم! چیزی به من نرسد جز آنکه بر من نوشته ای و خوشنودم کن در زندگی به همانکه
نصیب کرده ای

یا اَرْحَمَ الرَّاحِمِیْنَ
ای مهربانترین مهربانان

1. سخنرانی در دومین گردهمایی تولیدکنندگان خارج از گروه شرکت پخش جمشید (کفش بلا) در سال 1373¹

نگرش سیستمی به تغییر

آخرین سخنرانی این گردهمایی علی لشگری، مدیرعامل شرکت پخش جمشید (کفش بلا)، پدیده تغییر را «ثابت‌ترین پدیده زندگی اجتماعی در شرایط فعلی» خواند و گفت با این پدیده باید با نگرش سیستمی برخورد کرد. وی در باره سه میدان در حال تغییر - مدیریت در جهان، اقتصاد ایران و آینده شرکت بلا- توضیحاتی داد که خلاصه‌ای از آن را در زیر می‌خوانید:

اگر در گذشته تئوری‌های مدیریت از کلاس‌های ارتش و نظام بیرون می‌آمد، امروزه این تئوری‌های از دل زمین فوتبال در می‌آید و مربیان فوتبال استراتژیست‌هایی هستند که می‌توانند بهترین شرکت‌ها را در دنیای امروز اداره کنند.

فوتبال، مانند شطرنج، خصوصیتی دارد که آن را با اکثر بازی‌ها متفاوت می‌کند. شطرنج البته هیجان فوتبال را ندارد، ولی نظام عقلایی آن عمیق‌تر و پیچیده‌تر است. در مسابقات جام جهانی فوتبال امسال، وقتی آلمان از بلغارستان شکست خورد، این واقعه ادامه تغییراتی بود که در دیگر عرصه‌های گوناگون زندگی اجتماعی بشر در دهه 90 شاهد هستیم. این شکست در حقیقت شکست مدیریت فوتبال آلمان بود، مدیریتی که نتوانسته است خودش را با تحولات و تغییرات جدید هماهنگ سازد و بهایی به رشد نیروهای جدید در عرصه فوتبال نداده است.

این واقعه جلوه‌ای بود از تغییرات عام‌تری که در جهان در حال وقوع است. در

1. نشریه صنعت کفش، شماره ۴، شهریور ۷۳

جهان بزرگتر تغییرات کشورهای شرق دور را در پیش رو داریم، با تحولاتی که در تایوان و کره جنوبی رخ داده است، انقلاب عظیمی که در چین در جریان است و تحولات پنج ساله آینده ویتنام. به زودی ما شاهد آن خواهیم بود که اندونزی و ویتنام، همانند تایوان و مالزی امروز خواهند شد. در مالزی تا 25 سال پیش مردم وسط جنگل زندگی می کردند، ولی امروز به جایی رسیده اند که، به گفته نخست وزیر آن کشور، اراده کرده اند کشورشان تا سال 2020 به یکی از پیشرفته ترین کشورهای دنیا بدل شود.

این تغییرات در جهان همداری برای مدیریت آلمان و مدیریت کشورهای صاحب نام فعلی جهان است.

مسابقه فوتبال، به اعتقاد من، مسابقه بین مربی هاست. جنگ، جنگ مربی های فوتبال است که براساس ساختاری مختلف، استراتژی های مختلفی را تنظیم می کنند. هر سازمانی در هر شرایطی، سیاستی متناسب با آن شرایط را می طلبد. این یعنی مدیریت تغییر، و شاهکار آن مدیریت «لیبرو» است که در مسابقات جام جهانی چهار سال قبل توسط بکن بوئر طرح شد. ما هم در مدیریت باید به دنبال تربیت مدیران لیبرو باشیم.

اما میدان دوم در حال تغییر، اقتصاد ایران است که از سال 1368 به بعد شاهد تغییر آن هستیم. مهم ترین وجه این تغییر عبارت است از تغییر بازار، از بازار فروشنده به بازار خریدار. این تغییری است که شاخص آن در نرخ دلار خود را افزایش نشان می دهد. باید بدانیم که نه افزایش نرخ دلار به نفع ماست و نه کاهش آن. اقتصاد سالم به دنبال ثبات قیمت دلار است.

اگر قرار باشد این مسیر تغییر و تحول را طی بکنیم، و اجباراً هم باید طی بکنیم - همان طور که در صحنه فوتبال، تغییری جبراً طی شد و نتیجه آن شکست آلمان از بلغارستان بود - ما محکوم هستیم که در زندگی اقتصادی مان پس از پیمودن این مرحله تغییر به یک ثبات برسیم و قطعاً این ثبات در مناسبات ما و شما به عنوان شرکای تجاری یکدیگر تاثیر خواهد گذاشت.

امسال، یعنی سال 73، سال پیچیده تری در اقتصاد ماست. همه باید اقتصادی



زندگی کنیم، یعنی هر شرکت باید رابطه‌ای بین صنایع و فرصت‌هایی که به دنبال آن است، برقرار کند. همه باید به سمت صرفه‌جویی پیش برویم. بحث آینده بحث نرخ سود و رقابت‌هاست.

اما میدان سوم در حال تغییر، که در این جا به آن می‌پردازم، «گروه صنعتی بلا» است که تغییر در آن قطعاً انجام خواهد شد. بانک ملی می‌خواهد مالش را بفروشد و در روزنامه آگهی می‌کند. این که می‌خواهد مالش را به چند تومان بفروشد و یا این که چرا این شیوه را برای فروش انتخاب کرده، ارتباطی به ما ندارد. آن چه به ما مربوط است، ابهاماتی است که شما تولیدکنندگان خارج گروه بلا نسبت به این مساله دارید و منطقی هم هست.

تولیدکنندگان می‌پرسند در صورت واگذاری کفش بلا به بخش خصوصی تکلیف ما چه خواهد شد؟ امروز مدیر دولتی است و به یک سری قوانین اعتقاد دارد و فردا مدیر خصوصی است و مسائل را به گونه دیگری می‌بیند. علت این گردهمایی پاسخ به همین سوالات است. بنده نه به عنوان مدیرعامل این شرکت، بلکه به عنوان یک کارشناس، به شما توصیه‌هایی می‌کنم. اگر در آینده مالکیت عوض شد، شرایط کار شما به سمت منفی تغییر کرد و بی‌نظمی حاکم شد، من توصیه می‌کنم با آن تشکیلات با احتیاط کار کنید. ولی اگر با وجود عوض شدن مالکیت و مدیریت، شرایط تغییر منفی نکرد، ارتباط تجاری خود را حفظ کنید.

از سوی دیگر، اگر حتی در شرایط فعلی، با همین وضع و با فرض حفظ مالکیت و مدیریت، شرایط کار شما با شرکت تغییر منفی کرد و بی‌نظمی حاکم شد، توصیه می‌کنم در ارتباط با شرکت جانب احتیاط را بگیرید. اما اگر در آینده مالکیت و حتی مدیریت تغییر کرد، ولی شرایط کار شما با شرکت تغییر منفی نکرد و کارها به صورت سیستماتیک انجام گرفت، توصیه می‌کنم با شرکت ارتباط قوی داشته باشید.⁹

این یعنی نگرش سیستمی به مساله تغییر. این شرکت و شما برای رشد و بقا به ارتباط تجاری متقابل احتیاج دارید. در یک همکاری تجاری می‌توانید با یکدیگر کار کنید و سود ببرید.



2. اقتصاد ایران و صنعت کفش، در سال‌های 68 تا 74^۲

از اواخر سال 1364 به بعد با کاهش تدریجی قیمت نفت در بازار جهانی و همچنین تشدید خسارت‌های جنگ تحمیلی و بروز عوارض ناشی از آسیب‌ها و ضایعاتی که به زیربنای اقتصادی کشور وارد شده بود، اقتصاد ایران با رکود نسبتاً عمیقی مواجه گردید که تا پایان سال 1367 بر کلیه فعالیت‌ها و شئون اقتصادی کشور حاکم بود. پس از خاتمه جنگ تحمیلی، اولین برنامه پنجساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور به مورد اجراء گذاشته شد که عملکرد اقتصاد ایران را تحت تاثیر قرار داده و در این سال سیاست‌هایی که در طول دوران جنگ و تحت شرایط اضطراری به مورد اجراء درآمده بود با هدف دستیابی به تعادل‌های اقتصادی مورد تجدید نظر قرار گرفت.

پس از یک دوره چند ساله وقفه و فترت اقتصادی، روند نامساعد متغیرهای کلان اقتصادی متوقف شد و فعالیت‌های اقتصادی گسترش یافت. با اجرای سیاست‌های اصلاح و تعدیلات اقتصادی و سرمایه‌گذاری در بخش‌های زیربنایی و تولیدی علیرغم نامساعد بودن شرایط بین‌المللی در روند مثبت متغیرهای اقتصادی کشور شتاب بیشتری ایجاد شد و موجب گردید که رشد منفی اقتصادی کشور که در طول پنج سال قبل به $7/3\%$ رسیده بود به رشد فعلی معادل $7/3$ درصد در پایان برنامه تبدیل شود.

برخی نتایج حاصل از اجرای برنامه اول توسعه اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی (73-1368) کشور که با هدف توجه به بازسازی و راه‌اندازی چرخ‌های تولید، توسعه امکانات فیزیکی و زیربنایی، توسعه خدمات اجتماعی و رفع عدم تعادل‌های عمده در توزیع امکانات بین مناطق و اقشار جامعه، توجه به افزایش نقش مردم در فعالیت‌های اقتصادی و ارائه خدمات اجتماعی - فرهنگی، اتکاء به مکانیزم قیمت



بازار، مقررات زدائی و کاستن حجم فعالیت‌های دولتی و تقویت بخش‌های غیردولتی، تغییر در شیوه‌ها و تشکیلات اداری تنظیم گردیده بود. افزایش چند برابر تولید برخی مواد اولیه اساسی نظیر فولاد، مس، آلومینیوم، مواد پتروشیمی و توسعه چشمگیر امکانات زیربنائی مانند تولید برق، گاز مواد سوختی، راه و راه‌آهن و افزایش تولیدات کشاورزی و محصولات دامی می‌باشد.

در سال‌های 70-1368 به دلیل افزایش تولید، رشد اقتصادی، تلاش در احیای سیستم تک نرخ ارز و آزاد شدن مراودات ارزی، منطقی کردن سوبسید، کاهش انحراف قیمت‌ها، استفاده از اعتبارات خارجی، کاهش ریسک‌ها، اقتصاد ایران دچار انتظارات خوش‌بینانه و خوشایندی گردید. اما در سال‌های 72 و 73 با افزایش تورم ریالی ناشی از رشد حجم پول و آثار ناشی از اجرای طرح‌های عمرانی برنامه اول، سر رسید و عدم پرداخت به موقع تعهدات و بدهی‌های خارجی و ایجاد موانع در تجارت خارجی، عدم امکان ایجاد تعهدات ارزی، ضرورت بازپرداخت اصل و فرع تعهدات، کاهش میزان ارز در دسترس اقتصاد در واردات به میزان پنجاه درصد قبل، عدم برگشت کافی ارزهای ناشی از صادرات غیرنفتی به چرخه جریان رسمی ارزی کشور، کاهش واردات، توقف یا کاهش رشد عرضه کالاهای نهائی، کالاهای واسطه‌ای، قطعات، ماشین‌آلات و در نتیجه کاهش رشد اقتصادی عرضه کالاهای چهار اختلال و اقتصاد دچار کاهش خوش‌بینی‌ها گردید. به طوری که در نیمه دوم سال 1373 به دلیل تاثیر موانع مورد اشاره، قیمت‌ها با رشد بی‌سابقه‌ای روبرو شد. این امر سبب بازگشت به نرخ‌گذاری، قیمت‌گذاری اداری و تعزیزات شده که خود بازار کالا را نیز ناامن کرده و سبب حرکت سرمایه‌ها به سوی دارایی‌های قابل تبدیل سریع به پول نقد و دارایی‌های قابل اعتمادتر گردید.

11 تقاضا برای ارز، سکه، اتومبیل، مسکن و گرایش به خرید سهام فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سه ماهه آخر سال 1373 تأییدی است بر این مدعا.

نتایج حاصل از تاثیر این تحولات اقتصادی در صنایع کشور بخصوص صنعت کفش در

سال‌های 72 و 73



1372

• گرایش برخی از تولیدکنندگان به صادرات و نوآوری و اصلاح ساختار فنی

- تکنولوژیکی.

- استفاده بهینه از امکانات موجود و بکارگیری مناسب مواد اولیه در تولید کفش.
- ایجاد فضای رقابتی فشرده به گونه‌ای که مدیریت فروش و بازاریابی، تبلیغات، آموزش و تحقیقات بازاریابی جایگاه خود را در تداوم فعالیت شرکت‌ها نشان داد.
- افزایش قیمت مواد اولیه بخصوص آن بخشی از مواد اولیه که رابطه مستقیم با ارز دارد.
- کاهش ارزش موجودی مواد اولیه کارخانجات تولیدی.
- کاهش تدریجی موجودی کالای ساخته شده.
- کاهش ظرفیت تولید و در برخی از زمینه‌ها کاهش کیفیت کالا.
- نیاز به نقدینگی بیشتر جهت ادامه فعالیت حتی با همان ظرفیت قبلی.
- رشد بیشتر «قیمت تمام شده کالای فروش رفته» در مقایسه با رشد قیمت فروش به دلیل ایجاد موانع قانونی برای جلوگیری از افزایش قیمت‌ها و حفظ سهم بازار.
- کاهش حاشیه سود به دلیل افزایش هزینه‌های متغیر.
- عدم تمایل مصرف کنندگان به خرید بیشتر کالا به دلیل کاهش قدرت خرید و گرایش به خرید دارایی‌های قابل اعتمادتر به منظور حفظ قدرت خرید.
- تأثیرات اجرای قانون کد اقتصادی در خرید و فروش.
- تمایل برخی از تولیدکنندگان به خرید و فروش مواد اولیه به جای تولید کفش.
- تمایل برخی از تولیدکنندگان در سه ماهه آخر سال به فروش ارزی کفش به متقاضیان کشورهای آسیای میانه.



- انجام تخفیفات فروش توسط برخی از تولیدکنندگان به دلیل مشکلات مالی و عدم تحلیل مناسب از وضعیت اقتصادی کشور.

سالهای 74 و 1373

در شروع نیمه دوم سال 1373 همزمان با بررسی و تصویب برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی (1374-1378) که با هدف تلاش در جهت تحقق عدالت اجتماعی، واگذاری کارها به مردم و مشارکت وسیع آنها در فعالیتها، افزایش بهره‌وری و توسعه صادرات غیرنفتی، ثبات در سیاستها و ایجاد تعادل در بخش‌های مختلف اقتصادی، صرفه‌جویی در کلیه بخش‌های دولتی و صرفه‌جویی در مصرف مردم و افزایش تولید تنظیم گردیده بود، اقتصاد ایران با افزایش تورم ناشی از رشد سریع نقدینگی و آثار ناشی از اجرای طرح‌های عمرانی برنامه اول توسعه و افزایش شدید بهای مواد اولیه و توقف و یا کاهش رشد عرضه کالاهای نهائی، واسطه‌ای، وارداتی، قطعات و ماشین‌آلات مواجه شد، به طوری که مسئولین اجرایی کشور سیاست‌های زیر را با هدف کنترل تورم در کالاهای معیشتی خانوارها، از نیمه دوم سال 73 اجرا کردند:

طرح قیمت‌گذاری برخی از کالاهای اساسی و تعزیزات حکومتی، تاکید بر لزوم نظارت و کنترل دولت در امور اقتصادی، لزوم هماهنگی مراجع قیمت‌گذاری، فعال نمودن واحدهای تولیدی که نیازهای اساسی مردم را بر عهده داشته‌اند از طریق تامین ارز و تقدینگی مورد نیاز آنها، کنترل صادرات، تسهیلات لازم برای واردات کالاهای اساسی، گسترش شبکه دولتی و عمومی، تقویت سیستم بازرگانی دولتی، تخصیص منابع مالی جهت تهیه و توزیع برخی از کالاهای مشمول طرح، عرضه کالاهای مورد نیاز مردم در تعاونی‌های مصرف و فروشگاه‌های زنجیره‌ای به منظور حذف واسطه‌های غیر ضروری، تشکیل کمیته ویژه نظارت بر قیمت‌ها و ستاد تنظیم بازار، سازماندهی شبکه‌های توزیع و تعیین ضوابط لازم جهت توزیع و تهیه کالا.

13

در اثر اقدامات فوق آرامش نسبی بر بازار حاکم گردید و از شدت افزایش



قیمت‌ها تا حدودی کاسته شد، اما آثار این اقدامات کوتاه مدت بود و از اواخر سه ماهه سوم سال 1373 روند فزاینده قیمت‌ها مجدداً آغاز گردید. این روند تا اوایل سال 1374 نیز ادامه داشت و در اواخر اردیبهشت ماه با بروز جو کاذب روانی و گسترش انتظارات تورمی به اوج خود رسید. بدین لحاظ در اواخر اردیبهشت ماه سال 1374 تصمیمات جدیدتری که با هدف کنترل شدید بازار تجارت خارجی کشور اتخاذ گردید، به اجرا درآمدند.

تعیین و تثبیت نرخ ارز، کانالیزه شدن ارزهای صادراتی به سیستم بانکی، غیر قانونی شدن معاملات ارز در خارج از سیستم بانکی، برقراری مقررات جدید برای مبارزه با قاچاق کالا و ایجاد تسهیلات جدید در عرضه کالاها و خدمات از جمله این تصمیمات بود. با اتخاذ این سیاست‌ها التهابات بازار به شدت فرو نشست و آرامش در بازار ایجاد گردید.

دولت در شروع سه ماهه پایانی سال 1374 با هدف کنترل نقدینگی از طریق کنترل اعتبارات بانکی اقداماتی را که از آبان ماه 1373 در جهت مهار تورم لجام گسیخته آغاز کرده بود، ادامه داد.

علیرغم تمهیداتی که دولت برای جلوگیری از رشد سریع قیمت‌ها اندیشید و موجب کند شدن نرخ تورم از اوایل خرداد تا آبان ماه گردید، در ماه‌های پایانی سال 1374 شاهد خیز بلندی در افزایش قیمت‌ها بودیم. به طوری که براساس آمارهای بانک مرکزی متوسط شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در کشور در پایان سال به رقم 49/6٪ رسید. این نرخ در سال‌های 71 تا 73 به ترتیب 24/5٪ و 22/2٪ و 35/2٪ بوده است.

نتایج حاصل از اقدامات دولت در اقتصاد ایران در سال 1373 و 1374

- روند رشد اقتصادی از رشدی مثبت ولی کاهنده روبرو گردید. به عنوان مثال متوسط تولید ناخالص داخلی به قیمت ثابت در طول برنامه اول توسعه (72-68) به طور متوسط 7/3 درصد افزایش یافت در حالی که در سال 1373 از رشدی معادل 3 درصد به قیمت‌های ثابت سال



- 1361، نسبت به رقم مشابه در سال قبل افزایش یافت.
- بخش صنعت در سال 1373 از رشد نسبتاً مطلوبی معادل 2/9 درصد برخوردار گردید که با توجه به محدودیت‌ها و دشواری‌هایی که صنایع کشور طی سالیان اخیر با آن مواجه بوده است حائز اهمیت است.
- در سال 1373 بالاترین میزان رشد ارزش افزوده در بخش‌های صنعتی به ترتیب به صنایع شیمیایی و پتروشیمی، صنایع کانی فلزی و غیرفلزی ساختمانی، صنعت ساخت لوازم خانگی و بالاخره صنایع غذایی مربوط می‌گردد. همچنین بالاترین میزان کاهش در ارزش افزوده بخش صنعت مربوط به صنایع نساجی و پوشاک و صنایع سلولزی بوده است.
- نقدینگی و فشارهای تورمی در جامعه به دلیل ایجاد حساب ذخیره تعهدات ارزی در سال 1372 به دنبال شناور شدن نرخ ارز از ابتدای این سال از یک طرف و رشد شدید بدهی شرکت‌های دولتی به نظام بانکی از طرف دیگر.
- محدود نمودن تسهیلات سیستم بانکی به بخش دولتی.
- اتخاذ سیاست‌های انقباضی در قبال کالاهای لوکس و غیر ضروری.
- کاهش موجودی مواد اولیه واحدهای صنعتی و عدم جایگزینی آنها به دلیل افزایش مشکل تامین ارز مورد نیاز و کاهش نقدینگی واحدها.
- ایجاد محدودیت در روند ورود مواد اولیه، قطعات و ماشین‌آلات و در نتیجه کاهش تقاضا برای ارز.
- عدم استفاده از ظرفیت‌های تولیدی و یا کاهش تولید در برخی از واحدهای صنعتی به دلیل افزایش هزینه‌های تولیدی اعم از ارزی و ریالی و لزوم افزایش حجم سرمایه در گردش واحدها از یک طرف و محدودیت‌های قانونی و سیاست‌های انقباضی شبکه بانکی از طرف دیگر و نظارت‌های کنترلی و تعزیراتی حاکم بر بخشی از تولیدات کشور.

- کاهش تمایل صادرکنندگان برای صادرات کالا به دلیل سقف زمانی برای پیمان نامه ارزی و در نتیجه مشکل اشتغال در صنایع صادراتی.
- تثبیت نسبی نرخ ارز در کوتاه مدت.
- کسب توفیق در زمینه بازپرداخت بدهی‌های خارجی کشور و در نتیجه بازگرداندن ثبات رویه و اعاده اعتبار داخلی و بین‌المللی بانک مرکزی.
- رشد تقاضا و کمبود عرضه داخلی باعث افزایش قیمت کالاهای مصرفی شد.
- تقلیل آهنگ رشد جمعیت و متعادل شدن ترکیب سنی جمعیت کشور.

نتایج حاصل از تحولات اقتصادی در صنایع کشور بخصوص در «صنعت کفش»

- تغییر شیوه معاملات فروش مواد اولیه از مدت‌دار به نقدی
- نایاب بودن برخی از اقلام مواد اولیه به دلیل کاهش تولید، کاهش واردات، افزایش نرخ ارز، عدم امکان جایگزینی کالای فروش رفته با قیمت قبل، بی‌ثباتی بازار و تاثیرات قیمت‌گذاری تعزیزات بخصوص در شروع سال 74 و در نتیجه افزایش شدید قیمت مواد اولیه وابسته به ارز خارجی.
- تمایل فروش نقدی به خریداران کشورهای آسیای میانه به ارز خارجی.
- تاثیرات اجرای قانون کد اقتصادی در خرید و فروش مواد اولیه و کالای تمام شده.
- افزایش شدید قیمت کالاهای وارداتی و بهبود کیفیت برخی از محصولات داخلی و به تبع آن مطلوبیت مصرف کالاهای داخلی.
- کاهش تولید در برخی از واحدهای صنعتی به دلیل مشکلات ناشی از کمبود مواد اولیه و سرمایه در گردش، محدودیت‌های ارزی و ریالی و اعمال سیاست‌های مختلف کنترلی در بخش‌های قیمت‌گذاری، توزیع و نظارت‌های شدید دولتی.



- برقراری تسهیلات ورود موقت مواد اولیه موردنیاز برای صادرات کالاهای ساخته شده بدون استفاده از تسهیلات بانکی و در چارچوب مقررات صادرات و واردات.
- رونق گرفتن فروش برخی از شرکت‌های کفش به دلیل اتخاذ سیاست تهاجمی و حضور جدی در بازار از طریق توسعه سیاست‌های تبلیغاتی و خرید از تولیدکنندگان کفش که از مزیت‌های نسبی در تنوع و مدل برخوردار بودند.
- کاهش سهم بازار برخی از شرکت‌های بزرگ کفش به دلیل فقدان استراتژی مشخص صنعتی - بازرگانی در مقایسه با رقبا.
- تغییر جغرافیای مصرف بخصوص در حاشیه شهرهای بزرگ و عدم حضور شرکت‌های بزرگ کفشی در مناطق جدید.
- تولید برخی از مواد اولیه مورد نیاز صنعت کفش در داخل که قبلاً از خارج وارد می‌گردید.
- تمایل به سرمایه‌گذاری بیشتر در راه‌اندازی برخی خطوط جدید و ساخت و یا خرید قالب‌های متنوع.
- تلاش برخی از تولیدکنندگان بخش خصوصی در جهت ایجاد و تقویت فروش فروشگاه‌های از طریق اعطای نمایندگی و تبلیغات تهاجمی.
- توجه بیشتر به مدیریت فروش در صنایع به خصوص صنایع کفش و استفاده از تکنیک‌های جدید برای افزایش سهم بازار.
- تخصیص ارز به کارخانجات تولید کفش و تاثیر قیمت آن بر قیمت تمام شده این دسته از کارخانجات و بالطبع افزایش توان رقابت آنان.
- فعال شدن برخی از واحدهای تولیدی کفش که قبلاً غیر فعال بودند.
- تاثیرات ناشی از فشارهای سازمان‌هایی از قبیل دارایی، شهرداری، تامین اجتماعی و کاهش سرمایه در گردش و در نتیجه کاهش حجم فعالیت شرکت‌های تولیدی - خدماتی.



- عدم جایگزینی ماشین‌آلات جدید به جای ماشین‌آلات قدیمی در شرکت‌های بزرگ کفش.
- افزایش قدرت رقابتی - خصوصی با توجه به اصلاح زیربنائی در ساختارهای فنی - تشکیلاتی و مدیریتی آنها.
- افزایش میانگین سنی پرسنل کارخانجات تولیدی و قدیمی بودن آموزش‌های آنان.
- محدودیت نرخ سود ناویژه خرده‌فروشی و عمده‌فروشی کفش از طرف ستاد تنظیم و پشتیبانی بازار.
- افزایش میزان عرضه کفش نسبت به تقاضا.
- افزایش سود و درآمدهای زودرس در بخش‌های خرید و فروش مواد اولیه کفش در مقایسه با سود ناچیز و پردردسر تولید کفش.

3. اجباری شدن استاندارد کفش؛ جنبه‌های مثبت و منفی³

شورای عالی استاندارد در جلسهٔ اخیر خود تصویب کرد که تا 6 ماه آینده کفش‌های ماشینی باید مهر استاندارد داشته باشند. این تصمیم پیامدهایی مثبت و منفی خواهد داشت، اما باید از آن با شرایطی استقبال کرد.

جنبه‌های مثبت از دید مصرف‌کنندهٔ تولیدکننده و دید ملی، و نیز از جهت صادرات به بازار جهانی بدیهی و بسیار است.

نیاز به تاکید و تکرار نیست که مصرف‌کننده در داخل کشور نیز کفشی با کیفیت بالاتر و بهتر، مرغوب‌تر و بادوام‌تر می‌خواهد. تولیدکننده‌ای نیز که به کار خود دلبستگی دارد، طبعاً به محصول خود ارزش می‌نهد و مایل است به آن بنزد.

از دید ملی استاندارد شدن کفش، راه ورود آن به بازارهای جهانی را تسهیل و هموار خواهد ساخت و برای کفش ایرانی حیثیتی بیش از گذشته فراهم خواهد شد. این مقدمه‌ای خواهد شد برای پیوستن به «ایزو 9000» و ایزوهای دیگر و به تدریج توانایی پذیرفتن موازین «سازمان تجارت جهانی».

از پیامدهای مثبت استاندارد اجباری کفش تحریک انتقال تکنولوژی بهینه به ایران است.

از لحاظ نظری این تصمیم تولیدکنندگان را حرکت می‌دهد، دقت و تلاش آن‌ها را تکان می‌دهد و آن‌ها را در پذیرفتن محصول کارخانه‌های خود دیرپسند می‌کند.

اما این تصمیم باید موکول به شرایطی باشد. صنعت کفش ایران جدا از کل صنعت کشور نیست. بسیاری از زمینه‌ها، از گردش امور در ادارات گرفت تا وضع قوانین مرتبط و امور بازاریابی داخلی و خارجی، باید از پیش فراهم شده باشد تا بتوان زیان‌های ناشی از این جابجایی مهم، از استاندارد کارخانه به استاندارد

جهانی، را تحمل و به تدریج جبران کرد.

تصمیم استاندارد شدن اجباری کفش به عنوان یک محصول نهایی در صورتی عاقلانه و عادلانه خواهد بود که این شرایط محقق گردد. در زیر بعضی از نکاتی را که باید هنگام بحث در باره استاندارد کردن کفش در نظر داشت، فهرستوار ذکر می‌کنیم و امیدواریم که کل موضوع با شرح و بسط بیشتری در میان دست‌اندرکاران موشکافی گردد:

1. تمام عوامل تولید در اختیار تولیدکننده نیست. یکی از مهم‌ترین این عوامل که بر کار تولید کفش تاثیر می‌گذارد، مواد اولیه است. استاندارد شدن کفش در صورتی معنا پیدا می‌کند که کیفیت چرم هم قبلاً استاندارد شده باشد، و نیز استاندارد سگک و نخ در حدی باشد که اولی بعد از مدت کوتاهی زنگ نزنند، و دومی ساییده نشود؛ یا منگنه بازنشود، زیپ گیر نکند یا هرز نشود. بدون این ملاحظات نمی‌توان توقع داشت که تولیدکننده، پایپوش استاندارد تولید کند. گروه فنی «جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران» در این زمینه در حال کنکاش است تا در باره استانداردهای مواد اولیه نظر خود را اعلام کند.

2. زمان آن رسیده است که بر سر تعریفی جامع و دقیق توافق کنیم. تعریف نیز باید «استاندارد» شده باشد. مثلاً باید بدانیم «کیفیت» بالا یعنی چه. تعریف سنتی کیفیت چنین بود: «تطابق بین تولید شده با آن چه باید باشد.» اما امروز با این تعریف مشکل بتوان در جهان کفش فروخت. تعریفی دشوارتر پیش‌رو است: کیفیت بالا یعنی «آنچه مشتری بپسندد.» همه کسانی که با فروش هر جنسی با مشتری سروکار دارند، خواه کفش خواه فرش و اتومبیل، می‌دانند که رسیدن به این حد از کیفیت چه توان‌فرسا و گاه محال است. در واقع رمز قدرت این تعریف در همین است: حدی که راه رسیدن به آن پایان‌ناپذیر است و رهروی خستگی‌ناپذیر می‌خواهد. هر که نمی‌تواند باید کنار برود. اگر می‌خواهیم پایه میدان جهانی بگذاریم، باید مرد میدان باشیم. مشتری ما دیگر در

راحتی و دوام و زیبایی کفش فقط به دنبال «آن چه باید باشد» نیست. بهتر از آن، را می‌خواهد. و حتی گاه از این بالاتر، چیزی می‌خواهد که هنوز در بازار نیست. و باز بالاتر این که چیز مشخص و معینی نمی‌خواهد، تنوع می‌خواهد. باید سلیقه‌های رنگارنگ مشتری امروز، و مشتری آینده را، با شم تولیدکننده یا با علم طراحی و بازاریابی، و بلکه با هر دو حدس زد و پیش‌بینی کرد. امروز تولیدکنندگان بزرگ سعی می‌کنند از پیش سلیقه‌ای در مشتری ایجاد کنند و ذهن و سلیقه او را امسال برای محصول سال آینده شکل بدهند. ما در چنین بازاری باید عرض اندام کنیم.

3. استاندارد اجباری کفش فقط نخستین گام این راه است، راهی «دشوار»، نه «عبور ناشدنی». اما به یقین برای بعضی‌ها این راه عبور ناشدنی هست. سرنوشت آن‌ها ترک میدان است. بسیاری از تولیدکنندگان کفش در ایران پروانه صنعتی هم ندارند. زیر پله‌ای‌ها به علت عدم دسترسی به امکانات آزمون خطیری در پیش دارند. با این همه شاید بعضی از آن‌ها بتوانند با شرایط جدید سازگار گردند.

4. نکته دیگر این که استاندارد کردن کفش فقط به تولیدکنندگان کفش و مواد اولیه منحصر نمی‌شود. ایجاد آزمایشگاه‌ها و تشکیل واحدهای مهندسی صنایع از اموری است که برای رسیدن به این هدف لازم است. اگر یک گالن چسب فاسد به دست تولید کننده برسد چه کسی مسئول است؟ البته متأسفانه در بازار تقصیر فقط با تولید کننده کفش تلقی خواهد شد. شاید لازم باشد که تمهیداتی برای همکاری بین واحدهای کوچک و بزرگ در زمینه ایجاد آزمایشگاه پیش‌بینی شود.

5. عوارض اجتماعی را نیز باید در نظر گرفت. استاندارد کردن کفش مسلماً به معنی افزایش قیمت کفش است که در شرایط امروز اقتصادی به طبقه متوسط و پایین فشار خواهد آورد. و به ناچار موجب کاهش مصرف سرانه کفش در ایران خواهد شد. هزینه‌های استاندارد اجباری کفش را چه

- کسی باید پرداخت کند؟ تولیدکننده تا چه حد می‌تواند از سود بزند؟ مصرف‌کننده تا چه میزان می‌تواند افزایش قیمت را تحمل کند؟ دولت تا چه حد حمایت مادی و معنوی، (به معنی تشویق صادرات، ایجاد تسهیلات لازم برای صادرکنندگان، وضع قوانین و مقررات جدید، کاهش بوروکراسی، کمک به فعالیت‌های علمی، مثلاً دایر کردن دانشکده صنعت کفش، و فراهم ساختن زمینه برای تجهیزات آزمایشگاهی) خواهد کرد؟
6. استاندارد کردن کفش، دست کم در مراحل اولیه میدان عرضه را محدود خواهد کرد. برای صنعت کفش ایران که در حال حاضر در بعضی از انواع پایپوش با اشباع بازار داخلی مواجه است، این توفیقی اجباری است و به ایجاد تعادل در عرضه و تقاضا کمک می‌کند. اما از آن سو در کوتاه مدت خطر کاهش اشتغال در این قسمت را در پی خواهد داشت، که دولت باید برای رفع یا محدود کردن این عوارض اجتماعی تدابیری بیندیشد.
7. تصمیم به استاندارد کردن کفش برای رشد صنعت کفش ایران اجباری است. اما نباید انتظار داشت که به سرعت نتیجه مطلوبی بدهد و فروش در بازار خارجی خسارات را جبران کند. هم‌اکنون تایلند، چین، اندونزی، و ویتنام با قیمت پایین و کیفیت بالا بازارهای صادراتی جهانی را در اختیار دارند.
8. به نظر می‌رسد که مهلت شش ماهه‌ای که دولت تعیین کرده کم است و برای آموزش و بهبود کیفیت مواد اولیه زمان‌بندی سنجیده‌تری ضروری است.
9. استاندارد کردن کفش سبب می‌شود که برای سرمایه‌گذاری در این زمینه جسارت لازم باشد، در نتیجه در کوتاه مدت تمایل به سرمایه‌گذاری کاهش خواهد یافت.
10. «جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران» دعوت می‌کند که تبادل نظرهای جدی در این زمینه با موسسه استاندارد، دانشگاه‌ها، وزارت صنایع، شرکت‌های بزرگ، و سایر نهادهای ذی‌ربط به عمل آید و در باره



جنبه‌های مختلف با مسئولان دولتی هم فکری شود. برای این منظور باید به فکر برگزاری همایش‌ها و سمینارها و میزگردها بود.

«جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران» به نوبه خود برای این منظور آمادگی خود را اعلام می‌کند و کلیه تجربه‌ها و امکانات کارشناسی و اطلاعات خود را در اختیار می‌گذارد.

4. اقتصاد ایران و صنعت کفش در سال ۱۳۷۵^۴

برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (۱۳۷۵-۱۳۷۴) که با اهداف و سیاست‌های عمده: تلاش در جهت تحقق عدالت اجتماعی، کاهش دخالت دولت در بخش خدمات و واگذاری کارها به مردم، افزایش بهره‌وری، توسعه صادرات غیر نفتی، ثبات در سیاست‌ها و ایجاد تعادل در بخش‌های مختلف اقتصادی، کاستن انحصارات از طریق تسهیل امکان ورود، یکسان سازی مجدد نرخ ارز، انتشار اوراق قرضه دولتی و خصوصی، توقف استقراض دولت از سیستم بانکی، انعطاف‌پذیری بیشتر در قوانین و مقررات در رابطه با اداره نهادهای مالی، حفظ رشد پولی همگام با رشد تولید ناخالص داخلی، تشویق هر چه بیشتر بازار بورس، افزایش درآمدهای حاصل از مالیات مستقیم، حذف معافیت‌های مالیاتی، بهبود روش‌های جمع‌آوری مالیاتی، اولویت دادن به پروژه‌های نیمه تمام جاری، تسریع در روند خصوصی‌سازی، کاستن از ابعاد دستگاه دولتی از طریق ادغام وزارتخانه‌ها و نهادهای دولتی برای جلوگیری از دوباره کاری، کاستن از نرخ افزایش قیمت، افزایش حمایت از صنایع کوچک و متوسط، مشارکت در سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی و صرفه‌جویی در کلیه بخش‌های دولتی و صرفه‌جویی در مصرف مردم تنظیم گردیده بود، شرایطی را در سال ۱۳۷۵ بوجود که اقتصاد ایران در زمینه بازرگانی از سکون و آرامش نسبی برخوردار بود.

در سال ۱۳۷۵ به دلیل اتخاذ سیاست انقباضی و در نتیجه کاهش سرعت رشد نقدینگی از یک طرف و افزایش عرضه و کنترل تقاضا از طریق سیاست‌های جذب نقدینگی و اعمال نظارت بر قیمت عرضه و فروش کالاها از طرف دیگر، نرخ تورم به کمتر از نصف سال ۱۳۷۴ کاهش یافت و در نتیجه شرایط «رونق

4. نشریه صنعت کفش، شماره ۲۳، اسفند ۷۶.



همراه با افزایش تورم» به «رکود همراه با کاهش تورم» تبدیل گردید.
در مجموع نتایج حاصل از اقدامات دولت در اقتصاد ایران در سال‌های 74 و 75 به شرح زیر می‌باشد:

1. رشد تولید ناخالص داخلی کشور در سال 74 به میزان 4/5 درصد و در سال 75 به 5/2 درصد رسید به طوری که میانگین رشد تولید ناخالص داخلی در دو سال اول برنامه دوم علی‌رغم تحریم اولیه و ثانویه آمریکا و مسائلی که در پایان سال 75 در زمینه روابط ایران و اروپا پیش آمد، به 4/8 درصد رسید.

2. رشد بخش صنعت در سال 74 معادل 5/7 درصد و در سال 75 معادل 6/3 درصد بود و این بخش از اقتصاد ایران آسیب‌پذیرترین بخش اقتصاد کشور در ارتباط با سیاست‌های ارزی و تهدیدهای خارجی است. سهم صنعت در تولید ناخالص داخلی در دوره مورد بررسی 16 درصد بوده است و سهم آن در کل صادرات غیر نفتی حدود 26 درصد بوده است.

3. ارزش کل واردات کشور در طول برنامه اول، معادل 99/5 میلیارد دلار و میانگین هر سال 19/5 میلیارد دلار بوده است. در حالی که ارزش کل واردات در سال 74 مبنی بر شروع برنامه دوم 12/6 میلیارد دلار و در سال 1375 معادل 16/5 میلیارد دلار بوده است یعنی میانگین در هر سال 14/5 میلیارد دلار بوده است.

در این دو سال کاهش واردات نسبت به سال‌های برنامه اول حدود 28 درصد بوده است و علی‌رغم کاهش واردات، اقتصاد کشور دارای افزایش رشد اقتصادی و افزایش حجم سرمایه‌گذاری بوده است.

4. ارزش صادرات غیر نفتی در سال 1375 با میزان حدود 3/2 میلیارد دلار کمتر از 20 درصد کل صادرات کشور بوده است. صادرات صنعتی با 1/7 میلیارد دلار حدود 50 درصد صادرات غیر نفتی را تشکیل می‌دهد که قدر مطلق آن به هیچ وجه عدد قابل قبولی نیست. توضیح

آن که ارزش صادرات صنعتی کشور در سال 1365 تنها 122 میلیون دلار بوده که با توجه به روند فزاینده سال‌های 68 تا 75 سهم بخش صنعت در کل صادرات غیر نفتی از 11/7 درصد به 53 درصد در سال 75 رسید.

5. نسبت تشکیل سرمایه ناخالص داخلی به تولید ناخالص داخلی که به عنوان شاخصی برای افزایش سرمایه‌گذاری و تداوم رشد تولید موثر است به قیمت‌های جاری در سال 74 حدود 23/7 درصد و در سال 75 به حدود 26/5 درصد رسید. این نسبت به قیمت‌های ثابت در سال 74 معادل 16/7 درصد و در سال 75 معادل 16/9 درصد بوده است. توضیح آن که این نسبت در سال 67 به 12/4 درصد تقلیل یافت.

6. جمعیت کل کشور در سال 1375 حدود 60 میلیون نفر بوده است. نرخ رشد جمعیت در دوره سال‌های 1365 تا سال 1375 معادل 1/96 درصد بوده است. که نسبت به دوره (65-1355) که 3/2 درصد بوده کاهش نشان می‌دهد. گروه سنی صفر تا 4 سال در سرشماری سال 75 حدود 10/26 درصد و گروه سنی 10 تا 14 سال با 15/3 درصد بیشترین سهم را در ترکیب سنی جمعیت داشته است.

به این ترتیب در شرایط حاضر کشور، سن حدود 9 میلیون از جمعیت بین 10 تا 14 سال است. نسبت جمعیت شهری به کل جمعیت از 47/3 درصد در سال 1355 به ترتیب به 54/3 درصد و 61/2 درصد در سال‌های 65 و 75 افزایش یافته است.

7. بهره‌برداری از طرح‌های متعددی در بخش‌های معدن، پتروشیمی، فولادسازی، نیروگاه و سد در سال 75 صرفه‌جویی‌های ارزی کلان را برای اقتصاد ملی دربرداشته است.

8. تصمیمات اتخاذ شده در اواخر اردیبهشت 74 که با هدف کنترل شدید بازار تجارت خارجی کشور، تعیین و تثبیت نرخ ارز و مکانیزه شدن

ارزهای صادراتی به سیستم بانکی به مورد اجراء درآمد، کاهش صادرات غیرنفتی را نیز دربرداشت.

9. نرخ تورم در سال‌های 71 تا 75 به ترتیب 24/5 درصد، 22/2 درصد، 35/2 درصد، 50 درصد، و 24 درصد بوده است. از مهم‌ترین علل اصلی کاهش نرخ تورم در سال 1375، کاهش سرعت رشد نقدینگی، به ثمر رسیدن بسیاری از طرح‌های عمرانی، افزایش انواع تولیدات صنعتی و کشاورزی و ساختمانی، افزایش عرضه و کنترل تقاضا از طریق اعمال سیاست‌های جذب نقدینگی و نیز برخاسته از تورم 50 درصدی در سال 1374 بوده است.

10. تراز بازرگانی کشور در سال 1374 معادل 5 میلیارد و 600 میلیون دلار مثبت بوده است که به 5 میلیارد و 900 میلیون دلار در سال 1375 رسید. از ابتدای سال 73 تا پایان سال 75 معادل 7 میلیارد دلار به ذخائر ارزی کشور افزوده شد. با توجه به بازپرداخت بدهی‌های کشور که سالانه یک میلیارد و 600 میلیون دلار بود فراتر از هدف‌های برنامه دوم توسعه حرکت شده است.

11. با اعمال یک سیاست صرفه‌جویانه و منضبط ارزی در سال‌های 1373 تا 1375 از یک سو و بهبود نسبی قیمت جهانی نفت از سوی دیگر و به ثمر نشستن طرح‌های تولیدی از سوی سوم، مشکل بدهی از وضعیت بحرانی خود خارج شده است.

12. فعالیت بازار بورس در تهران در نیمه دوم سال گذشته به دلایل زیر از رونق افتاد: (عوامل زیر در افت قیمت سهام شرکت‌ها موثر می‌باشد)

افزایش سرمایه، پایین بودن عایدی هر سهم، عرضه محدود سهام در سال‌های قبل، سیاست تنظیم بازار، کمبود نقدینگی، نقش ضعیف کارگزاران در راهنمایی سرمایه‌گذاران، نقش ضعیف ارکان نظارتی و قوانین بازار سهام، نبود بازارساز و کارها در بورس تهران، جذب نقدینگی توسط دستگاه‌ها و شرکت‌های دولتی، تاسیس شرکت‌های سرمایه‌گذاری

و جو روانی.

13. اجرای طرح‌های بزرگ عمرانی و صنعتی در سال‌های 68 تا 1375

وابستگی اقتصاد ملی را به درآمدهای ارزی حاصل از صادرات نفت خام به شدت کاهش داده است در حالی که در سال 1370 با 30 میلیارد دلار واردات کالا و خدمات حدود 11 هزار و 800 میلیون ریال، ثروت ملی به قیمت ثابت تولید شده در سال 1374 تنها کمتر از 15 میلیارد دلار، یعنی نصف این رقم مورد نیاز بود تا 13880 میلیارد ریال ارزش افزوده در کشور بدست آید. این یعنی با کاهش 50 درصد ورودی ارز به اقتصاد ملی، ظرف چهار سال، 18 درصد به تولید ناخالص ملی افزودن.

14. نوسانات شگرف و تغییرات روزمره اما شدید در قوانین و مقررات کشور در کلیه عرصه‌های اقتصادی از عمده‌ترین ویژگی‌های اقتصاد ایران بوده است.

نتایج تحولات اقتصادی در صنایع کشور

1. از عمده‌ترین مباحث بخش صنعت کمبود نقدینگی است به طوری که موجودی نقدی و توان مالی صنایع و شرکت‌های تولیدی و خدماتی به مراتب کمتر از سرعت افزایش نیازشان به نقدینگی می‌باشد. تخلیه صنعت از نقدینگی در قالب سازوکار مالیات و انواع و اقسام عوارض دولتی و مکانیزه دریافت. مابه‌التفاوت تغییر نرخ ارز از 70 به 600 ریال و سپس به 1450 ریال از یک طرف و پیگیری سخت‌گیرانه سیاست انقباضی نظام بانکی برای مهار نرخ تورم، اعطای هرگونه تسهیلات مالی به بخش صنعت را به بهانه تورمزدایی تحت کنترل‌های دقیق قرار داده و صنایع را در عین توانایی‌شان به تولید هرچه بیشتر، به رکود ناخواسته کشانده است، به طوری که صنایع کشور قادر به جذب ارزی که بانک مرکزی در اختیارشان قرار می‌دهد نبوده و مجبورند به تبع فشارهای

موجود، حجم فعالیت و عملیات خود را تا حد توان مالی پدید آمده کاهش دهند و در برابر سیاست‌های انقباضی موجود، منقبض شوند و نتیجه آن رشد ناکافی اشتغال جدید، کاهش تعداد شاغلان کنونی، پایین بودن سودآوری واحدهای صنعتی، باطل ماندن سرمایه‌های ثابت موجود در واحدهای صنعتی و در نهایت به کاهش تولید و افزایش تورم منجر خواهد شد.

2. به سبب کاهش شدید درآمدی ارزی و نیز اعمال مقررات انقباضی از سوی نهادهای نظارتی، روی آوردن به صنایع خارجی توسط نهادهای دولتی مصرف کننده به طور چشم‌گیری کاهش یافته است.

3. در برنامه اول و دوم توسعه به موازات سیاست‌گذاری برای افزایش کمی تولیدات، سیاست توجه به بهبود کیفیت محصولات نیز دنبال شده است و از طریق تدوین، اجرا و نظارت بر اجرای استانداردهای محصولات صنعتی، سازماندهی به شکلی بود تا با انجام تحقیقات کاربردی، تدوین و نشر استانداردهای ملی و ترویج نظارت بر اجرای استانداردهای اجباری زمینه بهبود کیفیت کالاهای مصرفی فراهم شد.

4. افزایش تولید و کاهش تقاضای صوری، به ایجاد رقابت بین تولیدکنندگان منجر گردید و در نتیجه باعث کاهش قیمت‌ها و افزایش کیفیت و تنوع تولید شد، به طوری که در مجموع رضایت مصرف‌کنندگان از حیث داشتن حق انتخاب و قیمت‌های عادلانه نسبت به سال‌های قبل افزایش یافت.

5. تمهیدات فراهم شده در زمینه تامین ارز و مواد اولیه واحدهای تولیدی باعث افزایش تولید مازاد بر نیاز گردید.

6. برقراری مجدد سیستم تخصیص ارز و گرایش تولیدکنندگان به افزایش تولید.

7. اعمال نظارت بر روند فروش کالاها و تثبیت رسمی قیمت‌ها، اعمال سیاست پولی سخت‌گیرانه انقباضی، افزوده شدن مقررات تثبیت قیمت

محصولات، اعمال محدودیت مقداری برای صادرات، نحوه استفاده از درآمدهای حاصل از صادرات، قیمت‌گذاری اداری و حسابداری برای تولیدات صنعتی، موسسات تولیدی را هر چه بیشتر در برابر موج تحولات و ضرورت‌های تغییر تاکتیک اقتصادی، تسلیم و دست بسته می‌سازد.

8. نتایج مقدماتی سرشماری صنعتی سال گذشته مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که از حدود 403 هزار کارگاه صنعتی کشور حدود 96 درصد را کارگاه‌های کمتر از ده نفر تشکیل می‌دهد. از مجموع شاغلین بخش صنعت که 17 درصد شاغلین کل کشور را به خود اختصاص داده است بالغ بر 57 درصد به کارگاه‌های با کمتر از 10 نفر تعلق دارد. این در حالی است که به لحاظ انعطاف‌پذیری و مزیت‌های مختلفی که در صنایع کوچک و متوسط وجود دارد، دنیای پیشرفته به جهت این صنایع گرایش دارد.

9. عدم هماهنگی سیاست‌های صنعتی با سیاست‌های ارزی، پولی، بازرگانی و مالی کشور در سال‌های اخیر.

در این باره گزارش دیگری با عنوان «اقتصاد ایران و صنعت کفش در سال‌های 68-74 در صفحه 19 نشریه شماره 16 صنعت کفش چاپ شده است.

نتایج تحولات اقتصادی در صنعت کفش

- تولید برخی از مواد اولیه مورد نیاز صنعت کفش، بهبود وضعیت ارزی، افزایش واردات و ثبات در بازار.
- کاهش قیمت کالاهای وارداتی و بهبود کیفیت برخی از محصولات داخلی و به تبع آن مطلوبیت مصرف کالاهای داخلی.
- صدور موافقت اصولی جهت تولید کفش توسط وزارتخانه‌های جهادسازندگی و کار و امور اجتماعی.
- افت فروش کفش‌های زمستانی به دلیل تغییرات آب و هوا و کاهش



- نزولات آسمانی.
- افزایش موجودی کالای ساخته شده در پایان اسفندماه 75 نسبت به اسفند 74.
- از دست دادن سهم بازار شرکت‌های بزرگ کفش در گروه غیرچرمی (کتانی، سرپایی، چکمه و گالش) به دلیل عدم مزیت نسبی قیمت کالا در این گروه نسبت به سایر رقبای خصوصی.
- تداوم محدودیت نرخ سود ناویژه خرده‌فروشی و عمده‌فروشی کفش از سوی مراجع ذی‌ربط.
- تغییرات در سیستم خرید شرکت‌های بزرگ از روش قطعی به امانی.
- عدم تحول جدی در ترکیب تولید فعلی شرکت‌های بزرگ با توجه به تغییر سلیقه مصرف‌کنندگان.
- افزایش عرضه و تولید کالاهای کفشی توسط تولیدکنندگان بزرگ، متوسط و کوچک به طوری که بازار مملو از کالاهای کفشی شده، ظرفیت و تقاضای جامعه جوابگوی عرضه آن‌ها نبود.
- برقراری سیستم ضمانت کالا توسط برخی از شرکت‌های کفش.
- فعال شدن فروشگاه‌های زنجیره‌ای سابق مانند قدس، شهر و روستا و تعاونی سپه، به دلیل دفاع از سهم بازار خود در مقابل فروشگاه‌های شهروند و رفاه.
- تغییر سلیقه مصرف‌کنندگان از کفش‌های ورزشی و اسپرت به کفش چرمی بخصوص موزی و در نتیجه کاهش فروش کفش‌های اسپورت.
- کاهش سهم بازار برخی از شرکت‌های بزرگ متوسط کفش بدلیل فقدان استراتژی مشخص صنعتی و بازرگانی.

5. از اسفند 76 به سال 77⁵

تا چند روز دیگر با حلول سال نو ایران و آغاز فصل بهار، غلبه تاریکی شب بر روشنایی روز پایان می‌پذیرد و از آن پس به تدریج روز طولانی‌تر از شب می‌شود. سال نو ما سرآغاز روشنایی، تغییر حال طبیعت، باز شدن غنچه‌های گل و نشاط و عشق است؛ و فصل دوستی‌های نو و پوشاک نو.

آخرین ماه سال، برای صنعت کفش فرصت مغتنمی است. در این ماه ضریب اهمیت پوشاک در سبد خانوار بالاتر می‌رود. آن‌ها که سالی یک جفت کفش نو و لباس نو می‌خرند، این خرید را در اسفند انجام می‌دهند.

اسفندماه برای صنعت کفش ماه وفور مشتری است و ویژگی‌هایی دارد که بیشتر دست‌اندرکاران این صنعت می‌دانند. اما بیان این دانسته‌ها به هماهنگی کمک خواهد کرد، و مطرح کردن این بحث‌ها وظیفه «جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران» است، به عنوان نهادی که در آن‌جا تجربه‌ها جمع می‌شود؛ مبادله می‌شود؛ به لفظ درمی‌آید؛ تدوین می‌شود، نظم می‌یابد؛ روشمند می‌شود؛ و سرانجام حاصل آن‌ها به صورت مجموعه اطلاعات و توصیه‌ها در میان اعضا توزیع می‌گردد تا مخصوصاً مورد استفاده نسل جدید قرار گیرد:

1. اسفند و شهریور دو قله فروش سالانه‌اند. اما مقام اسفند بالاتر است. میزان فروش در این ماه در حدود یک پنجم فروش سالانه و فروش در شهریور یک هفتم است. به این ترتیب اسفند ماه پربرکتی است و توقع فروش بالا است، خصوصاً اگر سال پررونق باشد. اسفند و شهریور همچون دریاچه‌های سدها هستند که وقتی آب پشت سد لبالب شد، باید باز شوند تا سطح آب را متعادل نگهدارند. در این جا موجودی کفش در انبارها حکم آب پشت سد را دارد که نباید گذاشت لبالب شود.

5. نشریه صنعت کفش، شماره ۲۳، اسفند ۷۶.



2. در اسفند جریان گردش نقدینگی و تبدیل کالا به پول سرعت می‌گیرد. سرعت آن قدر زیاد می‌شود که کالا مستقیماً از کارخانه به فروش می‌رود. ممکن است فروش یک روز اسفند (مثلاً روز بیست و هفتم) به اندازه فروش یک ماه عادی باشد.
3. فروشندگان هر چه ابتکار دارند برای این ماه صرف می‌کنند. تبلیغات وسیع است. همه شرکت‌های دولتی و خصوصی در کالاهای خود تخفیف ویژه می‌دهند و نمونه‌های تبلیغاتی می‌فرستند.
4. فروشگاه‌ها از بهمن محوطه خود را آماده‌سازی می‌کنند: قفسه‌ها را مرتب می‌کنند؛ کف‌پوش را ترمیم می‌کنند؛ دستی به همه مغازه‌ها می‌کشند. به جذب فروشنده‌های موردی می‌پردازند؛ کارتن‌ها را از کف مغازه‌ها بیرون می‌برند تا فضای گردش فروشنده باز شود و مشتری نیز در داخل فروشگاه راحت‌تر باشد؛ ساعات کار در روز بیشتر می‌شود؛ مرخصی‌ها لغو می‌شود؛ روزهای تعطیل هم فروشگاه باز است. آماده باش نیروی انسانی است.
5. اسفند ماهی است که اگر فروش یک تولیدکننده در آن کم باشد، در اصطلاح اهل صنعت می‌گویند سردل آن واحد سنگین شده است. برای آن تولیدکننده سال نو با خستگی شروع می‌شود. آثار منفی این بی‌رونقی در ماه‌های آینده معلوم خواهد شد. تمایل به تولید و سرمایه‌گذاری کاهش می‌یابد.
6. فروش در ماه اسفند سه مرحله دارد: دهه اول شلوغ‌تر است. دهه دوم اندکی آرام‌تر است و دهه سوم بازار سرسام می‌گیرد؛ «دقیقه نودی‌ها» هجوم می‌آورند. فروشگاه‌ها آژیر وضع فوق‌العاده می‌کشند تا هم به همه مشتریان دستپاچه برسند و هم برای موارد اضطراری آماده باشند.
7. در اسفند انباشته شدن پول نقد در آخر شب برای مدیر فروشگاه معضلی است. بهتر است که در این ماه بانک‌ها کشیک شب بگذارند تا بتوان انبوه اسکناس‌های ریز و درشت را به بانک سپرد و حاشیه امنیتی جامعه

را بالا برد.

8. ترکیب موجودی فروشگاه تغییر می‌کند، به گونه‌ای که نیاز روز را برآورد. از بهمن ماه، کفش‌هایی را که در آن روزها مشتری کمتری دارد و مزاحم تلقی می‌شوند، باید از جلو دست دورتر برد و در انبارها و انبارک‌ها نگهداری کرد.

9. اسفند بهترین فرصت برای تحقیقات میدانی و بازاریابی برای محققان دانشگاهی و بازاریابی و حتی خود مدیران شرکت‌ها برای مقایسه کار خود و رقبا است. ممکن است بعضی از آن‌ها لازم ببینند که شخصاً به شهرستان سفر کنند. بعضی از مدیران فعال تا 70 فروشگاه را در همین یک ماهه اسفند بازدید می‌کنند. در واقع آن‌ها مانند فرماندهان میدان جنگ و ژنرال‌ها هستند که به خط مقدم جبهه می‌روند. در طول یک سال چنین موقعیتی فقط یک بار اتفاق می‌افتد.

10. کامیابی یا ناکامی در فروش اسفند بر روابط انسانی تاثیر می‌گذارد. وقتی فروش خوب است، مشکلات از بین می‌رود و روحیه همکاری تقویت، و تحمل سختی‌ها آسان می‌شود. برعکس وقتی فروش خوب نیست، اعصاب کشیده است و کمترین اختلاف نظر به تعارض‌ها می‌انجامد.

11. بهار فصل دورخیز است. اما تکلیف آن در اسفند تعیین می‌شود. شرکت‌های موفق بعد از اسفند به جای این که نفس راحت بکشند و استراحت کنند، به سرعت به ارزیابی تحولات اسفند در شرکت خود و کل بازاری که میدان فعالیتشان است می‌پردازند. کارنامه خود را بررسی می‌کنند، از واحدهای تابعه خود گزارش می‌گیرند، جلسات متعدد تشکیل می‌دهند، حراجی‌های فصلی ترتیب می‌دهند. نمونه‌های تولیدی رقبای جدی را می‌بینند؛ کفش‌هایی را که روی دستشان مانده است، به قیمت تمام شده، یا حتی زیر قیمت می‌فروشند، با این هدف که هر چه زودتر پول وارد شرکت کنند و به سرعت سرمایه‌گذاری کنند.

12. آهنگ نظام تولید با نظام فروش، و تغییرات تولید و فروش، متفاوت است.



تولید محکوم به نظم ثابت است. اما فروش تابع نوسانات بازار است. هماهنگ کردن این دو، به طوری که حداقل «خواب سرمایه» اتفاق نیفتد و هزینه و اتلاف وقت و اتلاف جنس به حداقل برسد، از وظایف مدیران ارشد و میانی شرکت‌ها است.

13. تقویم سال از فروردین شروع می‌شود، اما تقویم سالانه صنعت کفش دو مرحله دارد: دی و خرداد. در دی ماه برنامه تولیدی با فرمول کفش - صندل - کفش متناسب است و در خرداد با کفش - پوتین - کفش. به این ترتیب از دی ماه تولیدکنندگان به فروش تابستانی فکر می‌کنند و از خرداد به فروش زمستانی. اسفند فصل فروش کفش‌های تابستانی است. این تقویم منحصر به ایران نیست و در همه مناطق نیم‌کره شمالی معمول است. به همین سبب نیز نمایشگاه‌های معتبر جهان با این دید دوبار در سال برنامه‌ریزی می‌کنند.

14. جهان کفش مانند هر میدان فعالیت دیگری، قواعد بازی ویژه خود را دارد. انبار پر از کفش نشانه آن است که در تولید و فروش، قواعد بازی با مهارت و جدیت انجام نشده است. گفتن این که قدرت خرید مردم کاهش یافته است، درست هست، اما کافی نیست و نباید آن را بهانه‌ای برای پوشاندن ضعف‌ها کرد، بلکه باید به فکر چاره بود. فروردین ماه، با توجه به آرامش بازارها، فرصت مغتنمی است برای درانداختن طرح‌های نو، آماده‌سازی فروشگاه‌ها، تبلیغات موثر، درس گرفتن از رقبای داخلی و خارجی. شرکت‌هایی برنده‌اند که یک سال سرمایه‌گذاری بجا کردند، قالب‌های جدید و مدل‌های روز اختیار کردند، موازین اخلاق اسلامی را در رابطه با کارکنان و مشتریان رعایت کردند. آن‌ها که بی‌برنامه روزها را پشت هم بگذارانند، و با چشم باز، آینده را در امروز نبینند، لاجرم بازنده خواهند بود.

6. «تهدید» کاهش در آمد نفت را چگونه به «فرصت» تبدیل کنیم؟^۶

شواهد و قرائن نشان می‌دهد که رکود اقتصادی در ایران امسال شدیدتر از سال پیش خواهد بود. معمولاً در بحران‌ها دوگونه واکنش متصور است. نخستین واکنشی که به ذهن می‌آید کاهش فعالیت است. اما گاهی نیز بحران‌ها فرصت‌هایی استثنایی ایجاد می‌کند، که براساس «اصل نگاه کردن به تهدید به عنوان یک فرصت» می‌توان از آن بهره جست. سیاست صنعت کفش ایران کدام یک از این دو باید باشد؟

ابتدا دلایل و نمودهای تداوم رکود را برمی‌شماریم:

1. در سال 76، صادرات کالاهای غیرنفتی ایران از لحاظ ارزش 3/1 درصد کاهش، و از لحاظ وزن 17/5 درصد افزایش داشت. ساده‌ترین نتیجه‌ای که از این ارقام می‌توان گرفت آن است که در سال 76 کالاهای ارزان‌تر بیش از کالاهای گران‌تر صادر کرده‌ایم. اما همه می‌دانیم که علت‌های مهم دیگری نیز در کار بوده است، از جمله: بی‌ثباتی، نامناسب بودن دستورالعمل‌ها و مقررات، نقصان تولید، افزایش مصرف داخلی، نزول کیفیت، از دست دادن برخی از بازارهای صادراتی، کاهش نرخ پیمان سپاری در برخی از اقلام.
2. به گزارش صندوق بین‌المللی پول رشد اقتصادی ایران که در سال 75، 5/2 درصد بود، در سال 76 به 3/25 درصد کاهش یافت و پیش‌بینی می‌شود که در سال جاری این رقم بازکاهش پیدا کند و به 2/8 درصد برسد. علت اصلی این روند نزولی کاهش سرمایه‌گذاری دولتی و ثابت ماندن صادرات نفت است. این وضع سبب تاخیر در اجرای برنامه‌های زیربنایی خواهد شد.

6. نشریه صنعت کفش، شماره ۲۴، اردیبهشت ۷۷.



3. در 11 ماه اول سال 76، بیش از 2/2 میلیون برگ سند به مبلغ 1/5 تریلیون ریال (هر تریلیون هزار میلیارد) در اتاق پایاپای اسناد بانکی تهران برگشت داده شده که نسبت به دوره مشابه سال قبل از نظر متوسط شاخص تعداد و مبلغ به ترتیب 20/6 و 30/9 درصد افزایش داشته است. به علاوه در 11 ماه اول سال 76، اسناد برگشت داده شده به مبادله، از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب 6/7 درصد و 5/7 درصد افزایش داشته است. این وضع به دلیل کمبود منابع نقدی بود که افزایش مبادله‌های تامین نشده را به دنبال داشت.
4. پیش‌بینی می‌شود تقاضای داخلی در بیشتر زمینه‌ها به تدریج محدودتر می‌شود.
5. نرخ تورم که در سال 74، 49/4 درصد بود، به تدریج مهار شد و در سال 75 به 23/4 درصد و در سال 76 به 17/6 درصد رسید، که تحول مثبتی بود. اما پیش‌بینی می‌شود در سال 77 ادامه پیدا نکند و دوباره به حدود 23 درصد افزایش یابد.
6. احتمال می‌رود با توجه به افزایش بهای ارز، ضمن کاهش حجم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، شاهد کاهش نسبت سرمایه‌گذاری به تولید ناخالص داخلی باشیم.
7. 90 درصد ارز تخصیصی سال جاری برای واردات بخش صنعت از محل واریز نامه‌های صادراتی تامین می‌شود، یعنی قیمت تمام شده ارز برای صنعت 60 درصد گران‌تر خواهد شد.
8. میزان مازاد حساب تراز تجاری کشور، که در سال 75، 5/4 میلیارد دلار بود، احتمالاً کاهش خواهد یافت و در پایان سال 75، به 3/5 میلیارد دلار خواهد رسید.
9. پیش‌بینی می‌شود علی‌رغم این که وضع اقتصاد ایران در سال 76 «رکود همراه با کاهش نرخ تورم» بود، در سال 77 با «رکود همراه با افزایش قیمت» روبه‌رو گردد.

10. صنعت کفش علاوه بر تحولاتی منفی که در بالا ذکر شد، با مشکل

دیگری نیز روبه‌رو بود، یعنی بیشتر بودن عرضه از تقاضا.

در این میان باید از چند تحول مثبت نیز نام برد:

1. امید به بازگشت اعتبار نسبی ایران در صحنه اقتصاد جهانی بیشتر شده است.

2. دولت در سال 77 برای جلوگیری از رکود، در فعالیتهای عمرانی 23/8 درصد بیش از عملکرد سال 76 اعتبار منظور کرده است.

3. با این که کل صادرات غیرنفتی 3/1 درصد کاهش داشته، صادرات صنعتی بیش از 11 درصد افزایش داشته است. پیش‌بینی می‌شود که این روند ادامه یابد و صادرات صنعتی با 20 درصد افزایش به 1/5 میلیارد دلار برسد.

4. بهره‌مندی تمام صادرکنندگان از صد درصد ارز حاصل از صادراتشان برای واردات 29 قلم کالای مجاز و فروش آن در بازار بورس تهران به نرخ واریز نامه‌ای، افزایش مهلت بازگرداندن ارز حاصل از صادرات به کشور (به هشت ماه).

کاهش درآمد ناشی از صادرات نفتی به یک لحاظ فرصتی استثنایی برای افرادی در صنعت که توان و انرژی و خلاقیت بیشتری دارند فراهم می‌کند و از جهتی باید آن را به فال نیک گرفت. در واقع باید گفت که نقش مسلط درآمد نفت در ایران در همه موارد به سود صنعت نبوده است. سهم صادرات غیرنفتی آن قدر کم بود که قدرت نسبی صنایع را در نزد دولت به میزان ناچیزی می‌رساند. امروز این قدرت بیشتر خواهد شد. دولت با اعداد و ارقام بیش از همیشه معتقد شده است که یکی از چاره‌های عمده برای رفع رکود فعلی، فعالیت بیشتر در زمینه صادرات غیرنفتی است. و راه‌های لازم برای این مقصود بارها گفته شده است: تبلیغات، بسته‌بندی، شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای بازار جهانی، بهره‌برداری از امکانات بازار جهانی، توجه به آموزش، کاهش نسبت هزینه به فروش، توجه به استانداردهای ملی، توجه به استانداردهای جهانی، تحلیل هزینه فایده در قیمت تمام شده،



تحقیقات بازاریابی.

در این شرایط صنعت کفش و هر صنعت دیگری، محکوم به ایجاد یک سیاست جمعی است و آن هم نه تنها در داخل این صنعت، بلکه همراه با همه صنایع. باید با روحیه و رویکرد جدیدی وارد میدان شد و یاد گرفت که در دوران جدید، رشد هر واحد صنعتی موکول و متکی به رشد کل آن رتبه صنعتی و بلکه رشد کل صنایع کشور است، زیرا در این شرایط فردگرایی و توجه به سودهای موردی زیان‌بارتر از همیشه است.

سوال مهمی که در برابر همه دست‌اندرکاران صنعت قرار گرفته این است: چگونه می‌توان این تهدید را به فرصت تاریخی برای تقویت صادرات تبدیل کرد؟ صنایع ایران در این دوران رکود دو راه در پی دارند یا تعطیل و یا افزایش صادرات. آن‌ها که طرح نو در سر ندارند و توانی در خود نمی‌بینند، به راه اول می‌روند و عقب می‌نشینند. کارآفرینان واقعی بی‌قرار می‌شوند و رودررو به مصاف بحران می‌روند. آن‌ها که میدان را خالی می‌کنند فضا را برای دیگران بازتر می‌کنند و آن‌ها که می‌مانند زمینه را فعال‌تر و شاداب‌تر، و برای رقابت فشرده‌تر آماده می‌بینند. به این ترتیب در فضای جدید زمینه یک کشمکش بر سر «انتخاب اصل» فراهم می‌شود. آن‌ها که در پایان این تلاش سرپا بمانند لایق‌تر، پرنرژتر، خلاق‌تر و جسورتراند. آن‌ها کسانی هستند که فراتر از مردم عادی فکر می‌کنند. سرمایه‌گذاران و متخصصان با این شاخص‌ها است که یکدیگر را می‌جویند.

از نتایج این وضع بحرانی آن است که تناسب بین دولت و صنعت نیز در هنگام تصمیم‌گیری به سود صنعت تغییر می‌کند. زمان بهره‌برداری بخش صنعت است که بیش از همیشه خواهد توانست حرف خود را به دولت بقبولاند و آمادگی دولت به هنگام سیاست‌گذاری برای شنیدن نظر صنعت بیشتر خواهد بود. دولت با توجه به تئوری اعداد بزرگ، چنان به نفت وابسته بود که طبعاً صنایع غیرنفتی را تا حدودی یک بخش تجملی و پرستیژی تلقی می‌کرد، اما در آینده به ناچار باید بیش از پیش آن را یک بخش استراتژیک در سیاست اقتصادی خود به حساب آورد.

می‌توان گفت که در مرحله جدید، در ترازوی توازن سیاسی و اقتصادی مملکت، کفهٔ صنعت سنگین‌تر می‌شود. در بیشتر کشورهای صنعتی امروزی جهان، چون ژاپن، که هرگز نفت نداشته‌اند، دولت در هر تصمیم‌گیری اقتصادی، پیش از هر عاملی منافع صنعت را در نظر داشته و دارد.

امنیت و اطمینانی که بر اثر درآمد نفت نصیبمان می‌شد، عارضه‌هایی هم داشت. به لختی و روزمرگی خو کرده بودیم. از این پس دوران تکاپو، اضطراب، جنب و جوش، بیداری و ابتکار خواهد بود. از میان ما، به آن‌ها که صاحب ادعایی هستند باید گفت: بفرمایید، این گوی و این میدان.

به قولی: «سال 1377 را باید سال دوراندیشی در برنامه‌ریزی، احتیاط در گسترش ظرفیت، محدود کردن میزان موجودی انبار، تلاش برای راه‌یابی به بازارهای خارجی دانست. در جریان مبارزه برای توسعه صادرات هرگونه فشار در جهت کاهش ارزش پول ملی باید کنار گذاشته شود، زیرا در وضعیت کنونی نیز بازار داخلی بسیار شکننده دیده می‌شود. برعکس باید تلاش‌هایی در جهت هم‌سازی کیفیت تولید ملی با محصولات رایج در بازارهای بین‌المللی به عمل آورد».

7. استاندارد قوزبالای قوز؟^۷

صنعت کفش ایران، مثل بسیاری دیگر از صنایع کشور، قوز کم ندارد:

1. شرایط رکود همراه با افزایش قیمت‌ها
2. کاهش قدرت خرید مردم
3. فرسودگی ماشین‌آلات و قدیمی بودن قالب‌ها
4. کمبود نقدینگی
5. تخلیه صنعت از نقدینگی به دلیل انواع و اقسام عوارض دولتی
6. کاهش تولید در برخی از واحدهای صنعت
7. واردات غیر رسمی کفش‌های خارجی
8. معضل موجودی‌ها و پربودن انبارها از کالاهای کم‌گردش
9. تأثیرات ناشی از سیاست انقباضی نظام بانکی در جریان سرمایه در گردش شرکت‌ها
10. تأثیرات کاهش درآمد نفت در کاهش سهمیه ارزی شرکت‌ها
11. کاهش صادرات کفش و افت فروش داخلی شرکت‌ها
12. افزایش میانگین سنی پرسنل کارخانه‌های تولیدی و قدیمی بودن آموزش‌های آنان.

13. افزایش میزان عرضه کفش نسبت به تقاضا

14. عدم توجه به مساله تحقیق و توسعه

براین‌ها بازهم می‌توان افزود. در چنین شرایطی آیا اجباری شدن استاندارد قوز دیگری است؟

41

اگر درست عمل نشود، آری، قوز دیگری خواهد بود.

اولین مشکل استاندارد اجباری آن است که رعایت آن برای بعضی از واحدها آسان تر و برای بعضی دیگر دشوارتر و سنگین تر است. در نتیجه ممکن است به سود بعضی از واحدها و به زیان بعضی دیگر، مخصوصاً صنایع کوچک و زیرپله‌ایی، منجر شود. اگر استدلال‌های محکم داخلی و خارجی وجود نداشت، حتی شاید شائبه توطئه واحدهای بزرگ علیه واحدهای کوچکتر نیز پیش می‌آمد.

چه عواملی رعایت استاندارد را در کشور ما (و هر کشور دیگری که سودای صادرات در سر داشته باشد) اجباری می‌کند؟ چند عامل را نمونه‌وار می‌توان ذکر کرد:

1. اجبار جهانی، بر اثر ضرورت پیوستن به «سازمان تجارت جهانی»
 2. فشار مصرف کننده، که خود را مستحق می‌داند جنس بهتری در اختیار داشته باشد.
 3. زمینه‌سازی برای صادرات
 4. وابستگی حیات و ممات همه صنایع ایران (و نه تنها صنعت کفش) به آن
 5. واردات کفش قاچاق از طریق مرزها
 6. مصوبه نودوچهارمین اجلاس شورایعالی استاندارد در خصوص استاندارد اجباری انواع کفش قاچاق از طریق مرزها
 7. مصوبه نود و چهارمین اجلاس شورایعالی استاندارد در خصوص استاندارد اجباری انواع کفش و دمپایی ماشینی.
- به این دلایل ما از رعایت استاندارد ناگزیریم.

هم‌اکنون محصولات کشورهای شرق آسیا و چین به قیمت ارزان در سراسر جهان توزیع می‌شود، و این تهدیدی است که به شدت حس می‌کنیم. در مورد بازارهای جهانی، باید اذعان کرد که بی‌تردید ما توان رقابت با این قیمت‌ها را نداریم. اما حتی در داخل کشور نیز این تهدید، هر چند که هنوز تعیین کننده نیست، به تدریج خود را نشان می‌دهد و روزبه‌روز سخت‌تر می‌شود. فعلاً



کفش‌های خارجی از دو راه وارد ایران می‌شود. اولاً هر مسافری می‌تواند از خارج و یا مناطق آزاد کشور به میزان معینی کفش بیاورد. این واردات فعلاً غیرانبوه است. راه دوم قاچاق است. با این همه میزان هر دو آن‌قدر نیست که بازار را اشباع کند.

اما با پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی، وضع فرق خواهد کرد و فشار بر بازار داخلی سنگین خواهد شد، زیرا آن‌گاه همه کشورهای جهان این حق و اجازه را خواهند داشت که کفش‌های خود را وارد بازار ایران کنند. در آن صورت صنعت کفش ایران، نه تنها به بازار جهانی راه نیافته، در بازار ایران هم به زحمت افتاده است. در آن روز ما چه خواهیم کرد؟

وجود کفش‌های خارجی در بازار ایران، ولو به میزان اندک، مصرف‌کننده را به محصول داخلی بی‌اعتماد می‌کند. مصرف‌کننده حق دارد با مقایسه کفش خارجی و داخلی از خود بپرسد که چگونه این اجناس برای تولیدکنندهٔ چینی و کره‌ای می‌صرفند، اما تولیدکنندهٔ ما از تحویل چنین جنسی با این قیمت به بازار عاجز است. این همان بحثی است که در سال 69، هنگامی که واردات آزاد شده بود، درگرفته بود. در آن هنگام دو نظریه مطرح بود: الف) جلوگیری از واردات، ب) آزاد گذاشتن واردات.

استدلال طرفداران نظریه دوم آن بود که چنین اقدامی از یک سو چشم و گوش مصرف‌کننده را باز می‌کند و تقاضاهای پنهان را بیدار می‌کند. صنعت را به خود می‌آورد و ایجاد نوآوری و تحول می‌کند. اتفاقاً در همان زمان بعضی از شرکت‌ها از این تحول استقبال کردند. آن‌ها با وارد کردن ماشین‌آلات و تغییر ساخت کفش، خود را با سلیقه روز مصرف‌کننده هماهنگ کردند.

43 و اما روز 77/6/1 چه اتفاقی خواهد افتاد؟

استاندارد اجباری داروی تلخی است برای درمان دردهای صنعت. این دارو را باید به تدریج و با زمان‌بندی سنجیده به خورد این بیمار داد، نه یک جا، و گرنه بیمار را می‌کشد. صنایعی که تا کنون این کار را شوخی می‌گرفتند، از روز اول شهریور ماه باید آن را جدی بگیرند. تغییری در باورها شکل می‌گیرد.



نخستین نکته این است که استاندارد در همان روز اول شهریور ماه اجباری نیست. اول شهریور روز آغاز است، نه پایان. این نکته‌ای است که هم واحدها باید بدانند، هم سازمان استاندارد. به عبارت دیگر نباید تصور کرد که از فردای آن روز ماموران برای بگیر و ببند به کارخانه می‌ریزند در این مرحله کارهای بسیاری باید به عنوان مقدمه انجام داد. مهم‌ترین وظیفه کار فرهنگی است، نه کاری اداری که تتمه این نقدینگی نحیف واحدها را هم حبس کند و محدودیت‌هایی بر محدودیت‌های قبلی اضافه نماید. اگر به صورت یک محدودیت اداری به آن بنگریم، در آن صورت واقعاً باید گفت استاندارد هم قوز بالای قوز شده است.

وظیفه کار فرهنگی بر دوش «جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران»، وزارت صنایع، و موسسه استاندارد و دانشگاه‌های کشور است. صنعت را به امان خدا نباید رها کرد. اول شهریور روزی است برای ایجاد یک شوک روانی، اما یک «شو» یک روزه نیست. از فردای آن روز (و حتی پیش از آن) باید نهادینه شدن این عملیات آغاز شود تا قالب و قاعده پیدا کند.

اگر درست عمل شود، استاندارد اجباری، به جای این که قوزی بالای قوز تلقی شود، اقدامی است که باید قوزها را یکی پس از دیگری بردارد.

درست است که استاندارد اجباری فشار بر صنعت وارد می‌کند، اما با فشارهای دیگر تفاوت دارد. تا کنون فشارها برای تقویت امور دیگر بوده‌اند. مثلاً عوارض شهرداری برای ساختن پارک است، و عوارض تربیت بدنی برای تقویت ورزش. اما فشار استاندارد اجباری، ثمری دارد که به خود صنعت بازمی‌گردد.

از این پس، برخلاف گذشته، مشتری و مصرف کننده کانون توجه تولیدکنندگان خواهند بود.

8. مالیات، صنعت، دولت، و نیازهای متقابل⁴⁵

صنعت و درآمدهای آن از چند جهت کانون توجه دولت‌ها است. از یک سو هر دولتی مایل است قدرت صنعتی کشور را تقویت کند و در این راه امکانات و تسهیلاتی، در اختیار آن گذارد. قدرت صنعتی، در تعیین جایگاه جهانی هر کشور یکی از مهم‌ترین عامل‌های استراتژیک است. و در بسیاری از موارد ماهیت آن از اهمیت قدرت نظامی کمتر نیست.

در ایران قدرت صنعتی کشور، علاوه بر اهمیت استراتژیک و اقتصادی آن، در این روزها فوریت بیشتری یافته است. ضربه‌ای که بر اثر کاهش ناگهانی قیمت نفت بر بینه مالی کشور ما وارد آمده، نیازی فوری به کسب درآمد از منابع جدید را الزامی می‌کند، که یکی از آن‌ها گرفتن مالیات است. معضلی که وجود دارد، آن است که صنعت کشور ما، از جمله صنعت کفش، با دوران رکود مواجه است و در نتیجه نیاز وافر به نقدینگی دارد. نرخ‌های مالیاتی موجود مربوط به شرایط دوران رونق، یا دست کم دوران عادی و تعادل اقتصادی است.

از طرفی به علت سیاست‌های انقباضی دولت و انواع و اقسام عوارض، صنعت از نقدینگی تهی شده است. پرداخت مالیات در شرایط رکود یک عامل تشدید این بحران نقدینگی در واحدهای صنعتی است. صاحبان صنایع البته باید درک کنند که وقتی خزانه دولت پر باشد، این به نفع خود آن‌ها هم هست، زیرا به سبب گردش ثروت در کشور و در نتیجه توسعه و رونق و رفاهی در همه زمینه‌ها از جمله اشتغال، سرمایه‌گذاری، عمران، و آموزش می‌شود که منافع همه آن‌ها به رونق صنعت می‌انجامد. از آن سو صاحبان صنایع توقع دارند که دولت نیز اشکالات و تنگنای آن‌ها را درک کند. گذار از این دوران نیاز به هم‌فکری و همیاری دو جانبه، به جای کشمکش و مسابقه دارد.

کشمکشی که ممکن است بروز کند از آن جا است که ماموران مالیاتی بکوشند بیشتر بگیرند و صاحبان صنایع بکوشند کمتر بدهند. ما از جایگاه صنعت کفش منظر را در پیش روی می بینیم که آن را نمی پسندیم اما قابل اصلاح می دانیم. از جایگاه صنعت چنین به نظر می رسد که نگرش نادرستی بر کار ماموران مالیاتی غلبه دارد، و آن این که از چشم آن ها صاحبان صنایع گروهی فرض می شوند که سود کلان می برند. به نظر می رسد هنوز به خوبی دانسته نیست که صنعت برای دوام و بقا نیاز به توسعه، بازسازی و سرمایه گذاری جدید دارد. به عبارت دیگر حتی حفظ وضع موجود برای هر صنعتی مرگبار است. توسعه و پیشرفت در صنعت اجباری و تحمیلی است و گر نه در عرصه رقابت ها همین جایگاه و موقعیت خود را از دست خواهد داد. و پیشرفت ممکن نیست، مگر با سرمایه گذاری جدید که باید از محل سود تامین گردد. برای بسیاری از کسبه چنین توسعه ای اجباری نیست. یکی از تولیدکنندگان کفش می گوید:

بعضی از ماموران دولتی، هنوز فعالیت صنعتی و سرمایه گذاری در این عرصه را با فعالیت های تجاری هم سان می پندارند. تصور می کنند که فعالیت صنعتی در کمترین زمان بیشترین سود را نصیب سرمایه گذار می کند و آن سود فرضی همه به جیب صاحب صنعت می رود، بی آن که چیزی از آن صرف سرمایه گذاری مجدد شود. در حالی که تولید صنعتی به پیمودن فرآیندی دشوار و بلند مدت نیاز دارد و مستلزم خطر کردن و جرات است.

البته با تمام گله ها و شکایاتی که از تولیدکنندگان صنعتی شنیده می شود، این هم واقعیتی است که کل درآمد مالیاتی دولت، در مقایسه با کشورهای دیگر چندان نیست. پس چرا مالیات دهنده این همه فریاد برمی دارد.

کارشناسان اقتصادی علت را در نبود فرهنگ مالیاتی در میان مردم می دانند. از این سو هنوز خوب تشخیص داده نمی شود که اگر به فرض روزی اخذ مالیات به کلی متوقف شود، چرخ های مملکت خواهد خوابید و بزرگترین زیان ده آن خود مالیات دهندگان خواهند بود. این عدم تشخیص چند علت دارد یکی آن که تا چندی پیش عمده نیازهای مالی جامعه از محل درآمد نفت تامین می شد و مالیات



درصد بزرگی را تشکیل نمی‌داد. دیگر آن که مالیات دهنده خدمات چشم‌گیری در قبال پولی که می‌داد نمی‌گرفت. و سوم آن که تشکیلات اجرایی قدرتمندی برای دریافت مالیات در کار نبود که بتوان به آن اعتماد کرد.

یکی از تولیدکنندگان کفش در این باره می‌گوید: «اولین مشکل ما مساله «تشخیص مالیات» است. بسیاری از ماموران مالیاتی به دفاتر بنگاه‌های صنعتی اعتماد ندارند و این سبب می‌شود که شیوه علی‌الراس را در پیش بگیرند. این بی‌اعتمادی متقابل از دو سو، هر کدام دیگری را تشدید می‌کنند.

گله دیگر واحدهای صنعتی عدم مهارت ماموران مالیاتی است. یکی از تولیدکنندگان کفش می‌گوید بعضی از این افراد تخصص لازم را در این زمینه ندارند و واحدهای صنعتی را با سایر فعالیتهای اقتصادی مقایسه می‌کنند. و نتایج نادرست می‌گیرند.

نکته جالب این که هر یک از طرفین خواهان آنند که طرف دیگر ضمن درک شرایط موجود، به طرف دیگر اعتماد کند. شاید بهترین راه آن است دولت در کنار تغییر نظام مالیاتی و تهیه و تدارک سیستم‌های اطلاعاتی و تحقیقاتی، تشویق‌ها و مجازات‌هایی را نیز به کار بندد و برای اجرای دقیق قانون و دریافت مالیات روش‌های اجرایی کارآمدی را به کار گیرد.

موضوع دیگری که واحدهای صنعتی را آزار می‌دهد، انواع و اقسام دریافتی‌های است که دولت علاوه بر مالیات از آن‌ها مطالبه می‌کند. یکی از تولیدکنندگان کفش می‌گوید سهم پرداخت‌های ما به دولت در این زمینه را ما 25 درصد حساب کرده‌ایم، که باعث افزایش بیش از اندازه قیمت محصول می‌شود و به همین جهت ما نمی‌توانیم در بسیاری از موارد با تولیدات خارجی رقابت کنیم.

47

فهرستی از دریافت‌های مختلف از بخش صنعت در جدول 1 در زیر آمده است.

1. حق بیمه متعلق به تامین اجتماعی

2. بیمه بیکاری

3. عوارض فروش در شهرها
4. عوارض فروش کالاهای صادراتی
5. دریافت سهمی از درآمدها به نفع شهرداری‌ها
6. عوارض واحدهای مستقر در شهرک‌های صنعتی
7. عوارض عقد قراردادها و واحدهای مستقر در شهرک‌های صنعتی
8. دریافت 3 درصد از حق بیمه آتش‌سوزی
9. تامین فضاهای آموزشی
10. عوارض متعلق به آموزش و پرورش
11. کمک به حفظ محیط زیست
12. عوارض از تولید سیمان
13. عوارض از کارخانجات صنایع تبدیل کشاورزی
14. کمک به توسعه فضاهای ورزشی
15. عوارض ویژه صادرات و واردات
16. عوارض صندوق ضمانت صادرات
17. تامین منابع مالی تحقیقاتی صنعتی

جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران با درک اهمیت موضوع بررسی و اصلاح نظام مالیاتی و مکانیسم اجرایی آن را نیازی متقابل بین صاحبان صنایع و دولت تلقی می‌کند و برآن است که رابطه مالیاتی را از دو سو می‌توان بهبود بخشید. از این رو «جامعه» از کارشناسان دولتی در وزارت دارایی و وزارت صنایع دعوت می‌کند که با تولیدکنندگان با تجربه صنعت کفش وارد گفتگویی سازنده شوند و در محیطی حاکی از حسن تفاهم همه راه‌ها را بکاوند. افزایش درآمد مالیاتی دولت به طور اعم و نه فقط از صنعت، به سود همه است و نیز کارآیی نظام اجرایی.

9. تخفیف 50 درصدی کفش ملی، انگیزه‌ها، سودها، زیان‌ها و

پیامدها⁹

تخفیف 50 درصدی گروه صنعتی ملی، دومین تخفیف بزرگی است که در ده سال گذشته اعلام می‌شود. تخفیف پیشین، به میزان 60 درصد از طرف گروه صنعتی بلا اعلام شده بود. همین واقعیت که در 10 سال فقط دو بار تصمیم به چنین تخفیفی در صنعت کفش کشور گرفته می‌شود، می‌تواند نشانه قدرت و سلامت کارکرد این صنعت باشد. سوال این‌جا است که چه عواملی سبب چنین تصمیمی شدند، سودها و زیان‌های آن چیست و تاثیر آن در آینده چه خواهد بود؟

یافتن نخستین انگیزه دشوار نیست. گروه صنعتی ملی نیز مانند بسیاری از دیگر گروه‌های صنعتی کشور، با کمبود شدید نقدینگی روبه‌رو است، که مخصوصاً با در پیش بودن عید و لزوم پرداخت معادل دو ماه حقوق و دستمزدها به آن فشار می‌آورد. این مشکلی است که در صنایع نساجی شدیدتر است.

دومین انگیزه خالی کردن انبارها از کالاهایی است که از زمان فروش آنها مدتی دراز گذشته است.

از دیدگاه مالی، یک تخفیف بزرگ 50 درصدی نامطلوب تلقی می‌شود، زیرا در دفاتر مالی زیان نشان خواهد داد. اما از دیدگاه اقتصادی این تصمیم قابل دفاع است. در ده روز اول اجرای این طرح، فروشگاه‌های کفش ملی معادل یک ماه ما قبل آن فروش داشته‌اند. پای مردم به فروشگاه‌ها باز شد و این آشنایی در آینده یک فایده روانی خواهد داشت. مشاهده استقبال جمعیت، خود موجب استقبال‌های بعدی خواهد شد. از این وجه آنچه از نظر متصدیان مالی، زیان ناشی از فروش ارزان (ارزان‌تر از قیمت تمام شده) تلقی می‌شود، از نظر کارشناسان اقتصادی

می‌تواند یک هزینه تبلیغاتی و بازاریابی برای فروش‌های آینده تلقی شود و می‌توان برای آن یک توجیه اقتصادی متصور شد.

در واقع بعید است که انگیزه تصمیم مدیران گروه صنعتی ملی، فقط جذب نقدینگی برای پرداخت‌های دو ماه آخر سال بوده باشد، زیرا رفع این مشکل کوتاه مدت خواهد بود و می‌توان پیش‌بینی کرد که در آینده همین مشکل باز بروز خواهد کرد. تا مدتی طولانی نمی‌توان تخفیف را ادامه داد و زیان ناشی از آن را تحمل کرد. به احتمال قوی در ماه آخر سال، که هجوم طبیعی خریداران برای خرید شب عید آغاز می‌شود، این تخفیف باید پایان یابد، زیرا برای این گروه از خریداران باید بهترین و مرغوب‌ترین کفش را ارائه داد، نه کفش‌های مانده در انبار را. این موضوعی است که بی‌تردید از چشم تصمیم‌گیرندگان کفش ملی دور نمانده است. آنها علاوه بر انگیزه تامین نقدینگی می‌بایست هدفی دیگر، و بالاتر را هم در سر داشته باشند: بازگرداندن اعتبار تجاری گروه، کسب چنین اعتباری برای هر واحد صنعتی، در ایران و جهان از دو وجه اهمیت دارد، یکی از وجه مصرف‌کنندگان و دیگری از وجه بستانکاران تجاری که باید به پویایی طرح‌ها و برنامه‌ها اعتماد کنند.

بدیهی است که تخفیف 50 درصدی، آن هم از طرف واحدی به وزن و عظمت گروه صنعتی ملی، برای سایر واحدهای تولیدکننده کفش خوشایند نیست، زیرا بازار را به میزان زیادی از آنها می‌گیرد. می‌توان گفت که این طرح در آغاز کار خود، در کفش ملی، در صنعت کفش کشور، در کل صنایع کشور، آثاری منفی دارد. اما باید امیدوار بود که در پایان آن نتایج مثبتی برای گروه صنعتی ملی به بار آورد و آثار آن به تدریج برای صنعت کفش کشور نیز مثبت شود. از تنگنای این گروه هیچ واحد دیگری سود نخواهد برد. و در این سال رکود، مشکلات یک واحد بزرگ دست به دست، دامن واحدهای دیگر را نیز خواهد گرفت.

اگر همان‌طور که امیدواریم از بهبود وضع فروش کفش ملی سایر واحدهای تولیدکننده کفش نیز نصیب ببرند، آنگاه می‌توان امیدوار بود که آثار منفی آن این طرح در صنایع، و نیز در کل اقتصاد کشور پاک شود و جای خود را به آثار مثبت



10. دوره جدید برای مجله صنعت کفش^{۱۰}

سی و دومین شماره مجله صنعت کفش، نخستین شماره‌ای که با مجوز دائمی منتشر می‌شود. انتشار سی و یک شماره پیشین هر کدام فقط با کسب مجوزهای تک شماره‌ای و با تحمل محدودیت‌ها و فشارهایی امکان‌پذیر بود که دست ما را از جهاتی می‌بست و زمینه‌های تهیه یک نشریه فعال و سرزنده با استفاده از تکنیک‌های ژورنالیستی را تنگ می‌کرد. برای انتشار هر یک از آن سی شماره مجبور بودیم یک هفته به انتظار تصمیم مثبت مسئولان بنشینیم و در نتیجه گاهی پیش می‌آمد که خبر یا گزارشی تازگی خود را از دست می‌داد.

برای پرهیز از این وضع مجبور بودیم در انتخاب اخبار و گزارش‌ها محتاط باشیم. نمی‌توانستیم چیزی مربوط به آینده بنویسیم، مثلاً در پیش بودن یک تصمیم مملکتی قریب‌الوقوع، همایش، سفر و غیره، زیرا ممکن بود هنگام چاپ مجله آن حادثه انجام، یا لغو شده باشد. اینک با گرفتن مجوز دائمی، مطالب نشریه را با اطمینان بیشتری آماده خواهیم کرد. به این ترتیب بخش اخبار که مهم‌ترین رکن هر نشریه‌ای است تقویت خواهد شد.

این یکی از تصمیم‌های کمیسیون ویژه‌ای بود که از طرف هیات مدیره برای بهبود وضع مجله صنعت کفش تشکیل شده است. اعضای کمیسیون عبارتند از آقایان: عبدالحمید سروش فر (رئیس هیات مدیره)، محسن معصومی (نایب رئیس هیات مدیره)، علی لشگری (عضو هیات مدیره و مدیر مسئول مجله)، حسینعلی فرجاء (دبیرکل جدید «جامعه») و علیرضا فرهنگند (سردبیر). این کمیسیون تاکنون سه جلسه تشکیل داده و بر راه کارهایی تصمیم گرفته است.

یکی از مهم‌ترین تصمیم‌های کمیسیون تقویت هیات تحریریه مجله صنعت کفش و گسترش دادن دامنه فعالیت آن در عرصه‌های مختلفی است که به نحوی



به صنعت کفش مربوط می‌شوند. مجله صنعت کفش از سی و دومین شماره بر امور زیر تاکید خواهد داشت:

1. مجله صنعت کفش، همان‌طور که از این‌گونه نشریات تخصصی انتظار می‌رود، مانند گذشته در جدال‌های جناح‌های سیاسی کشور استقلال خود را حفظ خواهد کرد. اما این به معنای نادیده گرفتن جنبه‌های صنعتی و اقتصادی سیاست‌های جاری کشور نیست. صنعت کفش به عنوان سخنگوی «جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران»، و در مقام مدافع منافع حرفه‌ای صنعت کفش ایران که از مهم‌ترین رشته‌های صنعتی کشور است، عمل خواهد کرد. همه جا از جنبه‌های مثبت قوانین و مقررات حمایت می‌کند و نکات منفی را گوشزد می‌نماید.
2. تحولات جهانی مربوط به صنعت کفش تعقیب خواهد شد. امیدواریم از این پس با دیدی وسیع‌تر و با استفاده از مجراهای اطلاعاتی، مانند اینترنت، خوانندگان خود را در جریان آخرین اخبار و گزارش‌ها در زمینه پیشرفت‌های تکنولوژی، مد، فروش، بازاریابی، صادرات، شیوه‌های نوین مدیریت، تحقیقات و... قرار دهیم.
3. هنوز واحدهای صنعتی کفش موفق به گرفتن گواهینامه‌های مختلف «ایزو» نشده‌اند. و «ایزو»ها حداقل استاندارد را مشخص می‌کنند که فقط برای حضور در بازارهای جهانی لازم است. رقابت در آن بازارها نیازمند استانداردهایی بالاتر است. برای این منظور مجله صنعت کفش ضرورت رعایت موازین استاندارد و عطش بالاتر رفتن از آن را ترغیب خواهند کرد.
4. نشریه علاوه بر مراعات قانون مطبوعات و قوانین کشوری، طبیعی است که مندرجات مجله صنعت کفش هم‌سو با اساسنامه جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش خواهد بود. همان‌طور که معمول نشریاتی تخصصی و تشکیلی از این نوع است، مصداق‌های روزانه اساسنامه منعکس خواهد شد. مثلاً در اساسنامه به اهمیت آموزش در صنعت تاکید

شده است و در مجله واقعیت‌های عینی این امر، یعنی برنامه‌های آموزشی واحدها گزارش خواهد شد.

5. در دوره جدید مجله صنعت کفش با نام‌های بیشتری از افراد آشنا خواهیم شد از مدیران با تدبیر و برنامه‌های آنان گرفته، تا کارگران صاحب همت و ابتکار که در جهت بهبود کیفیت و شیوه‌های تولید می‌کوشند. در این راه می‌کوشیم تا با پیش‌کسوتان این صنعت آشنا شویم و حکایت راه درازی را که این صنعت از سال‌های دور تا کنون پیموده از زبان آنان بشنویم. بسیاری از این پیش‌کسوتان تماس خود را با تحولات روز حفظ کرده‌اند و هنوز با استفاده از تجربه‌های پیشین آن‌ها، مهارت یافتن در راه‌های نوین آسان می‌گردد.

6. غرض از مطرح کردن نام افراد در نشریه صنعت کفش تحریک و غوغا نخواهد بود. بلکه با درک این نکته است که علی‌رغم پیشرفت‌های حیرت‌انگیز عصر ماشین، هنوز محور اصلی هر کاری انسان است که پیروزی یا شکست یک واحد را تعیین می‌کند. انسان‌های با انگیزه به مدد نیروی شگفت‌آور خلاقیت و همت، روحی در هر واحد می‌دمند که سرنوشت‌ها را رقم می‌زند. از این‌رو است که نام بردن از انسان‌ها در هر نشریه‌ای، به نوشته‌ها جان می‌بخشد و شادابی و طراوت و وضوح ایجاد می‌کند.

7. گزارش همکاری‌های جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران با دانشگاه‌ها و موسسات تحقیقی داخل و خارج از کشور، در شماره‌های آینده مجله صنعت کفش جای مهمی خواهد داشت. با این گونه همکاری‌ها است که هر صنعتی می‌تواند خطر رکود و تکرار و درجا زدن را از سر بگذراند. از آن سو دانشگاه‌ها و موسسات تحقیقی نیز از این گونه سود می‌برند و خواهند توانست از گرفتار شدن در دام مقولات انتزاعی برهند و با مشاهده نتایج عینی آن‌چه در کتاب‌ها آمده و در تحقیقات عنوان شده، دامنه آموخته‌ها و اندیشه‌های خود را بگسترانند و خطاها را



اصلاح کنند.

8. به این سوال خواهیم پرداخت که مطبوعات ایران تا چه حد توانسته‌اند اهمیت کفش را، از لحاظ زیبایی، دوام، راحتی و قیمت، پوشش دهند؟ واقعیت آن است که موضوع انتخاب کفش هنوز برای بیشتر مردم کشور ما امری دلبخواهی است، نه متکی بر شناخت عناصری که هنگام خرید باید به آن‌ها توجه کرد. متأسفانه مطبوعات کشور ما هنوز به این مهم نرسیده‌اند. گاهی گزارشی کلی در باره وضع صنعت کفش کشور چاپ می‌شود که مخاطب آن گزارش‌ها غالباً عده معدودی از تصمیم‌گیرندگان درون و بیرون این صنعت هستند که خود از چند و چون مسائل بیش از نویسنده گزارش اطلاع دارند. بعضی از گزارش‌ها چیزی نیست جز درد دل و شکوه‌های صاحب صنعتی که می‌توانست همان درد دل را مستقیماً، یا با واسطه، مثلاً از طریق جامعه مدیران و متخصصین به گوش مسئول مربوطه دولتی برساند. چاپ این درد دل‌های کاملاً فنی و گاه شخصی در تیراژهای وسیع، البته از جهت ایجاد فشار اجتماعی بر مسئولان ممکن است گاهی اهمیت بیابد، اما هیچ علاقه‌ای در خواننده توسط نشریات ایجاد نمی‌کند. خواهیم کوشید بخش «کفش در مطبوعات» را پربارتر کنیم تا خوانندگان از بازتاب اجتماعی تحولات مربوط به کفش آگاه شوند.

9. هنوز راه مطمئنی برای آگاه شدن تولیدکننده از انتظارات مصرف‌کننده وجود ندارد. گهگاه مدیری به ابتکار شخصی ممکن است به نظرسنجی پردازد. اما این مستمر و مداوم و روش‌مند نیست و غالباً تأثیر آن مقطعی است. یکی از بهترین راه‌ها گزارش‌های مطبوعاتی است. مجله صنعت کفش در این زمینه فعال‌تر از پیش خواهد بود. از یک سو بر اطلاعات مدیران خواهد افزود و از سوی دیگر خواهد کوشید سطح علمی مصرف‌کننده را برای انتخاب درست کفش خوب بالا ببرد. در این زمینه بیش از پیش از کمک‌ها و نظرهای علمی متخصصان و پزشکان بهره خواهیم

جست تا مصرف کننده بداند که چه کفشی برای کدام پا مناسب تر است. در واقع همه می دانند که توقع و زیادت طلبی مصرف کننده موثرترین عامل در بهبود کیفیت محصول است. چه بسیار تولیدکنندگانی که با وجود تولید جنس مرغوب، به علت عدم آگاهی مصرف کننده، و بر اثر تبلیغات رقاباتی که محصول نامرغوب به بازار داده اند، مجبور شده اند میدان را خالی کنند.

10. مجله صنعت کفش هرچند مردم عادی، یعنی خریداران عادی کفش را در زمره مخاطبان مهم خود می خواهد، اما نیک آگاه است که جامعه صنعت کفش یک تشکل علمی و مدیریتی است، نه یک تشکل صنفی. از این رو این نشریه مایل است که مطالبی سودمند برای صاحبان و مدیران صنعت، دانشگاهیان، دانشجویانی که در رشته های مربوط به این صنعت تحصیل می کنند، کارشناسان، تامین کنندگان مواد اولیه و لوازم جانبی، فروشندگان ماشین آلات مربوط به صنعت کفش را تهیه و چاپ کند.

11. از پیش می دانیم که همه مطالب یک نشریه برای همه خوانندگان نیست. هر خواننده ای به ستون یا صفحه ای توجه خواهد کرد. خواهیم کوشید تنوع مطالب چنان باشد که هر خواننده ای، اگر آن قدر به موضوع کفش علاقه مند بود که این مجله را تهیه کرد، موضوع مطابق سلیقه و نیاز خود را در آن بیابد.

12. مجله صنعت کفش هرچند سخنگوی جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش است، این جامعه را مستعد پیشرفت می داند. اعتماد به پیشرفت به این معنا است که وضع موجود بی نقص و بی نیاز از اصلاح نیست. بنابراین صفحات مجله به روی نظرهای انتقادی و چاره جویانه باز است. هیات تحریریه می کوشد کاستی ها را بنمایاند و برای خواست اصلاح شتاب و بی صبری نشان دهد.

13. بهبود وضع توزیع نشریه در دوره جدید اهمیت ویژه ای خواهد داشت.



نمی‌توان منتظر نشست تا علاقه‌مندان برای گرفتن نشریه هجوم آورند. بخشی از فروش هر مجله به گردانندگان امور توزیع آن بستگی دارد. قرار شده است تیمی برای بازاریابی و معرفی نشریه به مصرف‌کنندگان بالقوه، اعم از فروشندگان کفشی‌ها، تا دانشگاه‌ها و کتابخانه‌ها، مطب پزشکان، تشکیل شود. علاوه براین، مجله برای مراکز علمی و فرهنگی، همایش‌ها، کتابخانه‌ها، نمایشگاه‌ها، دانشگاه‌ها، مراکز صنعتی، اتحادیه‌ها، انجمن‌ها، و سفارتخانه‌ها، تا چند شماره به صورت آزمایشی و برای بازاریابی رایگان ارسال خواهد شد. به علت نارسایی سیستم توزیع که عمده‌تأ ناشی از نداشتن مجوز دائمی بود، هنوز بسیاری از خوانندگان بالقوه این مجله، حتی از وجود چنین نشریه‌ای به کلی بی‌اطلاع مانده‌اند.

14. از خوانندگان، خواه اعضای «جامعه» و خواه افرادی خارج از آن دعوت می‌کنیم که در ارائه انتقاد از هر کدام از مسئولان و گردانندگان جامعه پروا نکنند. هم‌چنان که دعوت می‌کنیم هر جا نکته‌ای، خبری، گزارشی یافتند و از نوآوری‌ها اطلاع پیدا کردند، یا اگر نظری در باره بهبود کیفیت محصول و گردش کار سراغ داشتند با ما تماس بگیرند.



11. چهلمین شماره"

انتشار چهلمین شماره مجله صنعت کفش با دو رویداد نیکو مقارن است. یکی در پیش بودن عید نوروز و آغاز سالی نو که صنعت کفش و سایر صنایع کشور با بیم‌ها و امیدها به استقبال آن می‌روند. دومی اعلام نام نمایندگان دوره جدید مجلس شورای اسلامی به دنبال حضور جدید مجلس شورای اسلامی به دنبال حضور افتخارآنگیز مردم کشورمان در انتخاباتی سرنوشت‌ساز مجلسی را انتظار می‌کشیم که صنعت کشور امیدهای بسیار به آن بسته است.

چهل در فرهنگ ما ایرانیان عدد مبارکی است و وفور، زیبایی، رونق، سخاوت و پختگی را تداعی می‌کند، از آن جمله در ترکیباتی چون چهل ستون، چهل گیس، چلچراغ، چهل طوطی، چله و چلچلی.

از عمر مجله ما 6 سال می‌گذرد. اندکی پس از تاسیس جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران، هنگامی که موسسان این جامعه تصمیم به انتشار مجله گرفتند، یکی از بحث‌ها تعیین مخاطبان نشریه ارگان این جامعه بود و دیگری محتوا و جهت‌گیری این نشریه. خطوط اصلی در آن روزها تعیین شد، اما بحث در جزئیات هنوز ادامه دارد و هیچ‌گاه پایان نخواهد یافت.

گردانندگان هر نشریه‌ای مدام بر سر به دست آوردن مخاطبان نو و کشف میدان‌های جدید رایزنی می‌کنند تا نشریه خود را پربارتر، جذاب‌تر و مفیدتر سازند.

در آن روزها و هفته‌های نخست که صنعت کفش مطالب اولین شماره را آماده می‌کرد می‌پرسیدیم چه انتظاری از چنین مجله‌ای می‌توان داشت. آیا باید سخنگوی هیئت مدیره باشیم، یا صاحبان صنایع و مدیران؟ آیا باید مجله‌ای تخصصی و آموزشی منتشر کنیم؟ آیا باید عمده‌تأ به فکر فروش کفش باشیم؟ آیا





باید مطالبی سودمند برای مصرف‌کنندگان کفش گردآوریم؟

مسلم آن بود که می‌بایست نخستین ماده اساسنامه جامعه را مهم‌ترین هدف خود بگیریم، یعنی ارتقاء کلی صنعت کفش کشور. بحث بر سر چگونگی رسیدن به این هدف و نحوه اجرا، با بهره گرفتن از جاذبه‌های ژورنالیستی امکان‌پذیر بود. آیا می‌بایست خود را در مقام پل ارتباطی بین تولیدکننده و سازمان‌های ذی‌ربط دولتی ببینیم؟ آیا باید حافظ منابع شرکت‌های تولیدکننده خصوصی باشیم؟ برای این‌گونه سوالات معمولاً پاسخی قطعی و نهایی به دست نمی‌آید، بلکه حاصل بحث‌ها، حلاجی‌ها و بسط سوالات است.

وقتی سوال روشن باشد، به پاسخ‌ها آسان‌تر نزدیک می‌توان شد. نکته دیگری که در آن بحث‌ها به میان آمده بود که پاسخ فقط در دست گردانندگان نشریه نیست، بلکه واکنش‌های شماره به شماره خوانندگان به یافتن پاسخ‌ها کمک می‌کند و چنین شد.

در این 40 شماره در جریان افت و خیزها، مخاطبان با ما حرف زدند، و مخاطبان فقط آن کسانی نبودند که ما انتخابشان کردیم، جمعی از آن‌ها خود به سوی ما آمدند. هنوز پس از انتشار چهل شماره، تشنه و محتاج اظهار نظرها هستیم.

کفش از جمله محصولاتی است که با مجموعه‌ای از مفاهیم و زمینه‌ها سروکار دارد، از چون مهندسی مکانیک و مهندسی صنایع و شیمی گرفته تا جمعیت‌شناختی، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، و پزشکی، تا آمار، مدیریت و آموزش و تا هنر گرافیک. فعالیت در تولید کفش عرصه‌ای است که در آن عقل، صنعت و هنر به کار می‌آید.

59

عرصه وسیعی است که تمام جمعیت ایران را دربر می‌گیرد و در نتیجه ملاحظات اقلمی بر آن تاثیر می‌گذارد. بازار این عرصه از مرزهای ایران نیز فراتر می‌رود و در رقابت بین‌المللی ما را در مقابل تولیدکنندگان خارجی قرار می‌دهد. این زمینه‌ها همه باید در مجله صنعت کفش به میان آیند، جای جای تحلیل شوند یا دست کم مورد اشاره‌ای کوتاه قرار گیرند.



در این راه فقط اعضای هیئت تحریریه نقش ندارد. متخصصان و مدیران تجربه‌ها و مشاهدات خود را بیان می‌کنند. آن‌ها که فرصت می‌یابند از نمایشگاه‌هایی در گوشه و کنار جهان دیدن کنند. آن‌ها تحولات مد و تغییر سلیقه مصرف‌کنندگان را حکایت می‌کند، یا از پیشرفت‌ها در تکنیک ساخت و ماشین‌آلات نو خبر می‌آورند و یا بروشورها و کاتالوگ‌هایی برای ترجمه در اختیارمان می‌گذارند.

در این عرصه با مسئولان و سازمان‌های ذی‌ربط چون وزارت صنایع مرکز توسعه صادرات و نمایندگان مجلس ارتباط می‌یابیم که انصافاً باید گفت برخوردشان مثبت‌تر از گذشته شده است.

بسیاری از آن‌ها توصیه‌های سودمندی برای بهبود مجله کرده‌اند.

مجله صنعت کفش، همانند هیئت مدیره جامعه خود را نه قیم، بلکه خدمت‌گزار همه افرادی می‌داند که در این صنعت کار می‌کنند، اعم از صاحب سرمایه، مدیر، متخصص و کارگر و از آن سو به منافع مصرف‌کننده نظر دارد که نقطه پایانی و هدف نهایی این جنب و جوش صنعتی، هنری و اقتصادی است.

آن‌چه مطلوب ما است، از آن‌چه امروز برای ما ممکن است، بسی دور است. اما به کمک خوانندگان مجله در آن راه گام برمی‌داریم.

به فرموده قرآن: «لا یكلف الله نفساً الا وسعها» (سوره بقره آیه 286) هر کس به اندازه توانایی خویش مسئول است.

12. اقتصاد ایران و صنعت کفش در سال‌های 79-76 و پیش‌بینی آن در سال 80^{۱۲}

الف: اقتصاد ایران در سال‌های 79-76

اجرای برنامه دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی (1374-1378) و اولین سال اجرای برنامه سوم توسعه (83-89) که با هدف بازگشت به قیمت‌های بازار با تاکید بر تحقق عدالت اجتماعی کاهش اندازه بخش دولتی و عمومی، ترغیب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، حذف انحصارات، افزایش اشتغال، نظام ارزی مبتنی بر بازار، تقویت و گسترش نظام تامین مالی و بهبود نظام مالیاتی تنظیم گردیده بود. شرایطی را در سال 79 به وجود آورد که اقتصاد ایران را در آستانه خروج از رکود اقتصادی قرار داد.

مهم‌ترین نتایج حاصل از اقدامات دولت با توجه به گزارشات بانک مرکزی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی به شرح زیر می‌باشد:

1. رشد تولید ناخالص داخلی کشور در سال‌های 76، 77، 78 و 79 به ترتیب به 3/1٪، 2/1٪، 2/62٪ و 5/2٪ رسید پیش‌بینی می‌شود که در سال 1380 ارزش محصول ناخالص داخلی ایران به 80 میلیارد دلار و رشد آن به 5/5٪ برسد.

2. رشد بخش صنعت و معدن در سال‌های مورد بحث به شرح زیر می‌باشد: 7/8٪، 5/40٪، 9/8٪ و 6/9٪.

سهم صنعت در تولید ناخالص داخلی از 16٪ در سال 75 به 18٪ در پایان برنامه دوم توسعه رسید و پیش‌بینی می‌شود در پایان برنامه سوم

61

توسعه به 25٪ برسد.

3. درآمد ارزی دولت در سال 1379 به رقم 26/9 میلیارد دلار می‌رسد. 3/7 میلیارد دلار حاصل از درآمد صادرات غیرنفتی و بقیه حاصل از فروش نفت و گاز می‌باشد.

انتظار می‌رود که در سال 1380 درآمد نفتی دولتی 21/7٪ رشد داشته باشد که با توجه به رشد سال 79 سیر نزولی خواهد داشت.

4. سهم صنعت از صادرات غیرنفتی حدود 41٪ در سال 79 می‌باشد.

5. انتظار می‌رود رشد درآمد دولت از 14/1٪ در سال 79 به 25/4٪ در سال 1380 افزایش یابد.

6. رشد سرمایه‌گذاری در سال 1378 حدود 7/5 درصد و در سال 79 به حدود 8/4 درصد رسید.

به نظر می‌رسد که این نسبت در سال 1380 به رقم 9/1٪ برسد.

7. نسبت پس‌انداز به مصرف در سال 1378 به رقم 16٪ رسیده است. این در حالی است که این نسبت برای کشورهای مشابه ما حدود 35٪ می‌باشد.

8. رشد نقدینگی که در سال 75-72 حدود 34٪ بوده در سال‌های 78-76 به 18/2٪ رسید. برآورد می‌شود که رشد نقدینگی در سال 1379 در حد متوسط سه سال اخیر حداکثر 18٪ باشد.

9. شاخص کل بورس تهران که در ابتدای سال 1379 معادل 22061/9 واحد بود در ابتدای سال 1380 به سه هزار واحد رسید که نشان‌گر رشد 36٪ در شاخص کل بورس است.

رشد شاخص بورس تهران هم‌زمان با کاهش نرخ ارز، قیمت خودرو، طلا و سکه بوده است.

ثابت بودن قیمت ارز واریزنامه و کاهش 7 درصدی قیمت ارز در بازار



آزاد تهران در سال گذشته، در کنار رشد 36٪ شاخص کل بورس در سال 79 نشانگر رشد 43٪ سرمایه‌گذاری ارزی بورس تهران است.

پیش‌بینی می‌شود که در سال 1380 رشد بازار سرمایه با توجه به آرامش نرخ تورم و بازار ارز شتاب بیشتری پیدا کند.

10. کاهش کسری بودجه دولت، اعمال سیاست‌های انقباضی پولی - مالی، کنترل بدهی‌های دولت به بانک مرکزی، کنترل رشد نقدینگی، تثبیت نرخ ارز، محدود شدن رشد شاخص قیمت کالاها و وارداتی و همچنین کاهش محدودیت‌های واردات که به افزایش عرضه کالاها و خدمات وارداتی و افزایش عرضه کالا در داخل انجامید از مهم‌ترین عوامل کنترل تورم در سال اخیر بوده است. به طوری که میانگین نرخ تورم از 32/2٪ در دوره 72-75 به 26/8 درصد، در دوره 76-79 کاهش یافت. پیش‌بینی می‌شود که در سال 1380 نرخ تورم به 15٪ تا 17٪ برسد.

11. تراز بازرگانی کشور در سال 1379 حدود 11/7 میلیارد دلار مثبت می‌باشد.

صادرات نفتی و غیر نفتی جمعاً به 24/1 میلیارد می‌رسد و کل واردات کشور 12/1 میلیارد دلار می‌باشد.

12. جمعیت کشور در سال 1380 بالغ بر 65/8 میلیون نفر برآورد می‌شود.

- 58٪ جمعیت سال 1380 متولدین پس از انقلاب اسلامی هستند.
- 11/2٪ جمعیت در سال جاری کمتر از 5 سال سن دارند.
- 9/3٪ جمعیت سال 80 بین 5 تا 9 سال سن دارند.
- 12/9٪ جمعیت سال 80 بین 10 تا 14 سال سن دارند.
- 13/7٪ جمعیت جمعیت سال 80 بین 15 تا 19 سال سن دارند.
- 10/8٪ جمعیت کشور در سال 80 کمتر از 30 سال سن دارند.
- در مجموع 0/66 جمعیت سال 1380 کمتر از 30 سال سن



- دارند که بیشترین تعداد در گروه سنی 17 سالگی متمرکز می‌باشند.
- جمعیت شهرنشینی کشور از 57٪ در سال 1370 به 65٪ در سال 1378 رسیده است.
- تعداد جمعیت روستانشین کشور از 43٪ در سال 1370 به 35٪ در سال 1378 رسیده است.
- تعداد خانوارهای کشور از 10/78 میلیون نفر در سال 70 به 13/6 در سال 1378 رسیده است.
- متوسط تعداد اعضای هر خانوار در سال 1378 به 4/6 رسید.
- جمعیت فعال کشور در سال 1380 با نرخ مشارکت 29/8٪ حدود 19/1 میلیون نفر برآورد می‌شود.
- جمعیت شاغل در این دوره حدود 17/2 میلیون نفر برآورد می‌شود.
- نرخ بیکاری به علت تأخیر در رشد نرخ اشتغال در مقایسه با نرخ رشد عرضه نیروی کار، رکود سال‌های 76 و 77، کاهش حجم سرمایه‌گذاری در کشور، ورود سیل جوانانی که با افزایش رشد جمعیت در ابتدای انقلاب هم‌اکنون به بازار کار وارد می‌شوند، مرتباً افزایش داشته است. به طوری که در حال حاضر در آستانه سال 1380 مساله اشتغال به یکی از مهم‌ترین مشکلات کشور تبدیل شده.
- پیش‌بینی می‌شود که در سال 1380 در صورت عدم تحقق 763 هزار فرصت شغلی نرخ بیکاری به 16/2٪ برسد و باید توجه داشت که نرخ بیکاری در میان جوانان به مراتب بیشتر از نرخ متوسط است و براساس برخی برآوردها حدود 40٪ و بر اساس پیش‌بینی‌ها از این پس به طور متوسط سالانه 200 تا 250 هزار نفر فارغ‌التحصیل دانشگاهی خواهیم داشت که به نظر نمی‌رسد توان جذب بیش از 70.000 نفر را در شغل‌های مولد داشته باشیم.
- تعداد دانش‌آموزان، دانشجویان و معلمان و استادان دانشگاه‌ها در سال جاری حدود 23/5 میلیون نفر برآورد می‌شود. (یعنی حدود 36٪



جمعیت کشور سرگرم مساله آموزش هستند) افزایش نسبت دانشجویان دختر به پسر موضوع درخور توجه در بحث آموزش است. ضمن کامل شدن پوشش آموزش، جامعه در انتظار حضور نسلی جدید از مادران با سواد و تحصیل کرده است.

ب: تاثیر نتایج تحولات اقتصادی سال‌های اخیر در صنعت کفش

نظر به عدم دسترسی به اطلاعات کمی مکتوب و شفاف در خصوص صنعت کفش، متأسفانه امکان بررسی کمی تاثیر شاخص‌های کلان اقتصاد ایران برای صنعت کفش مقدور نمی‌باشد به همین دلیل نگارنده برخی از زمینه‌های مثبت آثار کیفی ناشی از تحولات اقتصاد ایران در سال‌های اخیر در صنعت کفش را مورد ارزیابی قرار می‌دهد.

1. گرایش تعداد بیشتری از تولیدکنندگان به تقویت تولیدات متنوع با کیفیت بالا پیش‌بینی می‌شود که در سال 1380 این گرایش ادامه داشته باشد.
2. افزایش تولیدات صادراتی و حضور در بازارهای بین‌المللی بخصوص آمادگی بیشتر بخش خصوصی برای ورود به بازار جهانی. انتظار می‌رود در سال 1380 به دلیل افزایش تولیدات داخلی و فرصت‌های بین‌المللی برای کفش ایران، سهم تولیدات صادراتی افزایش یابد.
3. گرایش تعداد بیشتری از تولیدکنندگان به تولید و عرضه کفش‌های مردانه ماشینی با زیره PU در نتیجه رشد فشارهای رقابتی در بین شرکت‌های متوسط و کوچک بخش خصوصی کفش در نتیجه کاهش حاشیه سود.
- پیش‌بینی می‌شود در سال جاری به دلیل ورود تولیدکنندگان جدید به این بازار خاص، تولیدات بیشتر با کیفیت‌ها و قیمت‌های متفاوت به بازار عرضه گردد.
4. رشد بی‌سابقه تولید و فروش صندل و سرپایی‌جات چرمی و غیر چرمی.

انتظار می‌رود در سال 1380 این روند با شتاب بیشتری ادامه داشته باشد.

5. توجه به برخی از شرکت‌ها به استفاده از دانش فنی روز در جهان انتقال تکنولوژی کفش از طریق حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی و خارجی، مذاکرات با متخصصان و کارشناسان خارجی، ارتباط با شبکه اینترنت، اهمیت دادن به مساله آموزش و مدیریت یادگیری، جذب نیروهای متخصص، جداسازی مسئله مالکیت و مدیریت، اهمیت مساله تبلیغات و تقویت نگرش مشتری گرایی.

در سال 1380 پیش‌بینی می‌شود پیوند صنعت کفش ایران و جهان در زمینه‌های مختلف از جمله انتقال تکنولوژی از رشد مناسبی برخوردار گردد.

6. رشد تولید سرپایی EVA.

7. تقویت سیستم‌های توزیع مستقیم کالا در برخی از شرکت‌های خصوصی.

8. بهبود اعتبارات بانکی و تقویت سیاست‌های انبساطی در زمینه پول و اعتبار.

با توجه به بودجه سال 1380 پیش‌بینی می‌شود سهم بخش خصوصی از اعتبارات بانکی افزایش یابد.

9. سرعت گرفتن رشد برخی از شرکت‌های خصوصی کوچک از برخی از شرکت‌های صاحب نام متوسط.

پیش‌بینی می‌شود در صورت عدم تحول جدی در ساختار مدیریتی برخی از این شرکت‌ها این روند ادامه داشته باشد.

10. تداوم روند افزایش سرمایه‌گذاری در زمینه خرید قالب و ماشین‌آلات توسط بخش خصوصی.

پیش‌بینی می‌شود که در سال جاری با توجه به رشد شرکت‌های ماشین‌سازی و قالب‌سازی در داخل کشور امکان ساخت تعداد بیشتری از



ماشین‌آلات و قالب‌های مورد نیاز صنعت کفش در داخل فراهم گردد.

11. رشد تولیدات «چهار فصل» در قبال «تولیدات فصلی»

12. آرامش نسبی در تورم قیمت کفش رد سال جاری.

انتظار می‌رود در سال 1380 در صورت آرامش سیاسی در جامعه و عدم افزایش شدید قیمت چرم به دلیل تاثیرگذاری جدی خروج چرم سبک و سنگین از ایران به همسایگان، ناشی از بیماری تب برفکی در خارج از ایران، آرامش نسبی در قیمت کفش همانند سال 79 تداوم خواهد داشت.

13. به دنبال تغییر مدیریت یکی از گروه‌های صنعتی برگ در سه ماه آخر سال 78، تغییر مدیریت در دو گروه صنعتی بزرگ کفشی دیگر در سه ماه آخر سال 79 نیز باعث ایجاد زمینه‌های مناسب در مسایل زیر می‌گردد:

تقویت نگرش مثبت در مدیریت و کارکنان این شرکت‌ها، توجه به مساله احیاء تولید با کیفیت و راه‌اندازی برخی از خطوط تولید کارخانجات، بهبود نسبی اعتبار تجاری، توجه به مساله دکوراسیون فروشگاه‌ها و ایجاد فروشگاه‌های گلچین، برنامه‌ریزی و اقدام در جهت تامین کالاهای مورد نیاز برای فروشگاه‌ها از منابع داخل و خارج گروه، تلاش در جهت تبدیل استراتژی «از دست دادن سهم بازار به همراه زیان» به استراتژی «بهبود نسبی در افزایش سهم بازار به همراه کاهش زیان» به عنوان انتخاب گزینه «بد» در قبال گزینه «بدتر»، تلاش در جهت اصلاح ساختار مالی، فنی، تشکیلاتی.

پیش‌بینی می‌شود که در سال 1380 شرکت‌های بزرگ کفش سهم بیشتری از بازار کفش ایران را نسبت به سال‌های گذشته به خود اختصاص دهند.

14. فقدان استراتژی صنعتی - بازرگانی در مجمع شرکت‌های بزرگ دولتی.

به دلیل انتخابات ریاست جمهوری در سال جاری و احتمال تغییرات در

- کابینه و سطوح مدیریتی کلان کشور از جمله مجامع برخی از این شرکت‌ها، انتظار می‌رود در سال جاری این مشکل همچنان باقی بماند.
15. وابستگی شدید تولید برخی از شرکت‌های کفش خصوصی به ویت‌ترین فروشگاه‌های شرکت‌های بزرگ.
- در کوتاه مدت به دلیل عدم تحول جدی در ساختار فنی - تکنولوژیکی شرکت‌های بزرگ و افزایش تولیدات بخش خصوصی و وجود شبکه‌های زنجیره‌ای فروشگاه‌های شرکت‌های بزرگ، این وابستگی در سال جاری شدت بیشتری به خود خواهد گرفت.
16. تغییر جغرافیایی مصرف و افت فروش فروشگاه‌های مرکز شهر شرکت‌های بزرگ که عموماً از سرقفلی بالا برخوردار هستند.
17. تغییر سلیقه مصرف‌کنندگان بخصوص جوانان از کفش‌های چرمی کلاسیک به کفش‌های چرمی با طرح اسپرت.
- پیش‌بینی می‌شود که تولیدات شرکت‌های بزرگ و برخی از شرکت‌های متوسط صاحب نام در سال جاری قادر به پاسخگویی به سلیقه در حال تغییر جوانان نباشند و گرایش خرید کفش از کفش‌های وارداتی و یا تولیدات برخی از شرکت‌های کوچک و متوسط داخلی که در جهت سلیقه جوانان حرکت می‌کنند در بین این قشر از افراد جامعه افزایش می‌یابد.
18. افزایش سهم واردات قانونی کفش به جای واردات قاچاق کفش.
- انتظار می‌رود که در سال 1380 به دلیل عدم صرفه اقتصادی برای واردکنندگان به دلیل تعرفه اعلام شده واردات قاچاق کفش از مناطق آزاد همچنان ادامه داشته باشد.
19. زمینه‌های مناسب برای تغییر سیاست خرید امانی به خرید قطعی به منظور تامین کالاهای با کیفیت بالا در فروشگاه‌های گلچین.
- پیش‌بینی می‌شود که در سال 1380 به دلایل گوناگون این تغییر



سیاست متوقف گردد.

20. تقویت واحد تحقیق و توسعه (R&D) در برخی از شرکت‌های کفش.

انتظار می‌رود در سال 1380 به دلیل مشکلات فروش ناشی از تولید و عرضه بیشتر کفش، واحدهای «تحقیق و توسعه» در برخی از شرکت‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار باشند.

21. گرایش برخی از تولیدکنندگان داخلی به اخذ لیسانس از شرکت‌های

خارجی با توجه به فرصت به وجود آمده در صنعت کفش جهان در مورد انتقال تولید کفش به کشورهای آسیایی و منطقه.

پیش‌بینی می‌شود که در سال جاری این گرایش در برخی از تولیدکنندگان داخلی تقویت گردد.

22. مقایسه شاخص نرخ تورم کل و شاخص تورم کفش در سال‌های 76 تا

79 نشان دهنده آن است که درصد تغییرات قیمت انواع کفش نسبت به تورم کل از سرعت کمتری برخوردار است.

پیش‌بینی می‌شود که در سال جاری با فرض ثبات سیاسی در جامعه و عدم تغییرات جدی در قیمت نفت این روند ادامه داشته باشد.

سال 1380 را در شرایطی آغاز می‌کنیم که فرصت‌ها و تهدیدهای صنعت کفش در آستانه ورود به دهه 80 با آنچه ما در دهه 70 و 60 تجربه کردیم متفاوت است. امروزه تصویر روشن‌تری از ابعاد مسایل اجتماعی و اقتصادی کشور رودرروی مدیران ما است. (البته این به معنای حل تمام مسایل و مشکلات صنعت نیست، صرفاً تأکید بر روشن شدن ابعاد صورت مساله است).

اقتصاد ایران و صنعت کفش در حال عبور از نقطه عطفی است و بخش خصوصی موفق در حال شکل‌گیری است. در بخش‌های تولیدی بهتر عمل می‌کند، در زمینه انتقال تکنولوژی و دانش فنی پیگیر است، در بخش‌های صادراتی سهمش بیشتر می‌شود، در بالا بردن کیفیت کالاها

بهتر عمل می‌کند و خوشبختانه رقابت‌پذیر است. به قولی فرمان اقتصاد ایران در میان مدت و بلند مدت در اختیار بخش خصوصی موفق قرار خواهد گرفت.

اما در کنار این وضعیت، مدیران اقتصادی کشور در واحدهای مختلف در دهه آینده با مسایل و مشکلات فراوان روبرو هستند.

به قول چارلز هندی نظریه‌پرداز مدیریت «مدیران امروز ما با سازمان‌هایی سروکار دارند که هیچ شباهتی به سازمان‌های گذشته ندارد، بازارهای شناور و موج‌جایگزین بازارهای ثابت و پایدار گذشته شده است. فرصت‌ها و راهبردهای جدید ظهور خواهند کرد. ساختارها و ارتباطات سازمانی به همراه زیرساخت‌های تکنولوژی جدید اطلاعات دگرگون شده که اگر خواست سهام‌داران و مشتریان را برای تحقق سریع دگرگونی به این سیاهه اضافه کنیم، آن وقت نفس مدیران واقعاً بند خواهد آمد.

این مسیر یک راهپیمایی ساده از یک نقطه به یک نقطه دیگر نیست. در این مسیر موانع شناخته شده و ناشناس بسیار است. رهرو این راه باید منتظر چالش و شکست باشد. وجه ممیزه آن زمین خوردن است اما باید برخاست و پیش رفت. انشاءالله.

در آستانه انتخابات هیئت مدیره جامعه عنوان شد:

13. جامعه صنعت کفش نیاز به یک خانه تکانی بزرگ دارد...^{۱۳}

علی لشگری عضو هیئت مدیره «جامعه» صنعت کفش در این زمینه معتقد است که هیئت مدیره دو دوره اخیر از سه گروه نامتجانس با دیدگاه‌های مختلف تشکیل شده بود که همین امر رسیدن به اهداف شانزده گانه اساسنامه را دشوار کرد. او گفت: تشکیل «جامعه» محصول شرایط اجتماعی - اقتصادی دهه 70 است.

لشگری افزود: از زمان تولد «جامعه» در سال 1372 تا کنون هیئت مدیره منتخب ترکیبی از سه گروه مدیران ارشد واحدهای دولتی (عمومی)، صاحبان کارخانه‌ها و کارگاه‌های خصوصی و مدیران و متخصصین صنعت کفش بوده است که این سه گروه هر کدام دیدگاه‌های خاص خودشان را داشته‌اند. او اضافه کرد: معمولاً مدیران دولتی چون دائماً تغییر می‌کنند حضور باثباتی ندارند و همین امر موجب برخورد ناپایدار آن‌ها با مسایل «جامعه» می‌شود.

عضو هیئت مدیره «جامعه» اظهار داشت: گروه متخصصین نیز چون معمولاً تابع تمایلات و نظرات دو گروه دیگر هستند، نمی‌توانند یک مجموعه باثبات و هدفمند را تشکیل دهند و از آن‌جا که این متخصصین لزوماً به صورت ثابت در صنعت کفش نمی‌مانند و یا در داخل صنعت جابجا می‌شوند پیش‌بینی می‌کنیم با تجاری که در این سال‌ها بدست آورده‌ایم ادامه همکاری این گروه با دو گروه دیگر در هیئت مدیره آینده تداوم نخواهد داشت.

لشگری گفت: از آن‌جا که ترکیب فعلی کارایی لازم را ندارد، در انتخابات هیئت مدیره جدید «جامعه» باید به سمت انتخاب یک ترکیب هماهنگ و متجانس برود و به نظر بنده باید یکی از سه گروه مذکور هدایت کار را برعهده

بگیرند، تا بتوانند با ارایه یک دیدگاه مشخص و یکدست «جامعه» را به سمت و سوی اهداف تعیین شده هدایت کنند. او اظهار داشت: از آن جا که گروه اول، مدیران دولتی و واحدهای عمومی هستند نمی توانیم این گروه را انتخاب کنیم چرا که آن ها مسایل و مشکلات روزمره فراوانی دارند و پیوسته در حال تغییر و تحول هستند. او ادامه داد: گروه سوم که متخصص هستند نیز چون همان طور که گفته شد معمولاً متأثر از دیدگاه ها و نظرات دو گروه قبلی هستند نمی توانند یک مجموعه کامل و کارآمدی را تشکیل دهند و از لحاظ مالی امکان تامین مشکلات مالی «جامعه» را ندارند. در نتیجه می ماند گروه دوم که صاحبان کارخانه ها و کارگاه های خصوصی هستند.

لشگری گفت: اصلاً درست این است که این ها گردانندگان اصلی «جامعه» باشند چرا که هر وقت مشکلاتی برای اداره صنعت کفش به وجود می آید این گروه هستند که باید آن را متحمل شوند زیرا دولتی ها که از سوی دولت حمایت می شوند و متخصصین هم که حسابشان جداست. او اضافه کرد: صاحبان کارخانجات و کارگاه های خصوصی در جهت حفظ منافع تولید کننده، هم پایداری، هم منافع و هم انگیزه بیشتری دارند.

او افزود: اکنون در آستانه انتخابات سومین هیئت مدیره، «جامعه» در موقعیت بسیار حساسی قرار دارد و باید برای ادامه حیات این نهاد یک تصمیم گیری درست انجام دهیم و راه رسالت «جامعه» را با توجه به مطالبات جدید و فضای رقابتی دهه 80 تعیین کنیم.

وی گفت: «جامعه» در حال حاضر نیازمند یک خانه تکانی بزرگ است و نوسازی و تحول در بیش هیئت مدیره «جامعه» می تواند آینده امیدوار کننده ای را جلوی چشم ما متصور کند.

او افزود: بنده به عنوان عضو هیئت مدیره ادامه حرکات گذشته را در شرایط فعلی خیلی موفق نمی بینم و ادامه موضع گذشته به معنی حفظ کارایی اندک است. لشگری گفت: البته نباید از حق بگذریم که در دو سال گذشته این هیئت مدیره قدم های بیسار مثبتی برداشته و در معرفی «جامعه» به نهادهای تصمیم گیر



برقراری ارتباطات موثر حرکات مفیدی صورت گرفته است. او افزود: لازم است گفته شود خیلی از دوستانی که به عملکرد هیئت مدیره انتقاد می‌کنند، به خاطر این است که مفاد اساسنامه را خوب نمی‌دانند.

لشگری در توضیح این موضوع گفت: «جامعه» تشکیل نشده که به صورت صنفی عمل کند و به فرض، مشکلات ارزی کارخانجات را حل کند بلکه وظایف مشخص شده‌ای برای آن در اساسنامه گنجانده شده که باید به دنبال آن‌ها می‌رفت. حال این که چقدر در رسیدن به آن وظایف و اهداف موفق بوده بحث دیگری است.

او گفت: به هر تقدیر با انتظاراتی که دوستان از «جامعه» دارند باید در وهله اول اساسنامه را مورد بازنگری قرار دهند و ماموریت‌های جدیدی را متناسب با شرایط اجتماعی - اقتصادی صنعت برای «جامعه» تعریف نمایند در غیر این صورت این که انتظار داشته باشیم این «جامعه» با اساسنامه فعلی و ترکیب ناهماهنگ هیئت مدیره، مشکلات صنفی صنعت را حل کند انتظار نابجایی است.

لشگری ادامه داد: البته به نظر بنده هیئت مدیره در رسیدن به اهدافی که در اساسنامه مشخص شده به دلیل محدودیت‌های فراوان و دلایل فوق‌الذکر خیلی موفق نبوده و فقط در مواردی به طور نسبی پیش رفتیم و آن‌چه گفته می‌شود این هیئت مدیره به صورت تشریفاتی و صوری عمل کرده ریشه در همان عدم سنخیت گروه‌های تشکیل دهنده هیئت مدیره دارد.

14. حضور موثر در نمایشگاه‌های تخصصی، قدرت چانه‌زنی صاحبان صنایع کفش را افزایش می‌دهد^{۱۴}

یکم تا پنجم بهمن ماه سال جاری صنایع نساجی، چرم و کفش کشور شاهد وقوع رویدادی است که توجه خاص دست‌اندرکاران این صنایع و بالاخص صنعت کفش به آن می‌تواند دست‌آوردهای قابل توجهی را به همراه داشته باشد. برگزاری دو نمایشگاه در زمینه ماشین‌آلات و صنایع نساجی، چرم و کفش در روزهای یاد شده، بستر مناسبی را برای طرح مسایل، توانمندی‌ها و تهدیدهای بالقوه این صنایع فراهم کرده است.

اگر چه عدم درج نام صنعت کفش در عناوین نمایشگاه‌های یاد شده از بی‌مهری یا بی‌توجهی مسئولین برگزاری نمایشگاه و همچنین لابی ضعیف دست‌اندرکاران صنعت کفش در این نمایشگاه می‌تواند بار دیگر موجودیت صنعتی را که قدمتی هم‌پای صنایع هم خانواده خود دارد خاطر نشان کرده و زمینه‌های بازاریابی برای این صنعت دیرپا را فراهم نماید.

استراتژی بازاریابی بر سه اصل خودشناسی، رقیب‌شناسی و مشتری‌شناسی استوار است. حضور هدفمند در نمایشگاه‌های تخصصی که توجه اکثر فعالان اقتصادی در آن زمینه را به خود جلب می‌کند یکی از بهترین راه‌های تحقق این اصول است. برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی در کشورهای صنعتی با اهداف خاصی صورت می‌گیرد که مهم‌ترین آن شناسایی امکانات صنایع داخلی به مصرف‌کنندگان آن در کشورهای دیگر و راهیابی به بازارهای جهانی است اما برگزاری نمایشگاه‌هایی از این دست در کشور ما در سال‌های اخیر و به ویژه تدارک برگزاری دو نمایشگاه ماشین‌آلات و صنایع نساجی، چرم و کفش در بهمن

14. نشریه صنعت کفش، شماره ۵۷-۵۸، آذر و دی ۸۰.



ماه سال جاری حائز نکاتی است که به اهم آن اشاره می‌شود.

1. برگزاری نمایشگاه بدون برپایی همایش‌های تخصصی در کنار آن که آخرین دست‌آوردهای علمی، صنعتی و اقتصادی صنعت کفش را با حضور کارشناسان و صاحبان صنایع بررسی کند و به تدوین آن دست یازد رویدادی ناتمام است که تجربیات دست‌اندرکاران آن نمایشگاه را در فرهنگ شفاهی موجود به بوته فراموشی خواهد سپرد.
2. مقایسه نمایشگاه‌های تخصصی سال‌های اخیر با مشابه آن‌ها در کشورهای منطقه و جهان نشان دهنده فاصله بسیار زیاد ما با کشورهای یاد شده در زمینه صنایع کفش و نحوه برگزاری نمایشگاه می‌باشد.
3. اتحادیه صادرکنندگان و تولیدکنندگان کفش در نمایشگاه‌های کشورهای همجوار حضوری پر قدرت دارند که متأسفانه این حضور در مورد کشور ما بسیار کم‌رنگ و در حد صفر است.
4. در حالی که در برنامه سوم توسعه استراتژی «توسعه صادرات» جای سیاست «جایگزینی واردات» را گرفته است اما هنوز تولیدکنندگان کفش در ایران همان سیاست جایگزینی واردات و نگاه به درون را دنبال می‌کنند که این امر در تناقض با سیاست‌های برنامه سوم است و یکی از علل عقب‌افتادگی صنعت کفش ما به شمار می‌رود.
5. حرکت پراکنده برخی از تولیدکنندگان برای صادرات در سال‌های اخیر قابل تقدیر است اما عدم حضور این تعداد از تولیدکنندگان کفش در نمایشگاه‌های تخصصی پرسش برانگیز است. اگر چه به نظر می‌رسد این امر ناشی از دیدگاه سنتی دولتی دیدن و دولتی بودن نمایشگاه‌ها است و تلقی تولیدکنندگان از بی‌خاصیتی چنین نمایشگاه‌های را گوشزد می‌کند اما با توجه به این که بخش خصوصی موتور توسعه صنعت کفش می‌باشد، عدم حضور آن‌ها در نمایشگاه قابل توجیه نیست.
6. به نظر می‌رسد اگر برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی در آینده با همکاری جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش و انجمن صنایع چرم ایران

- صورت گیرد حضور بیشتر تولیدکنندگان و متخصصین را فراهم و زمینه تخصصی شدن هرچه بیشتر نمایشگاه را فراهم خواهد کرد.
7. بررسی روند حضور شرکت‌های تولیدکننده کفش در نمایشگاه‌های دو دهه گذشته نشان می‌دهد که پس از دهه 60 که شرکت‌های بزرگ کفش حضوری موثر در نمایشگاه داشته‌اند با بروز مشکلاتی، این شرکت‌ها جای خود را به شرکت‌های متوسط در دهه 70 داده‌اند و در نیمه دوم دهه 70 با کم‌رنگ شدن حضور شرکت‌های متوسط شاهد حضور شرکت‌های کوچک در نمایشگاه هستیم.
8. بین‌المللی کردن نمایشگاه تخصصی می‌تواند ضمن هشدار به صنایع داخلی، فرصت‌های موجود برای ورود این صنعت به بازارهای جهانی را نیز فراهم کند. این امر در راستای سیاست «مدیریت واردات» و اصل رعایت حقوق مصرف‌کننده قابل ارزیابی است.
9. مسئولین امر می‌توانند با ایجاد امکانات لازم برای بازدید خریداران خارجی در زمینه توسعه صادرات در بخش صنعت کفش و چرم را فراهم نمایند.
10. بازدید مسئولین دولتی از نمایشگاه نیز می‌تواند این امکان را به صنعت‌گران بدهد تا مسایل مبتلا به صنعت را مستقیماً با آنان در میان بگذارند.
11. شرکت‌سپه‌امی نمایشگاه‌ها با تبلیغات بیشتر در مورد برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی چرم و کفش می‌تواند زمینه‌ساز آشنایی بیشتر مردم با صنایع کفش کشور باشد.
12. به نظر می‌رسد اگر حداقل اعضای هیئت مدیره جامعه مدیران و تعدادی از شرکت‌هایی عضو «جامعه» حضوری موثرتر در نمایشگاه‌های تخصصی داشته باشند و حتی بدون ارایه مدل‌های جدید کفش خود تنها در حد اجاره غرفه نیز در برگزاری نمایشگاه مشارکت نمایند، شور و نشاط بیشتری در برگزاری نمایشگاه به وجود خواهد آمد و قدرت چانه‌زنی این



صنعت را در مقایسه با صنایعی چون خودروسازی و نساجی افزایش خواهد داد. عدم حضور فعالان صنعت کفش در نمایشگاه‌های تخصصی باعث تضعیف چانه‌زنی آن‌ها در میان مسئولان خواهد شد.

13. و بالاخره این‌که حضور هدفمند و مستمر دست‌اندرکاران صنعت کفش در نمایشگاه‌های تخصصی و بالاخص نمایشگاه‌های اخیر می‌تواند به انباشت تجربیات گرانقدری منجر شود که نتیجه آن هرچه پربارتر شدن برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی در آینده خواهد بود.

15. مصاحبه مدیران جامعه صنعت کفش با شبکه خبر سیما^{۱۵}

✧ آقای لشگری با تشکر از شما به خاطر حضور در این مصاحبه لطفاً بفرمایید وضعیت صنعت کفش کشور را در حال حاضر چگونه ارزیابی می‌کنید.

- بسم الله الرحمن الرحيم. اجازه بدهید قبل از این که وضع صنعت کفش در ایران را مورد بررسی قرار بدهیم. یک تصویر کلی از وضعیت تولید کفش در جهان براساس آمار سال 1999 ارائه دهم. در سال یاد شده حدود 11/5 میلیارد زوج کفش در جهان تولید شد که سهم آسیا حدود 73 درصد بود و سهم ایران اعم از کفش‌های دست‌دوز و ماشینی مجموعاً 160 میلیون زوج کفش بوده است. این میزان 1/6 تولید جهانی کفش است. به عبارت دیگر مطلب مهمی که وجود دارد این است که در 10 سال آینده قطب اصلی تولید کفش در جهان، کشورهایی مثل چین، اندونزی، پاکستان، هند، ایران، ویتنام، آمریکای جنوبی و اروپای شرقی هستند که این کشورها به دلیل انرژی و نیروی انسانی ارزان و تولید انبوه کفش به عبارتی رسالت تولید کفش در 10 سال آینده را در جهان خواهند داشت. معنی این حرف این است که ما یک فرصت جهانی یافته‌ایم که سهم صادرات خود را در جهان بالا ببریم. اگر میزان صادرات کفش کشور را در سال 79 بررسی کنیم که در حدود 65 میلیون دلار بوده در مقایسه با صادرات غیرنفتی کشور در همان سال سهم صادرات کفش در صادرات محصولات صنعتی کشور حدود 5/4 درصد است. پس یکی از سیاست‌هایی که در آینده می‌توان آن را پیگیری کرد بالا بردن سهم ایران در تولید جهانی است و دیگری بالا بردن سهم صادرات کفش در کل صادرات غیرنفتی کشور است. مطلب دیگر سرانه مصرف کفش است.

سرانه مصرف کفش در کشورهای آمریکای شمالی حدود 6 زوج کفش در



سال است. در اروپا حدود 5 زوج و در آسیا بین یک تا دو زوج است. مثلاً هنگ کنگ 5/5 تا 6 است و بنگلادش حدود یک زوج است. براساس برآورد کارشناسان سرانه مصرف کفش در ایران بین 1/5 تا 2 زوج است که با در نظر گرفتن حدود 65 میلیون جمعیت کشور ما چیزی حدود 120 میلیون زوج کفش مصرف خواهیم داشت.

با توجه به تولید کارخانجات کفش ماشینی و دستی که حدود 160 واحد است. این موضوع را به ما گوشزد می کند که تولید کفش در ایران بیش از مصرف آن است. از طرف دیگر همان طور که گفته شد سهم ما در تولید جهانی پایین است و در 10 سال آینده باید جایگاه خود را در صنعت کفش دنیا بالا ببریم. برای پاسخ به این مسئله باید سهم کفش در هزینه خانوار را مورد توجه قرار دهیم. به عبارت دیگر باید تابع تقاضا در صنعت کفش مورد بررسی قرار گیرد. متأسفانه طبق بررسی هایی که در سال 79 در مرکز آمار ایران انجام شده سهم کفش در هزینه خانوارهای شهری حدود 2/3 درصد بوده است. و این امر شاید یکی از علت های اصلی این مسئله است که علی رغم این که ما باید تولید بیشتری داشته باشیم به دلیل سرانه پایین مصرف کفش که علت آن پایین بودن قدرت خرید مردم است. تولید ما نمی تواند افزایش یابد. که باید در این مورد تمهیداتی اندیشیده شود. ما فکر می کنیم مصرف کننده ایرانی در رابطه با مصرف کفش اطلاعات زیادی ندارد. یعنی لزوماً علت پایین بودن مصرف سرانه کفش، قدرت پایین خرید نیست. موضوع اطلاعات مصرف کننده هم می تواند علت دیگر این مسئله باشد. مثلاً کفشی که در کوه از آن استفاده می شود با کفشی که در خیابان مورد استفاده قرار می گیرد باید متفاوت باشد. در حالی که در ایران تفاوت زیادی بین مصرف کفش در این دو مکان دیده نمی شود.⁷⁹

در صورتی که هر کدام از این نوع کفش ها باید در جای خودش مورد استفاده قرار گیرد.

در مورد مسئله قاچاق کفش باید عرض کنم که واردات کفش تا اواخر سال 1379 ممنوع بوده است. از اواخر سال 79 واردات کفش با تعرفه 500 درصد

آزاد شده است. به دلیل بالا بودن نرخ تعرفه همواره قاچاق کفش به خصوص از مبادی ورودی کشور مثل مناطق آزاد، همراه مسافر، بازارچه‌های مرزی و مجوزهای خاص، صورت گرفته است و این نوع واردات به نام شبه قاچاق معروف است.

✧ یعنی در واقع در این جا با ضعف مدیریت در واردات مواجه هستیم.

- اعتقاد جامعه صنعت کفش این است که از واردات کفش نمی‌توان جلوگیری کرد چون یک امر قانونی است و در برنامه سوم توسعه هم بر آن تاکید شده است. آن چیزی که ما می‌توانیم به عنوان یک راهکار به آن فکر کنیم بحث مدیریت واردات است. یعنی حداقل بررسی شود که این کفش‌های وارداتی دارای چه مشخصات فنی است. کیفیت آن چگونه است قیمت آن به چه صورتی است و غیره که در این مورد ما می‌توانیم مشاور خوبی برای گمرک باشیم.

مهم‌تر از این مباحث بحث، خدمات بعد از فروش است. یعنی اگر کفش وارد شد و مصرف کننده نتوانست از آن استفاده کند و امکان تعویض آن هم نبود مدیریت این موضوع با چه کسی است؟ و چه کسی باید جوابگوی این مسئله باشد. باید اقداماتی صورت بگیرد تا مصرف کننده به منافع خود آگاه شود و بداند که در جریان واردات منافع او نیز حفظ خواهد شد. چون موضوع واردات باید هم از زاویه منافع دولت، مصرف کننده و تولیدکننده دیده شود.

شاید تولیدکننده علاقه‌ای به واردات نداشته باشد. اما دولت به لحاظ مصالح مملکتی مبادرت به واردات می‌کند. در این جا باید مدیریتی طراحی شود که هم مصرف کننده سود ببرد و هم واردات منجر به ارتقاء تکنولوژی شود و حداقل ورود کفش در چارچوب قراردادهایی صورت بگیرد که نتیجه آن بالارفتن تکنولوژی تولید کفش در کشور باشد.

✧ جناب آقای لشگری یکی از دلایلی که مصرف کنندگان داخلی مایل هستند از کفش‌های خارجی استفاده کنند به روز نبودن تولیدات داخلی است. در این زمینه چه اقداماتی صورت گرفته است؟

- ببینید جامعه ما در 20 سال گذشته تغییرات عمده‌ای کرده است. یکی از



مهم‌ترین این تغییرات جوان شدن ترکیب نسبی جمعیت است. جوان شدن به اضافه شهرنشینی و تحصیلات در دنیایی که دنیای ارتباطات نام گرفته است ارضای سلايق مشتري را به امري پيچيده تبديل کرده است.

در حال حاضر از 120 ميليون زوج کفش توليد شده طبق آمار سال 79 در کارخانجات شناسنامه‌دار کشور سهمی معادل 8 ميليون زوج کفش به شرکت‌های دولتی تعلق دارد. و بقيه آن متعلق به شرکت‌های خصوصی است. این امر نشان می‌دهد که موتور توسعه کفش کشور در دست بخش خصوصی است. بخش خصوصی ما هم براساس تجربه‌ای که داریم خیلی بر روی مسایل تحقیق و توسعه کار نمی‌کند.

✧ پس ضعف ما مسئله تحقیق و توسعه در صنعت کفش است؟

- در حقیقت ما شناخت واقعی از نیاز مصرف کننده نداریم پیوند واحدهای توزیع کفش در کشور که 10 الی 12 هزار واحد برآورد می‌شود با کارخانجات دولتی پیوندی دوجانبه نیست. به همین دلیل کالای کارخانجات ما در مغازه‌ها دچار مشکل می‌شوند. مغازه‌دارهای ما هم دچار مشکل می‌شوند زیرا ما حتی نیازهای سایر مصرف کنندگان را هم نمی‌دانند. سلیقه‌های مختلف شناسایی نشده است. و هنوز حال و هوای تفکر تولیدات انبوه در کارخانجات ما حاکم است. در چند سال گذشته البته جهشی در صنعت کفش کشور ایجاد شده است. و نوید می‌دهد که انشاء... کارخانجات به سمت نیازهای مصرف کننده حرکت کنند. این مسایل نیازمند تحقیقات بازاریابی است. همین‌طور نیازمند سرمایه‌گذاری مستمر در ساخت قالب و خرید ماشین‌آلات جدید. یک عامل ظریف‌تر این که صنعت کفش ما به لحاظ سواد نیروی انسانی بسیار پایین است. یعنی یکی از ضعف‌های صنعت کفش کشور پایین بودن نرخ سواد نیروی انسانی است. شاید حدود یک درصد از نیروی انسانی شاغل در صنعت کفش تحصیلات دانشگاهی داشته باشند. خود این مسئله عامل مهمی است که باعث می‌شود این نیروها نتوانند علایق و نیازهای مصرف کننده را در یابند و دائم با آن حرکت کنند.

شرکت‌های دولتی ما هم به دلیل گرفتاری‌های روزمره فرصت این کار را

نداشته‌اند. و شاید در این میان بتوان یک متولی یافت که بتواند برروی مسئله تحقیق و توسعه یک کار جدی و اصولی انجام بدهد. قاعدتاً این متولی می‌تواند جامعه صنعت کفش کشور باشد.

✧ در حال حاضر چند واحد تولید کننده کفش در کشور وجود دارد؟

- در حال حاضر 499 واحد تولید کفش دارای پروانه در کشور فعالیت می‌کنند که از این تعداد 15 واحد بزرگ آن کارخانجات دولتی می‌باشند و بقیه آن شرکت‌های خصوصی هستند حدود 20 تا 25 هزار واحد صنفی دست‌دوز وجود دارد که اگر هر کدام چهار نفر نیروی انسانی را به کار گرفته باشند رقمی حدود یک صد هزار نفر نیروی انسانی در این واحدها مشغول به کار هستند. و واحدهای شناسنامه‌دار تحت نظارت وزارت صنایع و معادن هم حدود 16 هزار نفر نیروی انسانی در خود جای داده‌اند که جمع آن‌ها 116 هزار نفر می‌شود اگر به این آمار واحدهای توزیع کفش را هم که حدود 12 هزار واحد است اضافه کنیم رقم خیلی بالایی خواهد بود که نشان دهنده نقش صنعت کفش در میزان اشتغال در کشور است.



16. مقدمه‌ای بر تدوین استراتژی توسعه صنعت کفش ایران^{۱۶}

خردمند آن است که چون کارش پدید آید، همه رای‌ها را جمع کند و به بصیرت در آن نکرد تا آن چه صواب است. از او بیرون کند و دیگر را یله کند. همچنان که کسی را دیناری گم شود اندر میان خاک، اگر زیرک باشد، همه خاک را که در آن حوالی بود جمع کند و به غربالی فروگذارد تا دینار پدید آید.

«ابوسعید ابوالخیر»

به نام خدا

سومین سال اجرای برنامه سوم توسعه (83-79) را در حالی آغاز می‌کنیم که ضرورت انجام اصلاح ساختار صنعتی به عنوان اصلی‌ترین راهبرد در بین دست‌اندرکاران امور اقتصادی کشور و صاحبان صنایع و متخصصین هر صنعت مطرح است.

در سال‌های بعد از انقلاب به دلایل متعدد از جمله: درهم ریختگی ناشی از طبیعت انقلاب، جنگ تحمیلی، نوسانات سیاسی، اقتصادی، بی‌ثباتی قوانین و مقررات و فضای نامساعد حاکم بر سرمایه‌گذاری از یک طرف و تغییرات عمده در فضای بین‌المللی از جمله پدیده جهانی شدن، فرو ریختن مرزهای گمرکی، تشدید فضای رقابتی از سوی دیگر شاهد آسیب‌دیدگی جدی بخش صنعت در اقتصاد ایران می‌باشیم.

امروزه اصلاح ساختار صنعتی مفهومی فراتر از بازسازی فیزیکی و سخت‌افزاری چند کارخانه قدیمی و یا فرسوده را دارد. تجربیات و نظرسنجی‌ها حاکی از آن است که نوسازی فیزیکی حتی اصلاح ساختار مالی شرکت‌ها و واحدهای صنعتی صرفاً هنگامی ثمربخش خواهد بود که این اقدام‌ها به موازات اصلاحات مربوط به



افزایش توان و عملکرد رقابتی و ارتقاء ظرفیت‌های مدیریتی، سازماندهی تکنولوژیکی و بازاریابی صورت گیرد و موفقیت اصلاح ساختار نیز مستلزم آن است که سیاست‌های کلان اقتصادی به گونه‌ای طراحی شوند که محیط مناسب و سازگار بایبائی برای کسب و کار و تولید فراهم شود و در نهایت اصلاح ساختار صنعتی با هدف رقابتی شدن صنایع مورد توجه قرار گیرد و قبل از فراهم شدن محیط سازگار با فعالیت‌های تولیدی و سازوکارهای تلاش رقابتی، از تخصیص منابع ملی به صورت گزینشی پرهیز شود.

اصلاح ساختار صنعتی کاری است که توسط مدیران و صاحبان صنایع انجام می‌شود و دولت باید محیطی را فراهم سازد تا مدیران و صاحبان صنایع خود به این امر همت گمارند. دولت به عنوان نقش آفرین اصلی در «مدیریت فضای کسب و کار» با شناسایی و برداشتن مشکلات و عوامل اصلی بازدارنده از سر راه و تبدیل فضای بازدارنده به فضای پیش‌برنده می‌تواند نقش اصلی را ایفا کند.

به نظر اکثر صاحب‌نظران اگر دولت عناصر تشکیل دهنده فضای فعالیت‌های اقتصادی را اصلاح کند و پویایی صنایع در این فضا را امکان‌پذیر سازد کلیدی‌ترین نقش و مسئولیت خود را انجام داده است.

بنابراین ضرورت ایجاد ارتباط سازمان یافته و منسجم بین دو سطح اصلی مدیریت، «مدیریت فضای کسب و کار» و «مدیریت انجام کسب و کار» در این امر مهم دقت در عدم مداخله و جابجایی مسئولیت‌ها از ضرورت‌های اصلی و اثربخش به شمار می‌روند براین اساس نگارنده امید دارد که براساس مطالعات و بررسی‌های انجام گرفته از منابع گوناگون «از جمله گزارش بررسی وضعیت صنعت کفش، مشکلات، راهکارها» از انتشارات معاونت امور تولید دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنایع و معادن و طرح «نوسازی صنایع کشور» از انتشارات وزارت صنایع و معادن و بررسی‌های تحقیقاتی از کنفدراسیون صنعت ایران و تجربیات طولانی در مسئولیت «خدمتگزاری» در بخش‌های عمومی و خصوصی این صنعت یافته‌های ذهنی خود را در چارچوب اعتقادات «حرفه‌ای»، «نظری»، «کارشناسی» و «تجربی» تقدیم حضورتان نماید و توانسته باشد رؤس برخی از «فرصت‌ها» و





«تهدیدهای» محیطی صنایع کشور و اقتصاد ایران را در سال جاری به همراه برخی از نقاط «قوت» و «ضعف» صنعت کفش در حال حاضر به همراه پیشنهادات لازم فهرستوار مطرح نماید تا انشاء... طرح این موضوع مقدمه‌ای باشد تا با همکاری مشترک صاحبان صنایع کفش، مدیران، متخصصین و کلیه دست‌اندرکاران از جمله اعضای هیئت مدیره محترم جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران «شاهد تدوین استراتژی توسعه صنعت کفش» در چارچوب «استراتژی توسعه صنعتی کشور» و اصلاح ساختار صنعتی و نوسازی صنایع به معنای واقعی کلمه در واحدهای تولیدی باشیم.

الف: برخی از فرصت‌های محیطی در اقتصاد و صنایع کشور

1. احداث هزاران کیلومتر جاده در سراسر کشور و بهبود بخشیدن به وضعیت راه‌های ارتباطی در سراسر کشور و برخورداری 72 درصد از جمعیت روستایی از راه مناسب.
2. توسعه شبکه راه‌آهن ایران و اتصال به کشورهای آسیای میانه و دریای عمان.
3. افزایش تعداد فرودگاه‌ها در نقاط مختلف به 45 فرودگاه.
4. خودکفایی در صنعت سیمان و صنایع ساختمانی.
5. خودکفایی در زمینه فلزات اساسی مانند آهن، فولاد، مس، روی و آلومینیوم.
6. احداث نیروگاه‌های برق و افزایش ظرفیت تولید محصولات پتروشیمی به بیش از 15 میلیون تن.
7. احداث بیش از 20 سد و در دست احداث بودن 62 سد جدید.
8. هوشیاری دولت و مردم نسبت به بحران جدی آب و آغاز حرکت به سوی مدیریت منابع آب.
9. هوشیاری دولت و مردم نسبت به بحران اتلاف منابع انرژی و ترویج



تفکر بهینه‌سازی مصرف سوخت.

10. ارتقای سطح بهداشت عمومی و افزایش میزان دسترسی به آب آشامیدنی، بهداشتی در شهرها و روستاها و برخورداری بیش از 84 درصد روستاها از آب آشامیدنی.

11. ارتقای سطح پوشش مراقبت‌های بهداشتی به تمام شهرها و 90 درصد جمعیت روستایی.

12. افزایش نرخ امید به زندگی به 70 سال در سال 1379.

13. افزایش شاخص باسوادی به 83/7 درصد در سال 1378.

14. افزایش جمعیت شهرنشین به 65 درصد در سال 1378.

15. افزایش تعداد دانش‌آموزان دوره‌های ابتدایی و متوسطه به بیش از 18/5 میلیون نفر.

16. افزایش تعداد دانشجویان به بیش از 77 میلیون نفر.

17. تداوم استراتژی آزادسازی اقتصادی از جمله لغو کامل پیمان ارزی برای صادرات غیر نفتی، تعرفه‌ای کردن بازرگانی خارجی، یکسان‌سازی عملی نرخ از انضباط مالی دولت در خودداری از میل به هزینه کردن همه مازاد ارزی کشور.

18. کاهش بدهی‌های خارجی و افزایش ذخایر کشور و رفع محدودیت تامین نیازهای صنعتی.

19. مهار شدن نرخ تورم و آغاز دوره کاهش نرخ سود تسهیلات بانکی.

20. تبدیل نظام قیمت‌گذاری اداری به اصول قیمت‌گذاری اقتصادی برای افزایش قدرت انعطاف واحدهای تولیدی.

21. کمرنگ شدن راهبرد جایگزینی واردات به عنوان عامل اصلی رانت‌جویی و شکل‌گیری قاچاق کالا.

22. آمادگی مدیران شایسته صنعتی برای تلاش خستگی‌ناپذیر در فضای





رقابتي و اعمال مدیریت علمی.

23. اشتیاق مدیران و کارآفرینان صنعتی برای ریسک‌پذیری و از خودگذشتگی در پاسخ به اقدامات انجام شده در حذف زمینه‌های رانت‌جویی.

24. هوشیاری دولت و مسئولان نظام نسبت به ضرورت تحول در مدیریت بخش عمومی و اصلاح ساختار اداری دولت و کاهش تصدی دولت در فعالیت‌های اقتصادی.

25. هوشیاری ملی نسبت به ضرورت تقویت وحدت ملی و وفاق اجتماعی.

ب: برخی از تهدیدات محیطی در اقتصاد و صنایع کشور

1. فقدان استراتژی مناسب اقتصادی و صنعتی دراز مدت.
2. وجود عوارض متنوع و تعدد مراکز وصول.
3. محدود بودن توان رشد بانکی در تامین منابع مالی.
4. ناتوانی سیستم بانکی و اعتباری و عقب ماندگی آن نسبت به نظام مالی و بانکی جهان.
5. ناهماهنگی سیاست‌های اقتصادی و سیاست‌های صنعتی.
6. سلطه انحصارات به خصوص انحصارات دولتی و شبه دولتی بر تولید صنعتی و نبود فضای رقابتی.
7. نبود آمار و اطلاعات و ضعف نظام آماری.
8. دخالت گسترده دولت در اقتصاد به طوری که گسترش نقش دولت موجب آمیختگی اعمال حاکمیت و تصدی دولت در اقتصاد شده است.
9. وجود قوانین و مقررات دست و پاگیر که مانع رشد تولید اقتصادی می‌باشد.
10. بی‌ثباتی قوانین و مقررات و سیاست‌های اقتصادی کشور.
11. نگرش سیاسی به بنگاه‌های اقتصادی به خصوص در بخش‌های دولتی.

12. ناکافی بودن مقررات و پوشش بیمه بیکاری.

13. ناکارآمد بودن سیستم بیمه همگانی و نظام تامین اجتماعی.

14. عدم نظم و کنترل در واردات به طوری که در حال حاضر علاوه بر «قاچاق» از مبادی غیر رسمی، مبادی ورودی و قانونی در کشور وجود دارد که به صورت «شبه قاچاق» از این مبادی می‌توان کالا وارد نمود مانند مناطق آزاد، بازارچه‌های مرزی، صادرات از طریق تعاونی‌های مرزنشینان، مناطق ویژه حفاظت شده، واردات موسوم به «ته لنجی» واردات در مقابل صادرات، واردات توسط کارگران و ایرانیان شاغل در خارج از کشور، واردات برخی از کالاها بدون انتقال ارز و واردات مسافری.

15. فراهم نبودن پیش نیازهای سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی.

16. کمبود زیرساخت‌های مناسب برای جذب علم و تکنولوژی.

17. نحوه نگرش به حل مساله اشتغال و نظام حقوق‌بگیری به طوری که بجای انتظار و بازدهی اقتصادی از صنعت توقع حل مشکل بیکاران را داریم.

18. افزایش نرخ بیکاری بخصوص افزایش این نرخ در بین جوانان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و زنان.

ج: برخی از نقاط قوت در صنعت کفش ایران

1. بالا بودن سهم بخش خصوصی در تولیدات انواع پایپوش در کشور.

2. روند رو به افزایش سهم صادرات کفش و چرم در صادرات صنعتی و صادرات غیرنفتی در سال‌های اخیر.

3. افزایش تولیدات صادراتی و حضور بیشتر در بازارهای بین‌المللی.

4. توجه تعداد بیشتری از واحدهای تولیدی کفش به استفاده از دانش فنی روز جهان.



5. استفاده تعداد بیشتری از واحدها از شبکه اینترنت و بهره‌گیری از امکانات فراوان آن در زمینه‌های مختلف.
6. سرعت گرفتن رشد برخی از شرکت‌های متوسط و کوچک در مقایسه با شرکت‌های بزرگ.
7. بهبود کیفیت برخی از تولیدات داخلی در مقایسه با استانداردهای ملی و بین‌المللی.
8. گرایش تعداد بیشتری از تولیدکنندگان به تقویت تولیدات متنوع با کیفیت بالا.
9. بازار قابل ملاحظه داخلی برای انواع تولیدات کفش با در نظر گرفتن آب و هوای متنوع و جغرافیای مصرف‌پراکنده در کشور.
10. تقویت نگرش مشتری‌گرایی در تعداد بیشتری از واحدهای تولیدی.
11. توجه به مساله تبلیغات فروش.
12. گرایش برخی از تولیدکنندگان داخلی به اخذ لیسانس از شرکت‌های خارجی با توجه به فرصت به وجود آمده در صنعت کفش جهان در حدود انتقال تولید کفش به کشورهای منطقه.
13. ساخت تعداد بیشتری از ماشین‌آلات و قالب‌های مورد نیاز صنعت کفش در داخل.
14. تداوم روند افزایش سرمایه‌گذاری در زمینه خرید قالب و ماشین‌آلات توسط بخش خصوصی.
15. وجود فضای رقابتی در صنعت کفش در مقایسه با سایر صنایع.
16. خواست و مطالبه مصرف‌کنندگان داخلی برای دسترسی به کالای بهتر.

د: برخی از نقاط ضعف صنعت کفش ایران

1. نازل بودن سطح تحصیلات نیروی انسانی شاغل.
2. بالا بودن سوابق نیروهای موجود در این صنعت و در نتیجه خطر



- استهلاک نیروی انسانی.
3. عدم توجه به تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد.
4. عدم توجه مدیران اکثر واحدهای کفشی به مسئله آموزش به دلیل نگرش سنتی به منابع نیروی انسانی.
5. عدم ارتباط ارگانیک بین صنعت کفش و مراکز آموزش عالی و فنی و حرفه‌ای.
6. عدم اطلاع برخی از مدیران از بازارهای جهانی و تحولات اقتصادی در سطح جهان.
7. عدم آمادگی لازم برای بررسی آثار ناشی از پذیرش عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی.
8. فقدان بانک اطلاعاتی مورد نیاز در صنعت کفش کشور.
9. فقدان استراتژی توسعه صنعت کفش کشور.
10. فقدان استراتژی تولید برای صادرات به دلیل حاکمیت استراتژی جایگزینی واردات در چهار دهه گذشته.
11. ضعف تبلیغات بازرگانی در صنعت کفش.
12. عدم توجه به مسئله تحقیق و توسعه در واحدهای تولیدی.
13. عدم تمایل به سرمایه‌گذاری در تحقیقات بازاریابی به دلیل حاکمیت نگرش سنتی به مسئله توزیع.
14. عدم کارآیی شبکه توزیع و در نتیجه انتقال مشکلات بخش توزیع به واحدهای تولیدی.
15. تغییرات آناتومی «پا» در دو دهه گذشته و عدم انجام تحقیقات لازم برای تعیین سایز مورد نیاز مصرف کنندگان در مناطق مختلف جغرافیایی و اصلاح قالب‌های موجود.
16. واردات بی‌رویه کفش به صورت مختلف قاچاق و شبه قاچاق.





17. پایین بودن سهم سبد هزینه مصرف کفش از هزینه مصرفی غیر خوراکی و در نتیجه پایین بودن مصرف سرانه کفش در کشور.
18. کیفیت نامطلوب برخی از تولیدات در مقایسه با استانداردهای داخلی و بین‌المللی.
19. نازل بودن میزان بهره‌وری عوامل تولید.
20. عدم بهره‌برداری مناسب از ماشین‌آلات وارداتی در برخی از واحدها به دلیل ضعف مسایل آموزشی.
21. به روز نبودن قالب‌ها
22. عدم وجود سیستم‌های کنترل کیفیت در اکثر واحدهای موجود.
23. بالا بودن قیمت تمام شده این محصول در واحدهای دولتی به دلیل بالا بودن هزینه‌های سربار.
24. عدم ارتباط منظم و مستمر بین تولیدکنندگان کفش و تامین کنندگان مواد اولیه به منظور بهبود کیفیت کفش‌های تولیدی.

پیشنهادهای

- تاسیس یک مرکز آموزش و تحقیقات با همکاری وزارتخانه‌های صنایع و علوم و فناوری و همیاری صاحبان صنایع کفش خصوصاً جامعه مدیران و متخصص صنعت کفش کشور.
- تشویق تولیدکنندگان برای رسیدن به استانداردهای ملی، منطقه‌ای و جهانی.
- اعطای تسهیلات، تشویقات لازم به صادرکنندگان، نوآوران، محققان این صنعت.
- ارایه تسهیلات لازم جهت بازسازی و نوسازی ماشین‌آلات.
- اصلاح وضعیت شرکت‌های دولتی و اقتصادی نمودن فعالیت آن‌ها با حذف کمک‌های دولتی و واگذاری شرکت‌ها به بخش خصوصی با



مقررات و امتیازات خاص.

- ایجاد بانک اطلاعاتی در این صنعت.
- تقویت تشکل تخصصی این صنعت.
- اعطای جایزه به بهترین تولیدکننده، صادرکننده، کارآفرین و مدیر نوآور.



خداوند هیچ قومی را تغییر نمی‌دهد، مگر آن‌که خودشان خود را تغییر دهند.

«قرآن مجید»

یادآوری چند نکته

17. بالاخره کفش، استاندارد می‌خواهد یا خیر؟^{۱۷}

1. از نیمه اول سال 1370 وقتی که مدیران شرکت‌های تولیدی دولتی که در آن زمان سکان کشتی کفش در اختیار آنان بود و به دلیل واردات قاچاق کفش که با قیمت‌های پایین‌تر از تولیدات داخلی وارد کشور می‌شد اعتراضات فراوانی به مسئولین برای حمایت از صنعت کفش انجام دادند، یازده سال می‌گذرد.

بررسی تاریخ تحولات صنعت کفش ایران در دهه 70، دلایل فراز و فرودهای شرکت‌های دولتی و خصوصی در اندازه‌های مختلف از یک طرف و عدم توجه به تغییرات انجام گرفته در الگوی مصرف جامعه به دلیل تغییر ساختار درونی جمعیت از لحاظ سنی، تحصیلات، جنس و نوع نیاز در دهه گذشته از طرف دیگر این هشدار را می‌دهد که اگر واحدهای خصوصی فعال و موفق فعلی در شروع دهه 80 بی‌توجه به مشتری محوری به فعالیت خود ادامه دهند سرنوشتی مشابه شرکت‌های بزرگ دولتی در حال حاضر خواهند داشت.

2. از نیمه اول سال 1377 که شورای عالی استاندارد در جلسه نود و چهارم خود استاندارد اجباری انواع کفش و دمپایی ماشینی را از اول شهریور ماه همان سال اجباری نمود 4 سال می‌گذرد.

17. نشریه صنعت کفش، شماره ۶۳، تیرو مرداد ۸۱.

در آن زمان مجله صنعت کفش در شماره 25 این اقدام را به عنوان داروی تلخ برای درمان درد صنعت کفش مطرح نمود و اعتقاد براین داشت که این دارو باید به تدریج و با زمان‌بندی سنجیده به خورد این بیمار داده شود در غیر این صورت بیمار را می‌کشد. برخورد اداری و فیزیکی و بگیر و ببند با مسئله «استاندارد اجباری» قوز بالای قوزهای دیگر برای صنعت است.

مفهوم «استاندارد اجباری» و کیفیت مناسب یک اعتقاد است، یک ضرورت است، شرط بقاء واحد تولیدی است. چیزی است که مشتری می‌خواهد، راهی برای مدیریت نمودن است. یک ارزش اخلاقی است، بیشترین کارائی مالی و کمترین سرمایه‌گذاری را روی بهره‌وری دارد. اجرای آن نیازمند یک کار فرهنگی دراز مدت است که وفاق جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش، وزارت صنایع و معادن، موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی، دانشگاه‌های کشور، مصرف‌کنندگان و تجربیات صاحبان صنایع و اتحادیه‌های سراسری کفش‌های ماشینی را طلب می‌نماید. در این صورت است که استاندارد اجباری به جای آن‌که قوزی بالای قوز تلقی شود اقدامی است که باید قوزها را یکی پس از دیگری بردارد.

3. ریاست محترم جمهوری در همایش روز صنعت در 8/4/81 به سیاق گاندی رهبر فقید هند فرمودند که افتخار آن است که هر ایرانی کالای ایرانی بخرد. قطعاً منظور ریاست محترم جمهوری کالای ایرانی با کیفیت استاندارد قابل قبول است.

4. هر حرکت جدی در خصوص بهبود کیفیت و استاندارد اجباری از یک طرف خطر تعطیلی برخی از واحدهای تولیدی کوچک را به دنبال خواهد داشت واحدهائی که برخی از آنان دوزندگان شرکتهای متوسط و بزرگ هستند و تعطیلی آنها مشکلاتی را نیز برای واحدهای فعال فعلی ایجاد خواهد کرد. و از طرف دیگر افزایش شدید جمعیت در گروه سنی فعال



(65-15) سال، رشد فزاینده شهرنشینی، رشد نرخ باسواد و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، افزایش تقاضای اشتغال بانوان، سرمایه‌گذاری شدید را در اقتصاد ایران طلب می‌نماید. این پارادوکس، عملیاتی کردن اجرای خیلی از پروژه‌های اساسی در این صنعت از جمله مسئله کیفیت کالا را عقب خواهد انداخت.

5. آزادسازی واردات کلیه کالاها که از اهداف برنامه سوم توسعه اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی کشور است مزید بر علت است. سال گذشته با توجه به نرخ ارز 1750 ریال تعرفه واردات کفش 500 درصد و در سال جاری 116 درصد تعیین گردید که این جزو بالاترین تعرفه‌ها در کتاب مقررات صادرات و واردات می‌باشد. این بدان معناست که دولت و وزارت صنایع و معادن حمایت‌های لازم را از این صنعت در قالب تعرفه بالا هنوز هم ادامه می‌دهند، اعلام داشته‌اند ولی با توجه به مسئله عضویت ایران در WTO که در آینده نزدیک اجباراً صورت خواهد گرفت چگونه صنعت کفش ایرانی خود را آماده مقابله با کفش‌های وارداتی که در سال‌های آینده به صورت قانونی و با تعرفه‌های 25 درصد وارد کشور خواهد شد کرده است؟ و مصرف‌کننده ایرانی تا چه زمان باید هزینه سوء مدیریت برخی از واحدهای تولیدی کفش را به نام حمایت از صنایع داخلی بدهد؟ و بالاخره کفش، در آینده استاندارد می‌خواهد یا خیر؟! به قول یک ضرب‌المثل چینی: خواهنده را می‌برند و نخواهنده را می‌کشاند.

18. بازگشت به کلاس و چند سوال از تولیدکنندگان^{۱۸}

از اوائل مهرماه سال جاری حدود 23 میلیون نفر از جمعیت کشور شامل دانش‌آموزان، دانشجویان، معلمان و استادان دانشگاه‌ها به کلاس درس برمی‌گردند. خرده‌فروشان کفش براساس سنت همه ساله برای «مدرسه بازار» در شهریور ماه آماده می‌شوند.

در سال‌های اخیر تلاش فراوانی از سوی مسئولین اقتصادی کشور برای رفع موانع تولید برداشته شد و تولیدکنندگان ما نیز بیشترین وقت خود را صرف حل و فصل این مشکلات کرده‌اند. اما یکی از حلقه‌های مفقوده رشد تولید در این صنعت که متأسفانه کمتر به آن در محافل مختلف صنعتی پرداخته شده نقش تعیین‌کننده رویکرد «مشتري گرایي» و «رعایت قواعد بازار» در رفع موانع تولید است. وقتی علل کاهش سهم بازار و افت تولید شرکت‌های برتر صنعت کفش را که در سال‌های مختلف دهه گذشته در رتبه‌های بالا قرار داشته و در حال حاضر میدان را به رقبای تازه نفس و بعضی موارد گمنام واگذار کرده‌اند بررسی نماییم با این حقیقت روبرو می‌شویم که عدم توجه به حوادث و شرایط محیطی مانند عدم آگاهی از آمار اشخاص «غیرمشتري» عدم آگاهی از تکنولوژی‌های جدید، عدم شناخت از شرایط رقبا، عدم اطلاع از «بازارهای گشوده نشده» و صرف رویکرد «مهندسی گرایي» و برتری فنی به جای رویکرد «مشتري گرایي» و برتری کسب و کار از عمده‌ترین علل افت مقاومت آن‌ها در مقابل تغییرات سریع رقبای تازه نفس بوده است.

شرکت‌های بخش خصوصی صنعت کفش ایران در آستانه آزمونی سنگین قرار دارند. از یک طرف درصدد جدول شرکت‌های برتر صنعت کفش به لحاظ سهم بازار قرار گرفته‌اند و از سوی دیگر ضمن تهدید از ظرف کفش‌های وارداتی با بازار



متغیر و بی‌ثبات کفش جوانان و نوجوانان که بزرگترین رزم‌گاه جنگ کفش محسوب می‌شوند روبرو هستند.

بازار بالقوه‌ای حدود 14 میلیون نوجوان و جوان بین 15-25 سال که هرگونه بی‌توجهی به این جمعیت «غیر مشتری» که تاثیر تعیین کننده‌ای در بازار کالای مصرفی مثل کفش دارند، عوارض سنگینی را برای تولیدکنندگان داخلی رقم خواهد زد، جمعیتی که با انتظارات بالای خود برخلاف نسل قبل فقط به دنبال کفش ارزان و بادوام نیست بلکه ضمن باور به این مسئله که کفش مظهرشان و منزلت اجتماعی است با حجم خریدی حدود 30 درصد و با تبلیغات دهن به دهن خود قادرند در آینده بازار کفش کشور را تحت تاثیر جدی قرار دهند و یک بار دیگر این حقیقت را اعلان نمایند که رویکرد «موفقیت‌آور» گذشته نمی‌تواند مبنایی برای موفقیت آینده باشد.

حال به همراه بازگشت به کلاس این تعداد از مشتریان و غیر مشتریان، تولیدکنندگان کفش نیز با سوالات متعددی روبرو هستند. سوالاتی از قبیل برای جلوگیری از فروپاشی سازمان خود چه اقدامات پیشگیرانه را انجام خواهند داد؟ به فرض آن‌که از طریق پرسش‌نامه و غیره مرتب از مشتریان خود کسب اطلاع کنند آیا تا کنون اتفاق افتاده که از جمعیت «غیرمشتریان» خود که تعداد آن‌ها بیشتر از «مشتریان» شما است سوال و جواب کنید و دلایل عدم خرید آن‌ها را از محصولات خود سوال کنید؟ آیا می‌دانید که عدم حضور شما برای بررسی مشکلات مشتریان بازار، رقبا، کیفیت محصولات دلیل اصلی تصمیمات ضعیف، سست و غلط بوده است؟ چه تصویری را برای 5 سال تا 10 سال آینده صنعت کفش ایران ترسیم می‌کنید؟ چه مهارت‌ها و توانایی‌هایی باید انجام دهید تا بتوانید در آینده سهم بیشتری از بازار کفش کشور را داشته باشید؟ چگونه بایستی فرصت‌ها را سازماندهی کنید تا در آینده در مرزهای امروزی سازمان خود نباشید؟ چقدر آمادگی مقاومت در مقابل تکنولوژی سریع و چالش‌های اقتصاد جهانی و تکنولوژی دگرگون شونده را دارید؟ چقدر اطلاعات از «بازارهای گشوده نشده» دارید؟ مشتریان فردای محصولات خود را می‌شناسید؟ آیا می‌دانید که جمعیت

«غیر مشتریان» شما از «مشتریان» شما به مراتب بیشتر است؟ مثلاً اگر 10 درصد بازار را در اختیار دارید 90 درصد از حجم بازار به این جمعیت «غیر مشتری» مربوط است؟ توان مقابله با چند ریشتر «تغییر سلیقه ناگهانی مشتریان» و «غیر مشتریان» بخصوص جوانان و نوجوانان را دارید؟ آیا فکر کردید عواملی از سیاست‌ها، عملکردها و رفتارها که برای چندین دهه مفید و موثر بودند حالا دیگر برای همان سازمانی که در آن خلق شده‌اند غیر مفید و نامطلوبند؟ آیا تا کنون امکان نقد در خصوص نوع تولیدات خود، نوع خدماتی که ارائه می‌کنید، نوع سیاست‌گذاری‌ها، کانال‌های توزیع را فراهم ساخته‌اید؟ آیا با زیر سوال بردن سیاست‌های پذیرفته شده خود تلاش کرده‌اید تا خود را مورد بازبینی قرار داده از خود بپرسید چرا سازمان ما موفق نشد؟ آیا به خاطر این بود که اشتباه کردیم؟ یا به خاطر آن که مسیر غلطی را انتخاب نمودیم؟ و یا این که حتی مسیر درست هم موثر نبود؟ آیا اگر ضرورت آموزش مستمر را اعتقاد دارید چه گام‌هایی برای بالا بردن سطح آموزش پرسنل خود برداشته‌اید؟ آیا اگر به صادرات به عنوان راه حل خروج از سردرگمی فعلی اعتقاد دارید چه قدم‌هایی برای تولید کفش‌های با کیفیت، صادراتی و پیدا کردن بازار برای آن انجام دادید به نظر شما شرکت‌های برتر صنعت کفش ایران در سال‌های آینده چه شرکت‌هایی خواهند بود؟ و واحد تولیدی شما در 5 سال آینده در کدام مرتبه این جدول قرار خواهند داشت؟ این‌ها تماماً پرسش‌هایی هستند که هر صنف از این خانواده باید به طور جدی درصدد پیدا کردن جواب‌های عملی برای آن باشند. بدون شک تغییرات در صنعت مخصوصاً صناعی که با مد و فن‌آوری سروکار دارند در گوشه و کنار دنیا این اجازه را به ما نخواهند داد که همچون گذشته چشم خودمان را در مقابل تغییرات ببندیم بلکه اگر نخواهیم تغییر کنیم، رقیب خارجی هر روز جغرافیای مصرف خویش را وسعت بخشیده سهم بیشتری از بازار خانگی ما را خواهد ربود. به امید روزی که به خود آئیم و با تغییرات جبری که لازمه حضور در بازار جهانی است به موفقیت‌های نسبی که مورد دلخواه همه ماست برسیم. انشاء...

19. تحولات اقتصادی صنعت کفش در سال 1381^{۱۹}

فهرست برخی از نتایج حاصل از تحولات اقتصادی سال 1381 در صنعت ایران و پیش‌بینی آن در سال 1382 به شرح زیر می‌باشد:

1. تهیه اولین گزارش مدون در خصوص مشکلات و راهکارهای صنعت کفش ایران توسط معاونت امور تولید، دفتر صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنایع و معادن که با همکاری جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران انجام گرفت.

امید است با توجه به تصمیم دولت مبنی بر بهره‌گیری از نظرات دست‌اندرکاران هر رشته صنعتی در طرح‌ها و برنامه‌های آینده شاهد تصمیم‌گیری‌های موثر در راهکارهای پیشنهادی آن گزارش باشیم.

2. تصمیم‌نهایی در وزارت صنایع و معادن و سازمان صنایع ملی ایران و مدیریت گروه صنعتی ملی مبنی بر توقف تولید و انحلال فعالیت کلیه شرکت‌های تولیدی کفش در «گروه» و انتقال مدیریت آن‌ها به شرکت کفش فارس و انجام تمهیدات لازم در خصوص واگذاری آن‌ها به بخش خصوصی به همراه اصلاح ساختار مالی، پرسنلی این شرکت‌ها.

به نظر می‌رسد نظر به اهمیت نقش گروه صنعتی ملی در تولیدات کفش، بررسی تأثیرات ناشی از اجرای این تصمیم در آینده صنعت کفش کشور در زمینه‌های گوناگون نیاز به مطالعات و بررسی‌های کارشناسی بیشتری داشته باشد که امید است کلیه دست‌اندرکاران و کارشناسان بخش دولتی و خصوصی ما را در انجام این مهم یاری رسانند.

3. تصمیم مدیریت گروه صنعتی ملی مبنی بر فعال نمودن شرکت کفش

ملی با توجه به شرایط جدید بوجود آمده و تامین کفش مورد نیاز فروشگاه‌های کفش ملی از شرکت‌های پیمانکاری داخل گروه و شرکت‌های تولیدی خارج از گروه.

با تبدیل شرکت کفش ملی از فروشنده محصولات گروه ملی به فروشنده محصولات شرکت‌های خارج از گروه و یا کفش‌های وارداتی مجاز و در صورت پرداخت به موقع تعهدات مالی باید در سال 1382 شاهد انتقال تولید برخی از شرکت‌های کوچک و متوسط خصوصی به فروشگاه‌های کفش ملی و در نتیجه بهبود نسبی و تدریجی اعتبار تجاری این شرکت به همراه افزایش سهم بازار و بهبود سود در گروه باشیم.

4. دریافت گواهینامه بین‌المللی استاندارد کیفیت ISO 9001-2000 شرکت کفش ملی از شرکت بین‌المللی IMO ایتالیا.

5. عملیاتی شدن انعقاد و قرارداد گروه صنعتی بلا با شرکت ایتالیایی باتا در زمینه اخذ لیسانس و تولید کفش‌های صادراتی.

6. تعطیلی گروه صنعتی وین و تغییر مدیریت و کاهش فعالیت تولیدی برخی از شرکت‌های صاحب نام

با تبدیل شدن فضای حمایتی به فضای رقابتی در اقتصاد ایران و گرایش دولت به جایگزین نمودن مدیریت فضای کسب و کار به جای انجام کسب و کار، در آینده شاهد تعطیلی و توقف فعالیت این نوع از شرکت‌ها که با استفاده از رانت‌های مختلف اداره می‌شدند خواهیم بود.

7. مذاکرات بین شرکت شهرک‌های صنعتی استان تهران با مدیریت گروه صنعتی ملی در خصوص خرید مجموعه پارک صنعتی ملی به منظور ایجاد شهرک تخصصی کفش.

8. انتخاب و تشکیل اولین گروه کاری همکاری مشترک صنعت کفش و چرم ایران و ایتالیا متشکل از مدیران و کارکنان وزارت صنایع و معادن، جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران و انجمن چرم ایران به



منظور همکاری و هم‌فکری دوجانبه در زمینه‌های ایجاد یک مرکز آموزش و تحقیقات، تقویت دانش فنی نیروهای موجود در زمینه طراحی و مدل‌سازی و تکنولوژی تولید، بازاریابی بین‌المللی در ارتقاء کیفیت محصولات و سرمایه‌گذاری مشترک دوجانبه.

پیش‌بینی می‌شود باتوجه به بستر بوجود آمده از طرف دولت و بهبود نسبی فضای کسب و کار به نفع تولیدکنندگان در سال گذشته و در صورت آمادگی بیشتر اعضای ایرانی گروه کاری در مذاکرات دوجانبه با طرف ایتالیایی شاهد اقدامات مقدماتی برای ایجاد یک مرکز آموزش کفش و چرم به عنوان محوری‌ترین هدف همکاری دوجانبه باشیم.

9. مشارکت فعال جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران در تصمیم‌سازی‌های مسئولین و دست‌اندرکاران اقتصادی و صنعتی کشور.

پیش‌بینی می‌شود در سال 1382 در صورت آمادگی بیشتر اعضای هیئت مدیره و مساعد بودن شرایط داخلی «جامعه» شاهد تأثیرات بیشتر نقش «جامعه» در حل و فصل مسائل و مشکلات تولیدکنندگان کفش باشیم.

10. حذف استاندارد اجباری از روی کفش‌های غیرایمنی جهت صادرات. امید است تجربه صادرات به کشورهای آسیای میانه در مورد افغانستان و در آینده در مورد عراق بوجود نیاید.

11. رشد 52/5٪ صادرات محصولات چرمی و غیر چرمی در سال 1381 به طوری که ارزش صادرات این محصولات از 50 میلیون دلار در سال 1380 به 76 میلیون دلار در سال 1381 افزایش یافت.

در سال جاری با توجه به تصویب آیین‌نامه اجرایی تبصره 19 قانون بودجه سال 82 کل کشور جهت بسترسازی به منظور تحقق استراتژی جهش صادرات قانون برنامه سوم و فعالیت برخی از واحدهای تولیدی کفش در زمینه تولید کالاهای صادراتی و پیدا کردن بازارهای هدف

شاهد افزایش صادرات محصولات چرمی و غیرچرمی حداقل با نرخ رشد سال 81 باشیم.

12. شهری شدن تقاضای ساکنان روستاها و شهرک‌های حاشیه‌ای شهرها و در نتیجه بهبود تابع تقاضی کفش.

با توجه به پیش‌بینی جمعیت کشور در سال 1382 به تعداد حدود 68/6 میلیون نفر و 43/8 میلیون نفر ساکن شهرها و 24/6 میلیون نفر ساکن روستاها و افزایش محسوس نسبت افراد 15 تا 29 سال و تعداد 1/5 میلیون دانشجو در حال تحصیل و تأثیرات انقلاب ارتباطات در بین جوانان شاهد رشد تقاضای کفش‌های شهری به جای کفش‌های روستایی باشیم.

13. علاقمندی نسبی مصرف‌کنندگان به استفاده مناسب از کفش به عنوان قلب دوم و افزایش برنامه‌های آموزشی صدا و سیما در خصوص بالابردن آگاهی مصرف‌کنندگان از کفش خوب.

به دلیل افزایش سطح آگاهی مصرف‌کنندگان از طرق مختلف، انتظار می‌رود تولیدات کفش‌های مناسب و مرغوب در مقایسه با تولیدات کفش‌های نامرغوب از رشد بهتری برخوردار گردند.

14. افزایش نسبی شاخص تورم کفش در سه ماهه آخر سال 1381.

پیش‌بینی می‌شود در پایان سال جاری با توجه به تأثیرات ناشی از نوسانات قیمت نفت، افزایش برابری نرخ یورو و مصرف مواد اولیه PU وارداتی در زیره و بخشنامه‌های وزارت کار و تعطیلی شرکت‌های تولیدی بزرگ کفشی دولتی و کاهش فعالیت برخی از واحدهای خصوصی علی‌رغم کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان شاهد افزایش نسبی شاخص تورم کفش باشیم.

15. رشد تقاضای سازمان‌ها و نهادهای دولتی و شرکت‌های عمومی و خصوصی به کفش مورد نیاز جهت ارائه کمک‌های غیرنقدی به پرسنل



خود

پیش‌بینی می‌شود در سال 1382 این روند افزایش از شتاب بیشتری برخوردار شود.

16. اخذ مجوز فعالیت رسمی دو نشریه تخصصی در زمینه کفش و چرم به نام‌های «صنعت چرم ایران» و «بازار چرم و کفش» از وزارت ارشاد اسلامی.

ضمن تبریک به دست اندرکاران این دو نشریه پیش‌بینی می‌شود در سال جاری به دلیل ایجاد فضای چند صدایی در صنعت کفش و چرم شاهد بهبود کیفی مطالب این نشریات باشیم. انشاء...

20. بررسی مقدماتی مجله صنعت کفش (1381-1373)^{۲۰}

1. بررسی مقدماتی تغییرات مدیریتی مجله صنعت کفش

1.1. در طول 9 سال (1381-1373) جلسات شورای سیاست‌گذاری

نشریه (گروه نشر) که با هدف تنظیم سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و برنامه‌های مربوط به امور نشریه صنعت کفش در چارچوب اهداف، تنظیم خط‌مشی‌ها و برنامه‌های مربوط به امور نشریه صنعت کفش در چارچوب اهداف، تنظیم خط‌مشی‌ها و برنامه‌های مربوط به امور نشریه صنعت کفش در چارچوب اهداف، اساسنامه، سیاست‌های هیئت مدیره و مقررات مطبوعاتی کشور تشکیل می‌گردد، به طور عموم با ترکیب شخصیت‌های حقوقی زیر برگزار گردید:

رئیس هیئت مدیره یا نایب رئیس، دبیر کل جامعه، یک عضو هیئت مدیره، مدیر مسئول نشریه، سردبیر و از سال 1380 به بعد مدیر بازرگانی نشریه به عنوان عضو ثابت، نمایندگان سازمان آگهی و دبیر تحریریه و مسئول امور مالی جامعه بنا به ضرورت در جلسات شرکت می‌کردند.

1.2. به دلیل تغییرات افراد در مسئولیت‌های مختلف در سال‌های مورد اشاره

ترکیب اعضای شورای سیاست‌گذاری نیز تغییر می‌نمود.

1.3. آقایان: عبدالحمید سروشفر، حسین زند حبیبی، نسیم صادقی، محسن

معصومی، احمد رجبی در سال‌های گذشته ریاست هیئت مدیره جامعه را برعهده داشتند.

1.4. آقایان: حسین زند حبیبی، عبدالحمید سروشفر، محسن معصومی، در



- سال‌های گذشته مسئولیت نایب رئیس هیئت مدیره را برعهده داشتند.
- 1.5. آقایان علی لشگری، سیروس عباس‌نژاد، رضا اکبری، محمدعلی رجبی، جعفر نادرپور، در سال‌های گذشته به عنوان عضو هیئت مدیره در جلسات شرکت کردند.
- 1.6. آقایان: منصور بتویی تا شماره 6 و علی لشگری از شماره 7 (1373/11/3) تا کنون مسئولیت مدیر مسئول مجله را برعهده داشتند.
- 1.7. آقای علیرضا فرهنگداز 72/11/17 لغایت 79/9/8 (از شماره 1 تا 47): حمیدرضا اسلامی (از شماره 47 تا 64) و سرکارخانم زهرا بیشه (از شماره 65 تا کنون) مسئولیت دبیر تحریریه را در سال‌های اخیر برعهده داشتند.
- 1.8. آقایان اسماعیل شجاع، افشین شادی مهر، بیژن ملک‌زاده، بابک جواهرچیان، علی سپهرنژاد، جواد یزدان پرست و سرکارخانم حلمیه عوض‌زاده در سال‌های اخیر مسئولیت نمایندگی سازمان آگهی‌ها را برعهده داشتند و آقای حسینعلی فرجاه در حال حاضر به عنوان مدیر بازرگانی نشریه صنعت کفش مشغول فعالیت می‌باشند.
2. بررسی مقدماتی تغییرات پشتیبانی مجله صنعت کفش
- 2.1. طرح روی جلد در سال‌های اخیر توسط افراد و موسسات زیر انجام گرفت:
- موسسه تبلیغاتی بانی، فریدون فروتن، ارسیا سروشفر، احمدرضا الوند، محسن احتشامی، علیرضا پیشکار، شرکت آراء، علیرضا لطفی، فرزین آدمیت، داریوش مختاری، سیامک فرشچی، مناهاشمی فر، یاسر بتویی، آرش بابایان، حسین زاهدی.
- 2.2. مترجمین مجله در سال‌های اخیر به شرح زیر می‌باشند:



امیر مسعود کریمی، محمد نعیم دلکش، مهندس عبدالحسین رحمانیان، وازکن زادوریان، هایک یوسفیان، بابک عباس نژاد، سارا نوروزخانی، دکتر ابراهیم مقیمی، مهندس محمد خاکساری و نرگس فاطمی.

2.3. حروف چینی و صفه آرایبی توسط شرکت‌ها و افراد زیر انجام گرفته:

بهجت نجفی، زهرا شمس، مرضیه باقرزاده، پرویندخت جهان‌پناه، موسسه گوتنبرگ، داریوش مختاری، محمد تیمورنژاد (نرم‌افزاری هامون)، تارنگ، الغدير، نقش ایران، سوگند و مهران که در حال حاضر مسئولیت حروفچینی نشریه برعهده کادر تحریریه آن می‌باشد.

2.4. لوگوی جدید توسط آقای سیامک فرشچی و لوگوی قدیم توسط آقای ارسیا سروشفر انجام پذیرفت.

2.5. لیتوگرافی و چاپ و صحافی توسط شرکت‌ها و افراد زیر انجام پذیرفته: چاپ داد، عارف، دریا، مهنا، فجر، صحرا، کیانقش، ارغوان، خجسته، سبز ارنگ، پیمان، یگانه، سپیدار و انتشارات موثقی.

2.6. ویراستاری توسط افراد زیر انجام پذیرفته:

طاهره بیگلر، کیان وش شمس، زهرا شمس، و در حال حاضر به عهده تحریریه نشریه است.

2.7. امور مشترکین و فروش توسط آقایان: سهیل شفیع‌نیا، علی سپهرنژاد و مهدی احمدی انجام پذیرفته در حال حاضر سهیل شفیع‌نیا عهده‌دار آن است.

3. بررسی مقدماتی روند تغییرات مطالب منتشره در سال‌های اخیر:

3.1. تعداد 3227 صفحه در 70 مجله در 9 سال گذشته تولید شده که در این میان سال 81 بیشترین صفحات تولید شده 724 صفحه (22٪) را به خود اختصاص داد و سال 74 با 204 صفحه (6٪) کمترین صفحات تولید شده را داشته است.



- 3.2. بیشترین تعداد مجله تولید شده در سال 1379 به تعداد 10 جلد و کمترین آن در سال 1375 به تعداد 5 جلد بوده است.
- 3.3. 23٪ تبلیغات رنگی در 9 سال گذشته فقط در سال 1381 انجام گرفته و کمترین آن با 3/4٪ در سال 1374 انجام گرفته است.
- 3.4. بیشترین تبلیغات سیاه و سفید در سال 1381 با 22/7٪ و کمترین آن در سال 1377 با 6/5٪ انجام گرفته است.
- 3.5. بیشترین اخبار منتشره در 9 سال گذشته در سال 1380 با 22٪ و کمترین اخبار منتشره در سال 1375 با 3/5٪ صورت پذیرفته است.
- 3.6. بیشترین مقالات تحقیقی - آموزشی و تکنولوژی در سال 1380 با 21٪ و کمترین آن در سال‌های 1374 و 1381 با 4٪ صورت پذیرفته.
- 3.7. بیشترین گزارش ویژه در سال 1381 با 32٪ و کمترین گزارش ویژه در سال‌های 74 و 75 انجام پذیرفته.
- 3.8. بیشترین صفحات مربوط به مصاحبه‌ها در سال‌های 79 و 81 هر یک با 23٪ و کمترین مصاحبه‌ها در سال 77 انجام پذیرفته.
- 3.9. بیشترین صفحات مربوط به متن انگلیسی مربوط به سال 1381 با 31٪ و کمترین صفحات در سال 75 با 1/8٪ است.
- 3.10. بیشترین صفحات مربوط به آمار در سال 77 با 25/6٪ و کمترین صفحات آمار مربوط به سال 1381 با 1/6٪ است.
- 3.11. بیشترین صفحات تازه‌های مد با 47٪ مربوط به 1381 و کمترین آن مربوط به سال‌های 73، 74، 76 و 77 است.
- 3.12. بیشترین صفحات مربوط به تهیه گزارشات مربوط به سال‌های 73 و 81، هر یک با 27٪ و کمترین گزارشات در سال‌های 75، 76 و 79 صورت پذیرفته است.

- 3.13. بیشترین میزگرد و سمینار در سال 78 با حدود 30٪ و کمترین میزگرد در سال 1381 انجام پذیرفته.
- 3.14. در 9 سال گذشته فقط یک بار در سال 1379 فرم نظرسنجی برای خوانندگان ارسال گردیده است.
- 3.15. بیشترین مقالات مدیریتی مربوط به سال 77 با 32٪ و کمترین مقالات مدیریتی در سال‌های 81، 73، 74 و 75 مطرح شده.
- 3.16. در بحث مربوط به استانداردها فقط بیشترین سهم مربوط به سال 1377 با 52٪ است و در بقیه سال‌ها بحثی مطرح نشده.
- 3.17. بیشترین مقالات اقتصادی مربوط به سال 1377 است و در بقیه سال‌ها مقالاتی در این زمینه به چاپ نرسیده.
- 3.18. بیشترین مقالات پزشکی مربوط به سال 1378 با 43٪ است و در سال‌های 73، 74، 75، 80 و 81 در این زمینه مقاله‌ای چاپ نشده است.
- 3.19. اخبار مربوط به نمایشگاه‌ها بیشترین سهم را در سال 1376 با 24٪ و کمترین سهم را در سال 1381 داشته است.

نتیجه‌گیری

امید است شورای سیاست‌گذاری نشریه با توجه به مسئولیت محوله و انتظارات خوانندگان و مجموعه عوامل داخلی و خارجی حاکم بر اقتصاد کفش ایران بتواند در سال 1382 ضمن رعایت چارچوب‌های مقرر با تنظیم سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها و برنامه‌های بهتر نقش خود را در بهبود کمی و کیفی صنعت کفش کشور ایفا نماید. ضمناً پیشنهاد می‌شود به عنوان یک سنت ماندگار در سال‌روز تولد مجله در هر سال بهترین‌های صنعت کفش در زمینه‌های تولید، نوآوری، صادرات، فروش، تحقیقات، تبلیغات و... و بهترین‌های مجله در زمینه‌های ارائه مقالات، ترجمه، اخبار و... مورد تشویق و قدردانی قرار گیرند. انشاء...

در پایان از همکاری صمیمانه آقای کاظم کریمی دانشجوی سال اول دانشکده امور اقتصادی که در تهیه آمارهای این گزارش به این جانب یاری رساندند تشکر می‌گردد.



21. روزشمار نشریه صنعت کفش^{۲۱}

مقدمه

به تصویر کشیدن آن چه در گذشته براین نشریه رفته است حداقل مزیتی که دارد جدا از ثبت وقایع گذشته و یادآوری خاطرات نام همکارانی که در نه سال گذشته با مجله ارتباط تنگاتنگ داشته‌اند می‌تواند گویای این نکته باشد که گردانندگان امروز مجله براساس آیه شریفه (ومن لم یشکر المخلوق لم یشکر الخالق) تلاش همه آن عزیزان را پاس داشته و از زحمات همه آن تلاشگران در هر سطحی از کار، کمال تشکر و قدردانی را می‌نمایند.

گردآوری این روز شمار به همت مدیر مسئول مجله آقای علی لشگری و با همکاری آقای کاظم کریمی دانشجوی سال اول دانشکده امور اقتصادی انجام پذیرفته است. این دوستان براین باورند که برای تکمیل سپاس از تلاش همه کوشش‌گران سال‌های گذشته و امروز این مجله نیاز به هم‌فکری عزیزانی دارد که خود دستی برآتش داشته‌اند.

به همین منظور دست کمک به سوی این عزیزان دراز می‌کنیم و امیدواریم ما را در انجام این امر تنها نگذارند.

ضمناً به کوشش گردآورندگان این روز شمار تلاش دیگری برای دهمین سالگرد تاسیس جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران در حال انجام است که انشاء... در سالروز صدور مجوز فعالیت جامعه (1372/9/24) تحت عنوان روزشمار جامعه صنعت کفش آماده چاپ خواهد شد.

در سه ماهه سوم سال 1371 در گردهمایی سوم صاحبان صنایع کفش 11 نفر به عنوان اعضای هیئت موسس (جامعه متخصصین و تولیدکنندگان کفش) با



هدف تنظیم اساسنامه جامعه و ثبت آن در سازمان ثبت شرکت‌ها و اخذ پروانه تاسیس از وزارت کشور و تشکیل مجمع عمومی انتخاب اعضاء هیئت مدیره و بازرسین انتخاب گردیدند.

72/2/5 - جلسه 1- اولین جلسه هیئت مدیره در تاریخ 72/2/5 به اتفاق سروشفر، شیخها، عباس نژاد، لشگری، بیگلو، بتویی، زند حبیبی، دهقانی، صنعتی نژاد، تخت روانچی، ویل کیجی، رجبی و شکریه در دفتر مرکزی شرکت شهر و روستا تشکیل شد و آقایان سروشفر به عنوان رئیس هیئت مدیره و منصور بتویی دبیرکل و حسین زند حبیبی نایب رئیس هیئت مدیره معرفی شدند.

72/3/30 - جلسه 9- آقایان عبدالحمید سروشفر، علی لشگری، سیروس عباس نژاد، رضا اکبری به عنوان اعضای گروه چاپ و نشر معرفی شدند.

72/4/6 - جلسه 10- دربند 3 مصوبه هیئت مدیره نظر به ضرورت انتشار نشریه داخلی مقرر شد که دبیرکل و گروه چاپ و نشر نسبت به انتشار نشریه داخلی اقدام نماید. ضمناً به اتفاق آراء در جلسه 9 مورخه 72/3/30 آقای سروشفر به عنوان سرگروه چاپ و نشر انتخاب شدند.

72/4/20 - جلسه 11 - ادامه پیش نویس اولین نشریه داخلی با همکاری گروه چاپ و نشر نوشته شد و طبقه مصوبه هیئت مدیره مقرر شد گروه چاپ و نشر هر چه سریع‌تر به انتشار اولین خبرنامه داخلی اقدام نماید.

72/5/3 - جلسه 12- آقایان عبدالحمید سروشفر، علی لشگری، سیروس عباس نژاد، محمدعلی رجبی به عنوان اعضای جدید گروه چاپ معرفی شدند.

72/9/7 - جلسه 20 - پیش نویس مجوز فعالیت جامعه توسط وزارت کشور به اطلاع هیئت مدیره رسید و به پیشنهاد آقای سروشفر از آقای فرهنگد دعوت شد تا به عنوان سردبیر با نشریه همکاری نمایند و مقرر شد خبرنامه در 24 صفحه و به تعداد 1000 نسخه به قیمت 150 تومان منتشر شود (بند 5 مصوبه هیئت مدیره).

72/11/17 - جلسه 21- آقای منصور بتویی دبیرکل جامعه با اختیارات کامل به عنوان مدیر مسئول نشریه صنعت کفش و آقای علیرضا فرهنگد به عنوان



سردبیر نشریه انتخاب شدند.

- آقای فرهنگد آقای امیر حسین وطن دوست را به سمت دبیر تحریریه نشریه انتخاب نمودند.
- آقای اسماعیل شجاع به سمت نماینده سازمان آگهی نشریه انتخاب شدند.

73/1/21 - جلسه 23 - در این جلسه موافقت گردید جهت تعرفه آگهی پشت جلد مبلغ 1,300,000 ریال و صفحات داخلی 800,000 ریال دریافت گردد.

73/8/25 - جلسه 28 - با توجه به استعفای آقای بتویی از دبیر کلی جامعه و با توجه به استعفای آقای سروشفر از سمت دبیر گروه نشر آقای زند حبیبی به سمت دبیرکل و رییس هیئت مدیره و آقای سروشفر به عنوان نایب رییس هیئت مدیره و آقای بتویی به اتفاق آرا به سمت دبیر گروه نشر و مدیر مسئول مجله صنعت کفش انتخاب شدند.

73/9/20 - جلسه فوق العاده - تصویب شد تا مجوز نشریه صنعت کفش با تیراژ 1000 نسخه و بهای هر نسخه 1000 ریال اخذ گردد.

73/11/3 - جلسه 29 - هیئت مدیره در جلسه شماره 29 آقای علی لشگری مدیرعامل وقت شرکت پخش جمشید را به عنوان مدیر مسئول مجله انتخاب نمود.

- تا پایان سال 1373 تعداد 8 شماره از نشریه صنعت کفش به چاپ رسید.

- آقای افشین شادی مهر از نشریه شماره 10 به عنوان نماینده سازمان آگهی نشریه انتخاب شدند.

- تا پایان سال 1374 تعداد 5 شماره (از شماره 9 تا 13) از نشریه صنعت کفش به چاپ رسید.

75/2/2 - جلسه 35 - آقای زند حبیبی به سمت دبیر گروه نشر انتخاب



شدند.

75/2/9 - جلسه 36 - آقای حمید هادی کیان‌بخت به عنوان دبیرکل جدید جامعه انتخاب شد.

75/3/2 - جلسه 38 - مقرر گردید دبیر کل نسبت به دریافت مجوز نشریه از وزارت ارشاد اقدام نماید.

75/4/24 - جلسه 40 - هیئت مدیره مقرر نمود امتیاز روی جلد نشریه به صاحب امتیاز آن (جامعه) اختصاص داده شود.

75/7/25 - جلسه 42 - در خصوص نشریه شماره 15 به خاطر جالب بودن مطالب و محتوای این شماره کارکنان نشریه مورد تشویق اعضای هیئت مدیره قرار گرفته و مقرر گردید که کارکنان نشریه همچنان با قدرت مسائل نشریه را پیگیری نمایند تا در هر شماره شاهد بهبود کیفیت و پربار شدن محتوای نشریه باشیم.

75/10/18 - جلسه 44 - آقای محسن معصومی شریف به عنوان رئیس هیئت مدیره و آقای عبدالحمید سروشفر به عنوان نایب رئیس هیئت مدیره انتخاب شدند.

• تا پایان سال 1375 تعداد 4 شماره (از شماره 14 تا 17) از نشریه صنعت کفش به چاپ رسید.

76/1/23 - جلسه 49 - نشریه شماره 17 در آخرین روزهای سال 75 از چاپ بیرون آمد.

• تا پایان سال 1376 تعداد 6 شماره (از شماره 18 تا 23) از نشریه صنعت کفش به چاپ رسید.

• تا پایان سال 1377 تعداد 8 شماره (از شماره 24 تا 31) از نشریه صنعت کفش به چاپ رسید.

78/2/21 - معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد اسلامی طی نامه شماره 124_2065 در مورخ 78/2/21 مجوز نشریه را با صاحب امتیازی جامعه



مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران و مدیر مسئولی آقای علی لشگری صادر نموده و مجله از شماره 32 به بعد بامجاز رسمی وزارت ارشاد به چاپ رسید.

78/3/4 - جلسه 66 - آقای علی لشگری گزارش کاملی از شرکت خود در جلسه با آقای شهیدی (معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد) را با توجه به اخذ مجوز چاپ نشریه ارائه نموده و هیئت مدیره مقرر نمود به منظور سیاست گذاری امور نشریه و تقویت سازمان مربوطه جلسات گروه نشر هر هفته روزهای سه شنبه از ساعت 16:30 تا 18 به اتفاق آقایان عبدالحمید سروشفر (رییس هیئت مدیره) محسن معصومی (نایب رییس هیئت مدیره)، علی لشگری (عضو هیئت مدیره و مدیر مسئول نشریه) حسینعلی فرجاه (دبیر کل جدید جامعه) و علیرضا فرهنگد (سر دبیر)، در هیئت تحریریه نشریه برگزار گردد.

- هیئت مدیره با اکثریت آراء آقای حسینعلی فرجاه را به سمت دبیر کل جامعه منصوب کرد.

78/3/11 - جلسه 67 - طرح تابلوی نشریه جهت نصب دربهای ورودی جامعه تایید گردید.

78/4/8 - جلسه 80 - مقرر گردید نسبت به اشتراک مجله برای اعضاء متخصص جامعه 80٪ تخفیف در نظر گرفته شود.

- از نشریه شماره 36 در مهرماه 1378 مسئولیت سازمان آگهی به عهده دبیر کل وقت جامعه، آقای حسینعلی فرجاه نهاده شد.

آذر ماه 78 - آقای سینا رویایی از نشریه شماره 37 به سمت دبیر تحریریه نشریه صنعت کفش منسوب شدند.

- آقای بیژن ملک زاده به عنوان نماینده سازمان آگهی از نشریه شماره 38 در دی ماه سال 78 زیر نظر دبیر کل وقت جامعه مشغول به کار شدند.

78/9/9 - جلسه 73 - مقرر گردید مصاحبه ای با کفش آدینه در رابطه با موفقیت فروشگاه در امر فروش برای درج در نشریه انجام گیرد.

- تا پایان سال 1378 تعداد 9 شماره (از شماره 32 تا 40) از نشریه



صنعت کفش به چاپ رسید.

- آقای بابک جواهرچیان از نشریه شماره 44 در مرداد و شهریور 79 به عنوان نماینده سازمان آگهی زیر نظر دبیر کل وقت جامعه مشغول به کار شد.

79/9/8 - جلسه 77 - با توجه به استعفای آقای فرهنگند، مدیر مسئول نشریه با توجه به اختیارات خود آقای منصور بتویی را برای سرگیری نشریه معرفی نمودند که شماره 47 نشریه صنعت کفش را متفقاً با آقای فرهنگند و آقای رویایی از شماره 48 مستقلاً با کادری که در نظر دارند اداره خواهند کرد. ضمناً درخواست گردید آقای علیرضا فرهنگند به عنوان مشاور دبیرکل همکاری خود را با نشریه ادامه دهد.

آذرماه 79 - آقای حمیدرضا اسلامی منوچهری از شماره 47 به سمت دبیر تحریریه به نشریه صنعت کفش منسوب شدند.

- تا پایان سال 1379 تعداد 10 شماره (از شماره 41 تا 50) از نشریه صنعت کفش به چاپ رسید.

- آقای علی سپهرنژاد از شماره 57-58 نشریه در آذرماه سال 1380 به عنوان مسئول سازمان آگهی مشغول به کار شدند.

80/10/24 - جلسه 98 - آقای عباس نژاد دبیرکل جامعه تنظیم قرارداد واگذاری امتیاز نشریه به کارگزاری آقای منصور بتویی را به اطلاع هیئت مدیره رساند و هیئت مدیره با اکثریت آرا واگذاری امتیاز نشریه را به آقای بتویی تصویب کرد.

80/12/13 - جلسه 100 - هیئت مدیره در ارتباط با مصاحبه تلویزیون

اعضای هیئت مدیره با صدا و سیما حضور یکی از خبرنگاران را ضروری خواند.

- مصاحبه دو تن از اعضای هیئت مدیره و دبیرکل جامعه در روزهای پایانی سال 80 با گروه اقتصاد شبکه خبر سیمای جمهوری اسلامی در شماره 61 در مورخه اردیبهشت 81 با چاپ رسید.

• تا پایان سال 1380 تعداد 10 شماره (از شماره 51 تا 60) از نشریه صنعت کفش به چاپ رسید.

81/2/9 - جلسه 102 - هیئت مدیره ضمن قدردانی از دست‌اندرکاران نشریه صنعت کفش و تبریک جشن تولید هشتمین بهار انتشار نشریه نسبت به استمرار واگذاری نشریه به کارگزار طرف قرارداد تاکید نمود.

• آقای حسینعلی فرجاه دبیرکل وقت جامعه به سمت مدیربازرگانی نشریه صنعت کفش انتخاب شدند.

81/3/27 - جلسه 104 - هیئت مدیره پیشنهاد نمود تا مشکلات اعضای جامعه در نشریه صنعت کفش منعکس گردد. به طور نمونه موضوع استاندارد اجباری برای صادرکنندگان کفش و لغو آن.

81/4/10 - جلسه 105 - اعضای هیئت مدیره اطلاع‌رسانی به مصرف‌کنندگان از طریق رسانه‌های گروهی بالاخص مجله صنعت کفش را مورد تاکید قرارداد ضمناً شرکت در نمایشگاه بین‌المللی تبریز و انتشار ویژه‌نامه مورد تاکید قرار گرفت.

شهریورماه 81 - خانم زهرابیشه به سمت دبیر تحریریه صنعت کفش منسوب شدند.

81/10/23 - جلسه 115 - مقرر گردید تا در مقاله‌ای تحت عنوان (وزیر پاسخگو) با مضمون تشکر و قدردانی از جناب آقای مظاهری وزیرمحترم امور اقتصاد و دارایی در نشریه صنعت کفش چاپ گردد.

• آقای جواد یزدان‌پرست و سرکارخانم حلیمه عوض‌زاده از نشریه شماره 69-70 در اسفندماه سال 1381 به عنوان مسئولان سازمان آگهی معرفی شدند.

• تا پایان سال 1381 تعداد 10 شماره (از شماره 61 تا 70) از نشریه صنعت کفش به چاپ رسید.

22. روز صنعت و معدن فرصتی دیگر برای طرح مجدد مشکلات

صنعت کفش^{۲۲}

شماره این نشریه که متقارن با روز صنعت و معدن است فرصتی پیش آورد تا بار دیگر به مناسبت بزرگداشت این روز، مسائل و مشکلاتی را که صنعت کشور بالاخص صنعت ایران در حال حاضر با آن دست به گریبان است مطرح کنیم تا انشاء... مورد توجه مسئولین قرار گرفته درصدد رفع آن برآیند.

برخی از مشکلات صنعت کفش ایران در شرایط فعلی به شرح ذیل است:

1. پایین بودن سطح تحصیلات نیروی انسانی شاغل
2. بالا بودن سوابق نیروهای موجود در این صنعت و در نتیجه خطر استهلاک نیروی انسانی
3. عدم توجه به تربیت نیروی انسانی و کارآمد
4. عدم توجه مدیران اکثر واحدهای کفشی به مسئله آموزش به دلیل نگرش سنتی به منابع نیروی انسانی
5. عدم ارتباط ارگانیک بین صنعت کفش و مراکز آموزش عالی و فنی و حرفه‌ای
6. عدم اطلاع برخی از مدیران از بازارهای جهانی و تحولات اقتصادی در سطح جهان
7. عدم آمادگی لازم برای بررسی آثار ناشی از پذیرش عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی
8. فقدان بانک اطلاعاتی مورد نیاز در صنعت کشور
9. فقدان استراتژی تولید محصول در بنگاه‌های تولیدی کفش و در نتیجه

117



- فقدان استراتژی توسعه صنعتی صنعت کفش ایران
10. فقدان استراتژی تولید برای صادرات به دلیل حاکمیت استراتژی جایگزینی واردات در چهار دهه گذشته
 11. ضعف تبلیغات بازرگانی در صنعت کفش
 12. عدم توجه به مسئله تحقیق و توسعه در واحدهای تولیدی
 13. عدم تمایل به سرمایه‌گذاری در تحقیقات بازاریابی به دلیل حاکمیت نگرش سنتی به مسئله توزیع
 14. عدم کارایی شبکه توزیع و در نتیجه انتقال مشکلات بخش توزیع به واحدهای تولیدی
 15. عدم انجام تحقیقات لازم برای تعیین سائز مورد نیاز مصرف کنندگان در مناطق مختلف جغرافیایی و اصلاح قالب‌های موجود به دلیل تغییرات آناتومی «پا» در دو دهه گذشته
 16. واردات بی‌رویه کفش به صورت‌های مختلف قاچاق و شبه قاچاق
 17. طولانی بودن دوره برگشت سرمایه
 18. پایین بودن سهم هزینه مصرف کفش از سبد هزینه مصرفی غیرخوراکی خانوار و در نتیجه پایین بودن مصرف سرانه کفش در کشور
 19. پایین بودن حاشیه سود در این صنعت در مقایسه با سایر صنایع
 20. کیفیت نامطلوب برخی از تولیدات در مقایسه با استانداردهای داخلی و بین‌المللی به دلیل عدم توجه تولیدکنندگان به استانداردهای ملی و منطقه‌ای و بین‌المللی با توجه به نوع نیاز مصرف کننده
 21. عدم آگاهی اکثریت مصرف کنندگان از چگونگی استفاده درست از کفش
 22. نازل بودن میزان بهره‌وری عوامل تولید
 23. عدم بهره‌برداری مناسب از ماشین‌آلات وارداتی در برخی از واحدها به دلیل ضعف مسائل آموزشی



24. به روز نبودن قالب‌ها و کپی‌برداری سریع از مدل‌های موجود
25. عدم وجود سیستم‌های کنترل کیفیت در اکثر واحدهای موجود
26. عدم ارتباط منظم و مستمر بین تولیدکنندگان کفش و تامین کنندگان مواد اولیه به منظور بهبود کیفیت کفش‌های تولید شده
27. ضعف خدمات بعد از فروش در صنعت کفش
28. عدم توجه مدیران بخشی از واحدها به حوادث محیطی مانند عدم آگاهی از آمار اشخاص «غیر مشتری» عدم آگاهی از تکنولوژی جدید، عدم شناخت از شرایط رقبا، عدم اطلاع از بازارهای گشوده نشده
29. صرف رویکرد مهندس گرائی و برتری فنی به جای رویکرد «مشتری گرائی» و برتری کسب و کار در اکثریت واحدهای تولیدی کفش
30. عدم آمادگی لازم در مقابل تکنولوژی سریع و چالش‌های اقتصاد جهانی
31. عدم آگاهی بعضی از تولیدکنندگان کفش از نیازهای مشتریان فردا
32. عدم شناخت از آمار جمعیت «غیرمشتریان» در مقایسه با «مشتریان فعلی»
33. عدم توان مقابله با «تغییر ناگهانی سلیقه مشتریان» و «غیر مشتریان» به خصوص جوانان و نوجوانان
34. عدم آمادگی اکثریت واحدهای تولیدی برای پاسخگویی به نیاز بیش از 30٪ از سهم بازار متعلق به جوانان و نوجوانان
35. چالش تولیدکنندگان با تغییر الگوی مصرف در کشور از جمله کفش به دلیل تغییر ساختار درونی جمعیت به لحاظ افزایش شدید جمعیت فعال در گروه سنی (65-75) سال، افزایش جمعیت شهرنشین، افزایش چشم‌گیر نرخ باسوادی، بالا رفتن سطح تحصیلات و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و سرعت افزایش حضور زنان در بازار کار.



کار به جای تصدی کسب و کار و همچنین گذار از سیاست حمایتی به رقابتی در اقتصاد ایران از یک سو و جلب مشارکت فعالانه جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران در فراهم آوردن زمینه مناسب تصمیم‌گیری برای مسئولین و دست‌اندرکاران اقتصادی و صنعتی در ده ساله گذشته بخصوص 16 ماهه اخیر از سوی دیگر، امید آن می‌رود با پشتیبانی وزارت خانه‌های صنایع و معادن و همچنین علوم، تحقیقات و فن‌آوری و همکاری مجدانه و مستمر متولیان، پیشکسوتان و متخصصین صنعت کفش زیربنای نهادهایی چون «مرکز آموزش و تحقیقات صنعت کفش و چرم کشور» به عنوان باقیات و صالحات دست‌اندرکاران صنعت کفش امروز منعقد گردد تا براساس یک روش و تجربه اصولی که روند تاریخی و جهان شمول آن بارها و بارها در سایر کشورهای پیشرفته به اثبات رسیده است با «فرهنگ سازی» صحیح روند حرکت روبه رشد صنعت کفش را در مبارزه با مشکلات و همچنین گذار مستمر در جهت رشد کمی و کیفی تضمین نماید و همیشه این ضرب‌المثل چینی را الگوی زندگی ماشینی امروزمان قرار دهیم که «اگر می‌خواهی یک بار سیرش کنی ماهی به او بده، اگر می‌خواهی برای یک مدتی سیرش کنی تور ماهیگیری به او بده و اگر می‌خواهی برای یک عمر سیرش کنی (بی‌نیازش کنی) فن ماهیگیری را به او بیاموز، تا خود بتواند امرار معاش کند.» امید آن که نسل جوان امروز و آینده سازان فردا از «ما» به نیکی یاد کنند.

انشاء...

23. به بهانه تشکیل هیئت امناء مرکز آموزش و تحقیقات صنایع

کفش و چرم در دانشگاه صنعتی امیرکبیر^{۲۳}

شیخ ابوسعید ابولخیر یک بار به طوس رسید، مردمان از شیخ استدعای مجلس کردند شیخ اجابت کرد. بامداد در خانقاه استاد تخت بنهادند و مردم می‌آمد و می‌نشست. چون که کسی به جای نماند، معرف برخاست و گفت: خدایش بیامرزد که هر کسی که از آن جا هست یک گام فراتر آید. شیخ گفت: صلی الله علی محمد و آله اجمعین و دست بر وی فرود آورد و گفت: هر چه ما خواستیم گفت و جمله پیغام بر آن بگفته‌اند، او گفت، خدایش بیامرزد که هر کسی از آن جا که هست یک گام فراتر آید چون این کلمه بگفت از تخت فرود آمد و آن روز پیش از این نگفت.

بررسی‌های آماری زیر حاکی از شکاف بین صنعت و دانشگاه از یک طرف و رابطه غیرمنطقی بین اشتغال و تحصیل از طرف دیگر بیان می‌دارد، و ضرورت هرچه کاربردی عنوان تحصیلات دانشگاهی و فنی و حرفه‌ای را آشکار می‌سازد.

1. بررسی سهم کارکنان در سطوح مختلف مهارتی از کل کارکنان گویای این مطلب است که به طور متوسط حدود 27٪ از کارکنان بخش صنعت کارکنان غیر تولیدی هستند.

2. توزیع نسبی شاغلان برحسب وضع سواد و سطح تحصیلات نشان می‌دهد که همواره حدود 20٪ از شاغلان کشور را بی‌سوادان تشکیل می‌دهند. سهم شاغلان دارای مدرک تحصیلی دیپلم و آموزش عالی در حدود 27/6٪ در سال 1380 گزارش شده است.

3. با وجودی که کیفیت نیروی کار از نظر سطح تحصیلات طی سال‌های

73 تا 1378 در هر دو بخش عمومی و خصوصی به میزان درخور توجهی بهبود یافته است لیکن هنوز شاغلان بخش صنعت از لحاظ تحصیلات پایین تر از متوسط شاغلان کشور است. بررسی افراد شاغل در بخش صنعت به تفکیک سطوح تحصیلی در سال 1378 بیانگر این مطلب است که 65٪ از نیروی کار بخش صنعت را افراد زیر دیپلم و بی سواد تشکیل می دهند. 24٪ کارکنان دارای دیپلم بوده و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی 11٪ از کل شاغلان بخش صنعت هستند.

4. در بررسی وضعیت تحصیلات نیروی انسانی شاغل در 499 واحد تولیدکننده انواع کفش ماشینی دارای پروانه بهره برداری از وزارت صنایع و معادن در سال 1380 حدود 84٪ دارای تحصیلات ابتدایی و 10٪ متوسطه و دیپلم و 1٪ از شاغلین تحصیلات دانشگاهی داشتند.

5. در سال 1380 نرخ بیکاری فارغ التحصیلان دانشگاهی قریب به 21 درصد در مقابل نرخ بیکاری 14/2 درصد در کشور بوده است. گسترش دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی موجب افزایش تعداد فارغ التحصیلان و در نتیجه عرضه بیشتر نیروی کار تحصیل کرده شد.

6. نرخ باسوادی جمعیت 6 ساله و بیشتر کشور از 28/7٪ در سال 1355 به بیش از 80٪ در سال 1380 رسیده است. نسبت افراد با سواد در گروه سنی 10-25 سال در کل جمعیت که در سال 1355 معادل 63 درصد بود به 97/4٪ در سال 1380 رسید. جالب آن که سرعت رشد باسوادی در زنان به مراتب بیشتر از مردان بود. درصد باسوادی زنان در گروه سنی فوق که در سال 1355 حدود 45 درصد بود در سال 1380 به حدود 97٪ رسیده است رشد فوق العاده باسوادی زنان نه تنها باعث روی آوردن آنان به بازار کار و عرضه فراوان نیروی کار می شود بلکه تغییر ساختار سرمایه گذاری مشاغل را به دنبال خواهد داشت.

7. میانه و میانگین سنی جمعیت کشور در سال 1382 به 22/8 و



26/8 سال ارتقاء یافته. افزایش تدریجی این دو شاخص نمایانگر تجمع و تراکم سنی جمعیت در میانه هرم سنی و در واقع در سنین کار و فعالیت است. این پدیده بازتاب موالید و رشد انفجارآمیز جمعیت دهه 1360 است که در دهه 1380 به طور بارزتری نمود پیدا می کند. این امر یکی از چالش های اصلی اقتصاد ایران است.

8. نسبت جمعیت بالقوه فعال (15-64 ساله) به ویژه بخش جوان و آغازین آن روندی صعودی را طی خواهد کرد.

24. حلقه مفقوده صنعت کفش ایران کدام است؟^{۲۴}

ضرب المثل

دو فروشنده مامور شدند به جزیره‌ای بروند و در آن‌جا کفش بفروشند. فروشنده اول به محض ورود به جزیره یک‌ه خورد، چون که دید در آن جزیره هیچ کس کفش ندارد پس بی‌درنگ، تلگرافی به شرکت سازنده کفش فرستاد و پیغام داد ما فردا برمی‌گردیم. در این‌جا هیچ کس کفش نمی‌پوشد.

فروشنده دیگر در اثر دیدن همان صحنه ذوق‌زده شده، بی‌درنگ به شرکت تلگرافی فرستاد و از آن‌ها تقاضا کرد فوراً 1000 جفت کفش برای من بفرستید چون همه افراد این جزیره کفش لازم دارند.

در یک بررسی کارشناسی توسط اینجانب از مدیران واحدهای مختلف صنعت کفش، مشکلات این صنعت در شرایط فعلی به شرح زیر مورد شناسایی قرار گرفت:

1. خطر کاهش و توقف فعالیت تعداد زیادی از واحدهای تولیدی کفش در آینده نزدیک بر اثر تهدید واردات غیرمنتظره و بی‌رویه کفش‌های چینی به صورت قاچاق و شبه قاچاق.
2. تفاوت چشمگیر سود فروش کفش‌های وارداتی در مقایسه با سود پایین فروش کفش‌های تولیدات داخل.
3. تفاوت فضای کسب و کار برای مدیران واحدهای تولیدی در ایران در مقایسه با واحدهای تولیدی کشورهای مشابه ایران.
4. به روز نبودن قالب‌ها.
5. پایین بودن حاشیه سود در این صنعت در مقایسه با میانگین حاشیه سود

24. نشریه صنعت کفش، شماره ۸۱، اردیبهشت ۸۳.



- کل صنایع کشور.
6. طولانی بودن دوره برگشت سرمایه.
 7. تبدیل شدن مدیران واحدهای تولید کفش به ماموران وصول مالیات برای دولت در اثر اجرای قانون تجمیع عوارض
 8. افزایش نرخ محاسبه علی‌الراس در خصوص درآمد شرکت‌ها در صنعت کفش از نرخ 10 درصد به 15 درصد با وجود رکود داخلی.
 9. حمایت‌های بی‌رویه و روزافزون از شرکت‌های تولیدی دولتی عمومی کفش در سال‌های اخیر به بهانه حفظ اشتغال
 10. فقدان بانک اطلاعاتی مورد نیاز در صنعت کفش و در نتیجه عدم امکان تصمیم‌گیری مناسب جهت برنامه‌ریزی‌های درازمدت
 11. آگاهی نداشتن بیشتر مصرف‌کنندگان از چگونگی استفاده مناسب از کفش برای مصارف مختلف
 12. کیفیت نامطلوب برخی از تولیدات در مقایسه با استانداردهای ملی، منطقه‌ای و جهانی
 13. پایین بودن سطح تحصیلات نیروی انسانی شاغل در این صنعت
 14. کاهش سهم بازار شرکت‌های دولتی عمومی در سال‌های اخیر در نتیجه افت اعتبار برند تجاری آن‌ها.
 15. آمادگی نداشتن بیشتر واحدهای تولیدی برای پاسخگویی به نیاز بیش از 30 درصد از سهم بازار متعلق به جوانان و نوجوانان
 16. نبود کارایی شبکه توزیع به دلیل حاکمیت نگرش سنتی به مساله توزیع
 17. نبود آمادگی لازم برای بررسی آثار ناشی از عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی در صنعت کفش
 18. پایین بودن سهم کفش در سبد هزینه مصرفی غیر خوراکی خانوار و در نتیجه پایین بودن مصرف سرانه کفش در ایران
 19. درون‌گرا بودن اقتصاد کفش کشور

20. نبود بهره‌برداری مناسب از ماشین‌آلات وارداتی و نازل بودن میزان بهره‌وری عوامل تولید

21. توجه نکردن به مساله تحقیق و توسعه در واحدهای تولیدی

22. ضعف تبلیغات بازرگانی در صنعت کفش

23. فقدان استراتژی تولید برای صادرات به دلیل حاکمیت استراتژی جایگزینی واردات در چهار دهه گذشته

24. افزایش قیمت سالانه خدمات دولتی از جمله آب، برق، گاز، تلفن و انحصارهای دولتی و بالا بودن نرخ بیمه تامین اجتماعی

25. فقدان رشته تحصیلی صنعت کفش به ویژه در دانشگاه‌ها

26. پایین بودن دانش فنی نیروهای موجود به ویژه در بخش طراحی، مدل‌سازی و تکنولوژی تولید و نبود امکان آموزش کافی جهت رفع این نقیصه در صنعت کفش

27. عدم حمایت مستمر و قاطع دولت همانند سایر کشورهای توسعه یافته در زمینه صادرات از تولیدکنندگان کفش

28. عدم توجه مدیران اکثر واحدهای کفشی به مساله آموزش به دلیل نگرش سنتی به منابع نیروی انسانی

29. نبود ارتباط ارگانیک بین صنعت و مراکز آموزش عالی، فنی و حرفه‌ای

30. نبود توجه به تربیت نیروی انسانی متخصص و کارآمد.

تمام عوامل فوق به اضافه سایر عوامل دیگر که در این نوشتار مورد توجه قرار نگرفته می‌تواند از مهم‌ترین چالش‌های گریبانگیر صنعت کفش در مقطع فعلی باشد، اما همان‌گونه که در سمینار «بررسی مشکلات صنعت کفش ایران» در مرداد 1382 در تبریز اشاره شد، به نظر بنده حلقه مفقوده صنعت کفش کشور توجه نکردن به مساله توسعه انسانی و در نتیجه توسعه نیافتگی واحدهای تولیدی است.

اتفاقی که در عرصه جهان در سطح کشورهای توسعه یافته رخ داد این بود که



آنان اتکای توسعه را به انسان متصل کردند. به این معنا که توسعه انسانی و مقتضیات توسعه اجتماعی او را شرط توسعه معرفی کردند در نتیجه کار به جایی رسید که کارآفرینان و مدیران خلاق بدون محدودیت‌های محیطی، جریان توسعه را رونق بخشیدند و از سوی دیگر ترکیب علم و عمل صنعتی - اقتصادی نیز رویای توسعه آنان بود.

عصر، عصر هزاره سوم است. در این دوران، آموختن، کارکردن و زندگی کردن اضلاع یک مثلث هستند، پس در هزاره سوم باید دائم نو شد و نو شدن نیز به آموختن مداوم نیاز دارد. ما سخت نیازمند آن هستیم که یادگیری در میان صاحبان و مدیران صنعتی و تمام کارکنان شاغل در صنعت، نهادینه و به یک فرهنگ تبدیل شود چون در هزاره سوم جایی برای تجربه‌های گذشته و بی‌اثر و نامناسب وجود ندارد.

مدیران برای حرکت در چنین مسیری، همچنین شکستن یخ‌های رفتاری خود، باید به جنگ با نفس خویش برخیزند و هرگز نباید در آن‌ها این مسئله به راحتی جا بیفتد که فراغت از تحصیل یعنی آسایش و راحتی، چنین چیزی نیاز امروز ایران نیست بلکه ما به یادگیری مداوم و کسب دائم علم به شدت نیازمندیم.

در ایران هم نهاد دانشگاه و هم ساز و کار صنعتی، وارداتی است یعنی کالاهایی که هیچ نشانی از بومی بودن ندارند و از کشورهای دیگر وارد مرزهای ایران شده‌اند. فرهنگ اجتماعی ایران به دانشگاه و صنعت به عنوان کالاهای «لوکس» نگاه می‌کند، به نحوی که بسیاری از ایرانیان فعالیت‌های فکری و کسب دانش را به عنوان کار قبول نمی‌کنند.

در صورتی که ارتباط و همکاری این دو علاوه بر آن که محیط را برای رشد و تولد مدیران پویا، نواندیش و کارآفرین مهیا می‌کند، می‌تواند امکان بهره‌مندی علمی دانشگاه توسط بخش صنعت، مشارکت در طرح‌های صنعتی توسط دانشگاهیان، رشد دانش کاربردی در میان دانشجویان، تربیت نیروی انسانی مورد نیاز صنعت، رفع مشکل مالی دانشگاه و ترمیم آزمایشگاه‌های علمی، اشاعه فرهنگ پژوهش‌گری در صنعت و صرفه‌جویی ارزی ناشی از استفاده از تحقیقات

127

کشورهای خارجی را فراهم کند.

ایران به نو شدن، انسان گرایی و احترام به کرامت و مشارکت انسان به شدت نیاز دارد. یعنی فرهنگی که می تواند مسیر توسعه صنعتی کشور را در آینده بیمه نماید و این میسر نمی شود، مگر با ایجاد تحول و تغییر در نگرش مدیران ما و اعتقاد به مدیریت یادگیری و قبول این اصل که در دهه های «آینده انسان زیربنای توسعه است» و هر میزان سرمایه گذاری در این زمینه، مثل آن ضرب المثل چینی است که «به جای این که یک عمر به او غذا بدهی ماهی گرفتن را به او بیاموز» نتایج بسیار فراوان در آینده کشور به بار خواهد نشاند.

اعزام 28 نفر از صاحبان، مدیران و کارشناسان بازرگانی و فروش، بازاریابی تعدادی از واحدهای تولیدی کفش و چرم کشور به مدت 46 روز به ایتالیا جهت آموزش (مدیریت استراتژیک فروش در شرایط رقابتی) که به همت مسوولان گروه کاری ایران و ایتالیا و تلاش مخلصانه مدیرکل محترم اداره کل صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنایع و با همکاری جامعه مدیران و متخصصان صنعت کفش ایران و انجمن صنایع چرم ایران که از 1383/1/27 تا 1383/3/12 انجام گرفت به همراه تشکیل هیات امنای رشته چرم و کفش در دانشگاه صنعتی امیرکبیر در سال گذشته، نشان از عزم جدی صنایع کفش و چرم کشور برای جبران عقب ماندگی های گذشته و اعتقاد به پیشرفت و توسعه یافتگی این صنعت از طریق انتخاب راهبرد «مدیریت یادگیری» و آموزش مستمر نیروی انسانی شاغل در این صنعت به عنوان راه حل «میان بر» برای رسیدن به توسعه انسانی و توسعه یافتگی بنگاه های اقتصادی است.

انشاءا...



25. دبیرکل جدید مسئولیت‌ها و برنامه‌ها²⁵

به دنبال استعفای آقای سیروس عباس‌نژاد از دبیرکلی جامعه، هیات مدیره دوشنبه 1383/3/25 ضمن قدردانی از زحمات ایشان و قبول استعفا؛ از وی برای شرکت در جلسات به عنوان عضو افتخاری هیات مدیره دعوت به عمل آورد، همچنین هیات مدیره در این جلسه آقای سید حسین موسوی را با عنوان هشتمین دبیرکل «جامعه» انتخاب کرد.

بعد از اولین مجمع عمومی «جامعه» در تاریخ 31 فروردین ماه 1372 در محل شرکت کفش پیروزی (وین) که به منظور انتخاب اولین اعضای هیات مدیره و بازرسان «جامعه» تشکیل شد؛ اولین جلسه هیات مدیره «جامعه» نیز دوشنبه پنجم مهرماه 1372 در محل دفتر مرکزی شرکت شهر و روستا (شوکا) تشکیل و این شرکت به عنوان اولین عضو رسمی «جامعه» انتخاب شد. در همین جلسه عبدالحمید سروش‌فر به عنوان اولین رئیس هیات مدیره، منصور بتوئی به عنوان اولین دبیرکل و منصور عباس بیگلو به عنوان اولین خزانه‌دار شروع به کار کردند که از آن زمان تا کنون 11 سال می‌گذرد.

منصور بتوئی 37 ماه، حسین زند حبیبی 3 ماه، هادی کیان‌بخت 15 ماه، عبدالحمید سروش‌فر 21 ماه، حسینعلی فرجاه 24 ماه، رضا کامشاد 5 ماه و سیروس عباس‌نژاد 30 ماه به ترتیب مسوولیت دبیرکلی جامعه مدیران و متخصصان صنعت کفش ایران را که به صورت رسمی از تاریخ 1372/9/24 از وزارت کشور به منظور دستیابی به اهداف 16 گانه در اساسنامه اجازه فعالیت گرفته بود را از اردیبهشت 1372 لغایت خرداد 1383 به عهده داشتند.

ترکیب سه دوره هیات مدیره در 11 سال گذشته به تدریج از مدیران دولتی - متخصص - خصوصی به خصوصی - متخصص - دولتی تغییر یافت به طوری که

سهم هر یک از آن‌ها در ترکیب هیات مدیره اول از 60 درصد دولتی، 20 درصد متخصص و 20 درصد خصوصی در سال 1372 به 56 درصد خصوصی، 25 درصد متخصص و 19 درصد دولتی در دوره سوم تغییر یافت.

دبیر کل وقت و هیات مدیره دوره سوم (83-80) در پی بسترهای به وجود آمده توسط دبیرکل‌های قبلی و هیات مدیره دوره اول و دوم و در راستای دستیابی به اهداف 16 گانه «جامع» و پیگیری حل مشکلات صنعت کفش توانستند با استفاده از فرصت به وجود آمده در فضای تصمیم‌گیری اقتصادی ناشی از اجرای برنامه سوم توسعه کشور (83-79) مبنی بر بهره‌گیری از تجربیات دست‌اندرکاران هر صنعت در حل مشکلات آن از طریق تقویت تشکل‌گرایی با رویکرد تعامل به جای تقابل نقش موثر و ررنگ‌تری را در افزایش توان کارشناسی در تصمیم‌سازی‌های مربوط به این صنعت ایفا کنند.

حاصل این تعامل مثبت در سال‌های اخیر بین «جامعه صنعت کفش» و مسوولان صنعتی و اقتصادی کشور از جمله اداره کل صنایع نساجی و پوشاک، نتایج مثبت و ماندگاری را به دنبال داشت که مهم‌ترین آن‌ها به شرح زیر است:

- تقویت و تثبیت «جامعه صنعت کفش» به عنوان نهاد واسطه بین بخش خصوصی فعال این صنعت و دولت
- همکاری مستمر با مدیر کل محترم اداره کل صنایع نساجی و پوشاک در انتقال مشکلات مربوط به این صنعت
- مشارکت در تهیه و تنظیم گزارش وضعیت صنعت کفش ایران به همراه ارائه راه‌حل‌های مربوطه
- ارتباط مستمر با مسوولان و دست‌اندرکاران صنعتی - اقتصادی - بازرگانی کشور به منظور پیگیری مشکلات صنعت و اعضا
- توجه به مساله «آموزش» به عنوان حلقه مفقوده صنعت کفش ایران
- ایجاد زمینه‌های همکاری مشترک بین «جامعه» با انجمن صنایع چرم ایران



- ایجاد زمینه‌های همکاری بین «جامعه» با اتحادیه کفش دست‌دوز و اتحادیه کفش ماشینی در تهران و برخی از استان‌ها از جمله تبریز و مقدمات توزیع مجله صنعت کفش در شبکه فروشندگان تحت پوشش اتحادیه‌ها
- برقراری ارتباط مستمر با صاحبان، مدیران و کارشناسان واحدهای تولیدی کفش و صنایع مرتبط به منظور شناسایی مشکلات آن‌ها و انتقال آن به مسوولان ذی‌ربط.
- برنامه‌ریزی جهت عضویت واحدهای تولیدی کفش و صنایع مرتبط در «جامعه» و توزیع مجله صنعت کفش در آن واحدها از جمله مقدمات عضویت واحدهایی که به گروه صنعتی ملی و بلا، کفش می‌فروشند براساس موافقت شخص مدیرکل محترم نساجی و پوشاک
- مشارکت فعال در تشکیل گروه کاری ایران و ایتالیا
- مشارکت فعال در برگزاری سمینار مشکلات صنعت چرم با همکاری موسسه تجارت خارجی ایتالیا در تهران و انجمن صنایع چرم
- اعزام 29 نفر از صاحبان، مدیران و کارشناسان چرم و کفش به مدت 45 روز به ایتالیا برای برگزاری دوره استراتژی فروش در شرایط رقابتی
- امضای موافقتنامه با گروه کاری ایران و ایتالیا و تاکید مدیرکل محترم نساجی و پوشاک مبنی بر انجام مطالعات لازم توسط کارشناسان ایتالیایی از مشکلات صنعت کفش ایران در سال 1383
- عضویت «جامعه» در هیات امنای رشته چرم و کفش دانشکده نساجی دانشگاه امیرکبیر (پلی تکنیک)
- انتقال مشکلات صنعت کفش به مسوولان از طریق انجام مصاحبه‌های گسترده مطبوعاتی و رادیو و تلویزیون به بهانه ورود بی‌رویه کفش‌های چینی و در نتیجه توجه ارباب جراید به مشکلات صنعت کفش به خصوص در زمینه اشتغال و قاچاق



- انتشار 10 شماره از مجله صنعت کفش در هر سال به منظور آگاهی مسوولان از مشکلات این صنعت و افزایش سطح آگاهی دست‌اندرکاران از تحولات صنعت کفش در ایران و جهان

امیدواریم دبیر کل جدید «جامعه» که از نیروهای باتجربه؛ خوشنام و مسوول در صنعت کفش است بتواند در یک تعامل مثبت با مسوولان و با استفاده از بسترهای به وجود آمده در «جامعه» و فضای حمایت از تشکلهای صنعتی در کشور و با تاکید بر پیوند با بدنه صنعت کفش ضمن پیگیری و به نتیجه رساندن اقدامات انجام گرفته در رساندن «جامعه صنعت کفش» به جایگاه واقعی خودش به عنوان نهاد واسطه بین بخش خصوصی فعال این صنعت و دولت موثر واقع شوند.

26. با نظارت هزینه ریسک قاچاق افزایش می‌یابد^{۲۶}

سیر تلاش‌ها و فعالیت‌هایی که در بهبود وضعیت صنعت کفش رخ داد، باعث برخورد مسوولان با قاچاق کالا، ورود بی‌رویه کفش‌های چینی و سامان‌دهی اقتصادی شد.

این فعالیت‌ها که با تلاش متخصصین جامعه صنعت کفش از اسفندماه 1382 به صورت مستمر، انجام گرفت بیشتر در قالب گفت‌وگوها و نشست‌ها با مسوولان، رسانه‌ها و ارسال نامه‌های سرگشاده، تحقیق در چگونگی ورود کالاهای قاچاق به کشور و تاثیر مخرب این کالاهای قاچاق در صنعت و تولیدات داخلی، انگیزه‌ای شد تا مسوولان مربوطه نیز اقدامات ارزنده‌ای را جهت بهبود و سامان‌دهی اقتصادی در راستای مبارزه با قاچاق کالا انجام دهند.

این در حالی است که با انتصاب سردار قالیباف در سمت ریاست ستاد مبارزه با قاچاق کالا برنامه‌های این ستاد برای مبارزه با قاچاق کالا شتاب زیادی گرفت. این ستاد علاوه بر برخورد با بخش‌های مختلف قاچاق کالا، اقدام به اجرای برنامه‌هایی مانند کنترل مبادی ورودی مناطق آزاد کرده است.

همچنین در این راستا، کمیته ساماندهی اقتصادی به ریاست آقای بهرامی معاون وزیر محترم بازرگانی، یکی از کمیته‌های فعال در ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، تشکیل شد.

133 در این کمیته راجع به روند مبارزه با کالاهای عمده قاچاق، تصمیم گرفته شد و موضوع اثرات تشدید مبارزه با قاچاق کالا از دیدگاه تنظیم بازار مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

همچنین، سازمان تعزیزات حکومتی به عنوان یکی از دستگاه‌های مسوول امر



مبارزه با قاچاق کالا و ارز با نگرش ساختاری و استراتژی و همگرایی در انجام بهینه وظایف محوله، با رسیدگی به تعیین تکلیف فوری پرونده‌های قاچاق کالا و ارز و اجرای فرامین مقام معظم رهبری، با به کارگیری نیروی انسانی متعهد و متخصص به افزایش شعب تخصصی در مراکز استان‌ها و شهرستان‌های قاچاق خیز در مبادی ورودی و خروجی پرداخت.

این فعالیت‌ها تا به آن‌جا ادامه می‌یابد که وزیر محترم بازرگانی در سخنانی با اشاره به این فعالیت‌ها معتقد است فشارها و نظارت‌ها، هزینه ریسک قاچاق را افزایش داده است.

در این راستا جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش در پی درخواست کمیته ساماندهی اقتصادی (ستاد) برای تهیه طرح جامع مبارزه با قاچاق کفش راهکارهایی به شرح زیر ارائه کرده است:

امید است با اجرای این پیشنهادها مشکلات تولیدکنندگان بهبود یابد.

1. حداکثر استفاده از قوانین جاری در کشور به خصوص شفاف شدن قوانین گمرکی و قانون نحوه اعمال تعزیرات حکومتی راجع به قاچاق کالا.
2. نظارت بر نرخ خرید و فروش و تخلفات صنفی و رعایت برچسب قیمت روی کفش‌ها در فروشگاه‌ها
3. تفویض اختیارات بیشتر به اتحادیه‌ها
4. اجرای قانون نظام صنفی جدید
5. فرهنگ‌سازی به صورت گسترده از طریق رسانه‌ها (صداوسیما) در خصوص عدم استفاده از کالاهای خارجی
6. اجرای مصوبه هیات وزیران به تاریخ اسفند ماه 1382 به ویژه مواد 5 و 6
7. استفاده از اختاریه ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز در رابطه با تهدید قاچاقچیان فروشندگان و دست‌اندرکاران کالای قاچاق
8. هماهنگی لازم بین قوه قضاییه و نیروی انتظامی به منظور وحدت رویه



در محاکم قضایی

9. تعیین ارزش حداقل ده دلار برای انواع پای پوش‌های وارداتی
10. الزام تولیدکنندگان داخلی به ثبت علائم تجاری در کفش‌های تولیدی به منظور شناسایی کفش‌های بدون هویت
11. تعیین هویت برای تولیدات کفش داخلی با همکاری جامعه صنعت کفش ایران و کارشناسان مربوطه
12. کنترل واردات کالاها در مناطق آزاد، بازارچه‌ها و گذرگاه‌های مرزی
13. شناسایی واردکنندگان به طوری که امکان ورود غیرمخصص در واردات رسمی وجود نداشته باشد
14. اقدامات لازم در خصوص کاهش سودآوری قاچاق و افزایش ریسک فروش آن در شبکه فروشگاه‌های کشور از طریق تقویت اختیارات اتحادیه‌های کفش‌های ماشینی و دست‌دوز در سراسر کشور
15. ایجاد برنامه‌های اشتغال‌زایی در مناطق مرزی از طریق مسوولین مربوطه به منظور جلوگیری از تفکر اشتغال‌زایی قاچاق

27. اجرای قانون تجمیع عوارض قوزبالاقوز در صنعت کفش^{۲۷}

قانون اصلاح مواردی از قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و چگونگی برقراری و وصول عوارض از تولیدکنندگان کالا و خدمات که به قانون تجمیع عوارض معروف است در تاریخ 81/10/22 به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید و برای اجرا از ابتدای سال 1382 به سازمان‌های امور اقتصادی و دارایی استان‌ها ابلاغ شد.

هدف از اجرای طرح یک کاسه شدن عوارض، یکنواختی و حذف عوارض مضاعف بود به طوری که به موجب این قانون مالیات و عوارض در سه بخش تولید نهایی، واردات و خدمات دریافت می‌شود.

با گذشت حدود یک سال و اندی از اجرای این قانون، تولیدکنندگان صنعت کفش در شرایط بحران به سر می‌برند و پرداخت تجمیع عوارض را به دلایل زیر غیرممکن دانسته و خواهان حذف آن می‌باشند.

1. بررسی مقایسه‌ای تحلیل‌های آماری از بحران‌زدگی این صنعت طی ماه‌های اخیر خبر می‌دهد، برای مثال در حالی که شاخص تولید کل صنایع در سال 82 نسبت به سال 77 حدود دو برابر شده است (از 101/2 در سال 77 به 219 در سال 82)، شاخص تولید کفش در دوره مورد بررسی با 60 درصد کاهش از 88/6 در سال 77 به 35/6 در سال 82 کاهش یافته است.

2. در حالی که رشد شاخص تولید کل از 12/5 درصد در سال 78 به 24/5 درصد در سال 82 افزایش یافته در پایان سال 82 با 41/2 درصد کاهش رشد شاخص تولید کفش مواجه بودیم.



3. رشد شاخص اشتغال در کل صنایع کشور در سال 1382 از کاهشی معادل فقط $3/8$ درصد برخوردار است، رشد شاخص اشتغال در صنعت کفش کشور در دوره مورد بررسی $60/6$ درصد کاهش نشان می‌دهد.
4. در حالی که رشد هزینه‌های غیرخوراکی از $25/1$ درصد در سال 81 به $16/3$ درصد در سال 82 کاهش یافته رشد هزینه کفش و تعمیرات آن در سبد مصرفی خانوار در دوره مورد بررسی از $18/8$ به 11 درصد کاهش یافته است. این به آن معناست که مصرف کننده کفش سهم کمتری از درآمد خود را صرف خرید کفش نسبت به سایر کالاها و خدمات نموده است.
5. آمارها نشان می‌دهد که نسبت هزینه حمل و نقل و ارتباطات به هزینه کفش در دوره مورد بررسی از $2/2$ برابر در سال 71 به 9 برابر در سال 82 رسیده است و این نسبت در بخش بهداشت و درمان در همین دوره از $2/2$ برابر به 5 برابر افزایش یافته است.
6. از سویی دیگر سهم کفش از هزینه‌های غیرخوراکی هر خانوار شهری از $1/84$ درصد در سال 81 به عدد $1/76$ در سال 82 رسیده است که این روند (نزولی) از سال 75 به طور مستمر ادامه دارد و این نشان از تغییر الگوی مصرف در خانوارهای ایرانی در سال‌های اخیر می‌باشد.
7. تغییرات الگوی مصرف که به طور عمده ناشی از ترکیب سنی جمعیت کشور (تقریباً 70 درصد زیر 30 سال) از یک سو و متوسط هزینه کفش در خانوارهای شهری که رقمی در حدود 53 هزار تومان در سال 82 می‌باشد از سوی دیگر موجب گرایش مصرف کنندگان جوان ایرانی به خرید کفش‌های وارداتی ارزان قیمت و آن هم از نوع قاچاق است که تداوم این وضعیت موجب افت شاخص تولید اشتغال و سرمایه‌گذاری در این بخش از صنعت خواهد شد.
8. در هشت ماهه اول سال 83، ورود حدود $41/7$ میلیون دلار

محصولات چرمی و غیرچرمی به خارج از کشور صادر شده است که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل 64 درصد به لحاظ وزن و 29/9 درصد به لحاظ ارزش کاهش داشته است. حاصل این کاهش 24 درصد انحراف منفی از بودجه صادرات محصولات چرمی و غیر چرمی در هشت ماهه اول سال جاری می‌باشد.

9. در حال حاضر چین و کفش چینی نیز از مهم‌ترین معضلات برون‌زای صنعت کفش ایران است که فشار و بحران موجود را چند برابر کرده است. ورود بی‌رویه این کالای ارزان و بی‌کیفیت تهدیدی مستقیم برای اشتغال و کاهش فعالیت تولیدکنندگان کفش ایرانی شد. در این فضای ناعادلانه که به نفع تولیدکنندگان چینی است تولیدکنندگان ایرانی به جای رقابت سالم، تلاش و نوآوری و پاسخگویی بر تغییر الگوی کفش کشور به ابزاری برای دریافت مالیات در راستای اجرای قانون تجمع عوارض تبدیل شده‌اند.

10. باتوجه به دلایل فوق شرایط به نحوی است که تجمع عوارض که باعث افزایش قیمت تمام شده، کاهش قدرت رقابتی در صنعت کفش، کاهش حاشیه سود تولیدکنندگان می‌شود، امکان ادامه فعالیت را برای تولیدکنندگان کفش غیرممکن می‌سازد و می‌تواند به صورت قوزی کنار قوزی‌های دیگر صنعت باشد.

شب تاریک و بیم موج و گردابی چنین هایل

کجا دانند حال ما سبک بالان ساحل‌ها

باتوجه به این که در پایان هر سال کمیسیونی چهار نفره متشکل از نمایندگان محترم وزارت صنایع، بازرگانی، اقتصاد و دارایی و سازمان مدیریت نسبت به تجدید نظر جهت چگونگی اخذ عوارض از کالاها تصمیم‌گیری می‌نمایند که امیدواریم بایک اقدام ارزنده شاهد حذف تجمع عوارض در صنعت کفش باشیم.



28. قبولی ناپلئونی صنعت کفش^{۲۸}

قضاوت و داوری در باره صنعت کفش که با نمره ناپلئونی قبول شده است، دشوار است.

ابعاد سرگیجه آور مشکلات، فراز و نشیب‌ها و بحران‌های جدی کفش، کارنامه مشروطی را پیش‌رویمان گشوده است.

افزایش قیمت نفت به تبع آن افزایش قیمت مواد پتروشیمی تا زیره کفش و محصول تولید شده تاثیرگذار بود.

تهدید واردات بی‌رویه و قاچاق کفش‌های بی‌کیفیت چینی فشار دیگری را بر تولیدکننده تحمیل کرده و کارنامه یک ساله این صنعت را منفی کرد.

اما این مشکلات تنها از بیرون رخ نداد.

تجمع عوارض، سیاست‌های انقباضی بانک‌ها، تسهیلات محدود، بالا بودن نرخ بهره بانکی، افزایش ضریب سود مالیاتی در شرایط رکود از 10 درصد به 15 درصد، عدم دریافت یارانه صادراتی سال قبل فشارهای تامین اجتماعی پارامترهای فشاری بودند که منجر شد تولیدکنندگان نمره خوبی کسب نکنند.

اما خودمان نیز در ایجاد فشارها و تهدیدها برای تولیدکنندگان سهیم بودیم.

به قول حافظ

عیب رندان مکن ای زاهد پاکیزه سرشت

139

که گناه دیگران بر تو نخواهند نوشت

من اگر نیکم و گر بد تو برو خود را باش

هر کس آن درود عاقبت کار که کشت



1372



از سویی دیگر برآورده نشدن نیاز تمام مشتریان، پارامتر دیگری بود که امتیاز نیاوردیم.

مشتریانی که بیشتر آنان را جوانان ایرانی تشکیل می‌دهند، جوانانی که به دنبال مد و ارزانی‌اند، از سویی دیگر خانواده‌هایی که تنها با یک جفت کفش سال 83 را سپری کردند و در این پارادوکس سهیم بودند. ما امتیاز نیاوردیم.... به معدل صنعت کفش می‌رسیم با نمره ناپلئونی قبولی مشروط گرفتیم.

در این وادی، بهترین داوری سکوت است و شاید آمارهای رسمی به ما کمک کنند، در پایان سال حرفی برای گفتن داشته باشیم. آمارهایی رسمی که برآورد 9 ماهه و 10 ماه‌اند، این آخرین وضعیت آماری در کارنامه یک ساله صنعت کفش است؛ کوشیدیم شش سرفصل صادرات، واردات، شاخص تولید و اشتغال شاخص بهای کفش مصرفی (تورم کفش)، سهم کفش در هزینه‌های غیرخوراکی خانوار شهری، شاخص تولیدکننده و عمده فروش و مقایسه آن با شاخص بهای کفش مصرفی را ارزیابی کنیم.

امید است اوایل سال آینده پس از انتشار آمارهای رسمی سال 83 بتوانیم تحلیلی در بضاعتمان از تغییرات اوضاع کفش ایران ارائه نماییم.

مزرع سبز فلک دیدم و داس مه نو

یادم از کشته خویش آمد و هنگام درو

گفتم ای بخت، بخفتیدی و خورشید دمید

گفت: با این همه از سابقه نومید مشو

«حافظ»

1- صادرات

1.1. ارزش صادرات انواع کفش در ده ماهه اول سال 83 حدود 37 میلیون دلار است که در مقایسه با 47 میلیون دلار ده ماهه اول سال 82 حدود 21 درصد کاهش نشان می‌دهد. این نسبت برای ده ماهه اول 82 در



- مقایسه با ده ماهه اول 81 حدود 14 درصد کاهش را نشان می‌دهد.
- 1.2. ارزش صادرات کفش و دمپایی غیرچرمی در ده ماهه اول 83 از لحاظ وزنی 52/3 درصد کاهش و از لحاظ ارزش از 36 درصد کاهش برخوردار است.
- (24/1 میلیون دلار در ده ماهه اول سال 83 در مقایسه با 37/6 میلیون دلار سال 82) این نسبت برای ده ماهه اول سال 82 در مقایسه با ده ماهه اول 81 حدود 9 درصد کاهش را نشان می‌دهد.
- 1.3. ارزش صادرات کیف و کفش چرمی در ده ماهه اول سال 83 از لحاظ وزنی 42/1 درصد افزایش و از لحاظ ارزش از 45 درصد افزایش برخوردار است.
- (13/6 میلیون دلار و در ده ماهه اول 83 در مقایسه با 9/4 میلیون دلار ده ماهه 82) این نسبت برای ده ماه اول 82 در مقایسه با ده ماهه اول 81 حدود 14 درصد کاهش نشان می‌دهد.
- 1.4. متوسط قیمت فروش هر کیلو کفش و دمپایی غیر چرمی صادراتی از 19 دلار در ده ماهه اول 82 با رشدی معادل 32 درصد به 2/5 دلار در ده ماهه اول 83 افزایش یافت.
- 1.5. متوسط قیمت فروش هر کیلو کفش چرمی صادراتی از 8/9 دلار در دوره محور بررسی با رشد معادل 2/2 درصد به 9/1 دلار افزایش یافت.
- 1.6. بیشترین کفش‌های صادراتی در سال 1383 به کشورهای زیر صادر گردیده است:
- عراق، افغانستان، عربستان سعودی، امارات متحده عربی، آذربایجان، ترکمنستان، گرجستان، تاجیکستان و فدراسیون روسیه

2. واردات

- 2.1. در 9 ماهه اول سال 83 حدود 4594 تن به ارزش 5/5 میلیون دلار



انواع کفش به صورت قانونی وارد کشور شده که متوسط هر کیلو کفش وارداتی حدود $1/21$ دلار می‌باشد.

سهم امارات متحده عربی از کفش‌های وارداتی از لحاظ وزن $5/5$ میلیون دلار انواع کفش به صورت قانونی وارد کشور شده که متوسط هر کیلو کفش وارداتی حدود $1/21$ دلار می‌باشد.

سهم امارات متحده عربی از کفش‌های وارداتی از لحاظ وزن $82/5$ درصد و به لحاظ ارزش $80/5$ درصد با متوسط هر کیلو $1/18$ دلار می‌باشد.

در همین دوره حدود 27 تن کفش ضدآب و اسکی به ارزش 270 هزار دلار با متوسط هر کیلو 10 دلار وارد کشور شده که بدون احتساب این نوع کفش‌ها سایر کفش‌های وارداتی با متوسط $1/11$ دلار برای هر کیلو وارد کشور گردید.

2.2. در سال 1382 حدود 1936 تن به ارزش $3/2$ میلیون دلار انواع کفش با متوسط هر کیلو $1/69$ دلار به صورت قانونی وارد کشور شد.

سهم امارات متحده عربی از کفش‌های وارداتی از لحاظ وزن 91 درصد و ارزش 81 درصد با متوسط هر کیلو $1/49$ دلار بوده است.

در سال 1382 حدود 45 تن کفش ضد آب و اسکی به ارزش 284 هزار دلار با متوسط هر کیلو $6/3$ دلار وارد کشور شده است.

در سال 1381 حدود 126 تن به ارزش 249 هزار دلار با متوسط هر کیلو $1/96$ انواع کفش به صورت قانونی وارد کشور شده است.

3. شاخص تولید و اشتغال

3.1. شاخص کل تولید کارگاه‌های بزرگ صنعتی کشور در سه ماهه اول سال 1383 به حدود $211/3$ رسید که نسبت به دوره مشابه سال قبل $12/9$ درصد افزایش نشان می‌دهد، این نسبت در پایان سال 82 در مقایسه با سال 81 رشد $24/4$ درصد را نشان می‌دهد.



3.2. شاخص کل تولید کفش در پایان سال 82 به 35/6 رسید که نسبت به سال گذشته 41/2 درصد کاهش نشان می‌دهد.

3.3. شاخص کل اشتغال کارکنان در سه ماهه اول سال 1383 به حدود 102/7 رسید که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل معادل 3/7 درصد کاهش یافته است.

3.4. شاخص اشتغال کارکنان تولید کفش در سه ماهه اول سال 1383 به حدود 18/1 که در مقایسه با دوره مشابه سال گذشته 40/1 درصد کاهش نشان می‌دهد این نسبت در پایان سال 82 در مقایسه با سال 82 کاهش 60/6 درصد را نشان می‌دهد.

4. شاخص بهای کفش مصرفی (تورم کفش)

4.1. مقایسه نرخ تورم کل و تورم کفش در 10 سال 82-72 حکایت از هفت برابری سطح عمومی قیمت‌ها در مقایسه با چهار برابر شدن قیمت کفش دارد.

4.2. تورم کل کشور در 10 ماهه اول سال 83 حدود 15 درصد و تورم کفش در همین دوره حدود 10/5 درصد است.

4.3. شاخص بهای کفش مصرفی از 163/5 در فروردین سال جاری به 177/1 در پایان دی‌ماه با رشدی معادل 8/3 درصد رسید و شاخص بهای کالا و خدمات مصرفی از 258/4 در فروردین به 284/9 در پایان دی‌ماه با رشدی معادل 10/2 درصد برخوردار بوده است.

4.4. ¹⁴³ بررسی مقایسه روند تغییرات نرخ تورم کفش در 10 ماهه اول سال جاری با تغییرات نرخ تورم کالا و خدمات مصرفی در همین دوره حاکی از این مطلب است که هر دو شاخص در مهرماه سال جاری بیشترین درصد رشد قیمت‌ها را داشته اما شاخص تورم کفش در مقایسه با مهرماه در سه ماه گذشته به تدریج سیر نزولی پیدا کرده به طوری که از 12/1 درصد رشد قیمت در مهرماه به 10/9 درصد در دی‌ماه رسیده است.

5. سهم کاهش در هزینه‌های غیر خوراکی خانوار شهری

5.1. در سال 1382 هر خانوار شهری به طور متوسط 53/300 تومان کفش خرید کرده که رشد آن در سبد مصرفی خانوار از 18/8 درصد در سال 1381 به 11 درصد در سال 1382 کاهش یافته است.

5.2. در همین سال رشد هزینه‌های غیر خوراکی از 25/1 درصد در سال 1381 به 16/3 درصد در سال 1382 کاهش یافته است.

5.3. بررسی روند تغییرات سهم کفش از هزینه‌های غیر خوراکی خانوارهای شهری در ده سال گذشته نشان می‌دهد که بیشترین نسبت حدود 3/87 درصد در سال 1375 و کمترین نسبت حدود 1/76 درصد مربوط به سال 1382 می‌باشد.

5.4. بررسی سهم گروه‌های درآمدی از هزینه کفش خانوار شهری در سال 82 حاکی از آن است که 40 درصد پایین‌ترین درآمد 24/4 درصد و 40 درصد درآمدهای میانی 42/9 درصد و 20 درصد بیشترین درآمد حدود 34/7 درصد از هزینه کفش را به خود اختصاص داده‌اند.

5.5. بررسی روند تغییرات سهم کفش از هزینه‌های غیر خوراکی در گروه‌های درآمدی از سال 1375 تا 1382 حاکی از آن است که برای 20 درصد بیشترین درآمد این نسبت از 3/19 به 1/5 دلار و برای 20 درصد کمترین درآمد از 4/07 درصد در سال 75 به 2 درصد در سال 82 کاهش یافته است.

6. شاخص تولیدکننده و عمده فروش و مقایسه آن با شاخص بهای کفش مصرفی

بررسی مقایسه‌ای روند تغییرات سه شاخص بهای کفش مصرفی تولیدکننده و عمده فروش کفش در ده ماهه اول سال 1383 حاکی از موارد زیر است:

6.1. در چهار ماهه اول سال با وجود نزولی بودن رشد شاخص‌های مورد مطالعه شاخص مصرف کننده نسبت به سایر شاخص‌ها از رشد بالاتری برخوردار



بوده.

6.2. در ماه‌های مرداد، شهریور سال جاری رشد سه شاخص مورد نظر از یک آهنگ روبه رشد برخوردار بودند و همچنان رشد شاخص مصرف کننده بیشتر از رشد دو شاخص دیگر است.

6.3. در مهرماه و آذرماه سال جاری با وجود افزایش رشد شاخص‌های فوق، رشد شاخص‌های تولیدکننده و عمده فروش از رشد شاخص بهای کفش مصرفی از افزایش بیشتری برخوردار گردیدند که در صورت تداوم این وضعیت صنعت کفش با تشدید رکود مواجه خواهد شد.

6.4. در آبان ماه و دی ماه سال جاری ضمن پایین آمدن رشد سه شاخص در مقایسه با ماه‌های قبل شاهد پیشی گرفتن رشد شاخص مصرف کننده نسبت به شاخص تولیدکننده و عمده فروش هستیم که در صورت ادامه این وضعیت شاهد بهبود کسب و کار نسبی در اقتصاد کفش ایران خواهیم بود.





















بسم خدا

آگهی دعوت

پيرو اعلام وزارت محترم کشور در خصوص تأسيس انجمنهای علمی، صنفی طبق مقررات قانون فعاليت احزاب و جمعيتها بدینوسیله از کلیه

متخصصین و تولیدکنندگان صنعت کفش

در سراسر کشور دعوت میشود با همراه داشتن کارت

شناسائی یا گواهی اشتغال بکار مرتبط با صنعت کفش رأس ساعت ۱۰ صبح روز ۷۲/۱/۳۱ در اولین مجمع عمومی جامعه صنعت کفش ایران که در محل شرکت کفش پیروزی واقع در کیلومتر ۱۱ جاده مخصوص کرج تشکیل خواهد شد حضور بهم رسانند. دستور جلسه عبارت است از:

- ۱- پذیرش عضویت اعضاء حاضر.
- ۲- تصویب اساسنامه جامعه با رأی اکثریت عده حاضر.
- ۳- انتخاب اعضای هیئتمدیره و بازرسان جامعه از بین نامزدها ضمناً افرادی که مایل به عضویت در هیئتمدیره و بازرسان جامعه هستند باید ضمن اعلام نامزدی خود مدارک ذیل را تا تاریخ ۷۲/۱/۱۹ به پست سفارشی به آدرس وزارت کشور - اداره کل سیاسی - طبقه پنجم اطلاق ۱۹ ارسال نمایند.

مدارک لازم جهت اعلام نامزدی:

- ۱- فتوکپی پروانه تولید جهت شرکتهای خصوصی و گواهی اشتغال بکار جهت مدیران شرکتهای تحت پوشش
- ۲- فتوکپی صفحه اول شناسنامه.
- ۳- دوقطعه عکس.
- ۴- برگ اعلام نامزدی هیئتمدیره و بازرسان.

تذکر مهم: لطفاً روی پاکت ارسالی نام کامل و جامعه صنعت کفش ایران، را درج نمایید.

هیئت مؤسسين جامعه متخصصین و
تولیدکنندگان کفش

این کتاب با هدف بررسی تحولات تاریخ کفش ایران در دوران معاصر جمع‌آوری نشده، اما به نظر می‌رسد برای علاقمندان؛ جوانان و پژوهش‌گران؛ فرصتی را بوجود آورد که ضمن بازتعریف اطلاعات و چالش‌های دهه گذشته صنعت از زبان یکی از دست‌اندرکاران آن؛ در جریان عکس‌العمل‌های صنعت کفش در قبال تحولات اقتصادی کشور در دهه گذشته قرار گیرند.

