

سرافین سال تولد نشریه صنعت کفش و چند سوال راهبردی



ماہنامہ صنعت کفش در آستانه سی امین سال انتشار

به نظر می‌رسد برای تعیین راهبرد اداره مجله در دهه چهارم فعالیت همچنان باید به دنبال پاسخ سوالاتی که نگارنده به مناسبت یکصدمین شماره انتشار نشریه در سخن دوم شماره «۱» در اسفند ۸۴ مطرح کرد، به اضافه سوالات دیگر باشیم. قطعاً پاسخ این سوالات دست‌اندرکاران امروز مجله را در تحقق اهداف بنیان نشریه و «جامعه» در شرایط پرمخاطره کنونی که همه چیز به سرعت در حال تغییر است، یاری می‌رساند:

❖ جایگاه مجله صنعت کفش در «صنعت کفش ایران» کجاست؟ سهم مجله در تحولات صنعت کفش ایران در سی سال گذشته چقدر بوده است؟ انتشار مستمر مجله در تحقق اهداف «جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران» به چه میزان موثر بوده است؟ آیا مجله و صنعت کفش دو بردار متحدالجهت بودند یا مختلف‌الجهت؟

❖ مجله چقدر توانسته در طول این سال‌ها همراه با تحولات اجتماعی-اقتصادی ایران حرکت کند و پاسخگوی نیاز فکری مدیران، متخصصان و صاحبان صنعت کفش و صنایع وابسته باشد؟

❖ آیا مجله توانسته منعکس‌کننده تحولات زنجیره ارزش چرم و کفش کشور در سال‌های گذشته باشد؟ آیا توانسته نقش «دیدبان» صنعت کفش را ایفا و صاحبان این صنعت را از تحولات محیطی صنعت در ایران و جهان به‌طور مستمر با خبر کند؟ آیا در انعکاس تحولات کشورهای مطرح در این صنعت در قالب مطالعات تطبیقی موفق بوده است؟ آیا توانسته به‌طور کارشناسانه مشکلات صنعت کفش در ایران را به‌طور مستمر به گوش مسئولان و تصمیم‌گیران کشور برساند؟ چقدر توانسته سهم صنعت کفش ایران را به لحاظ تولید، گردش مالی، اشتغال و سایر شاخص‌های اقتصادی نسبت به کل صنعت کفش کشور منعکس و این سهم را نسبت به اقتصاد ایران محاسبه کند؟ مجله چقدر توانسته مخاطبان خود را در شناخت «اندازه این سهم» در اقتصاد جهانی یاری کند؟

به لطف خدولند سبحان و حمایت‌های مادی و معنوی اصحاب زنجیره ارزش، تولید، توزیع، تشکلهای صنعتی و اتحادیه‌های صنفی چرم، کفش و صنایع وابسته و همراهی صمیمانه بخش‌های گوناگون تحریریه، آگهی، فنی، مالی، فناوری اطلاعات، توزیع و پشتیبانی در بیست‌ونه سال گذشته راه سنگلاخی را طی کردیم. البته باید از حمایت هیأت مدیره‌ها و بازرسین دوره‌های گوناگون از اول تا نهم و همراهی دبیران و دبیرخانه جامعه صنعت کفش ایران نیز یاد کرد و قدردان محبت‌های تمام این عزیزان در طول سه دهه فعالیت ماهنامه صنعت کفش بود.

به مصداق «من لم یشکر المخلوق، لم یشکر الخالق» یاد می‌کنیم از برادر بزرگوارم جناب آقای عبدالحمید سروش‌فر، منصور خان‌نوبنی، سیروس عباس‌نژاد، مسعود فرجاء، سیدحسین موسوی و زنده‌یاد استاد فرهمند اولین سردبیر نشریه و تمام همکارانی که در بخش‌های مختلف تحریریه، آگهی‌ها، فنی، پشتیبانی و توزیع در طول این سال‌ها در تداوم انتشار نشریه همراه ما بودند. حاصل سال‌ها انتشار نشریه حدود ۱۳ هزار صفحه مطلب درباره صنعت کفش و صنایع مرتبط است که در حافظه تاریخی صنعت باقی خواهد ماند. اینکه در این سه دهه فعالیت در زمان‌های مختلف (کوتاه‌مدت و میان‌مدت و بلندمدت) بدنه صنعت چه نمره‌ای به عملکرد نشریه خودشان می‌دهند، مهم است. البته همکاران خبرنگار ما و مدیریت تحریریه در حال جمع‌آوری نظرات این عزیزان هستند، اما مهم‌تر از آن، برنامه مدیریت تحریریه با توجه به سرعت تغییرات فضای رسانه و اطلاع‌رسانی، برای دهه چهارم فعالیت نشریه است. فضای کار رسانه‌ای در روزگار فعلی با آنچه در شروع فعالیت نشریه در دهه ۷۰ و حتی ۸۰ تا قبل از کرونا شاهد بودیم، به سرعت تغییر کرده و به عبارت دیگر، سرعت تغییرات محیط از سرعت یادگیری ما بیشتر شده است.

« آیا مجله برای معرفی شاخص‌های اقتصادی مربوط به صنعت کفش مانند مقایسه تورم کل یا تورم کفش، شاخص رشد بهای عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، شاخص بهای تولیدکننده و صادرات کفش، سهم هزینه کفش در سبد هزینه خانوار، روند تغییرات صادرات و واردات قانونی و قاچاق کفش و روند شاخص تولید و اشتغال کفش در کشور تلاش‌های کارشناسانه انجام داده است؟

« آیا در این مدت «نشریه صنعت کفش» تلاش کرده مشکلات صنعت کفش ایران را در زمینه‌هایی مانند کارگاه‌های زیرپله‌ای، پستانی‌سازها، تعداد بی‌شمار واحدهای دست‌دوز و ماشینی کوچک به‌ویژه مشکلات نیروی انسانی شاغل در آن که بر اثر کمترین فشار محیطی مانند سیل قاچاق و نوسان قیمت ارز و افزایش مواد اولیه در معرض بیکاری قرار می‌گیرند را منعکس کند؟

« آیا مجله برای بقای خود و پیدا کردن مشتریان بیشتر باید غوغاسالاری راه می‌انداخت و از اختلافات طبیعی بین واحدهای تولیدی و افراد بهره‌بردار رسانه‌ای می‌کرد یا با اخلاق حرفه‌ای و نقد منصفانه سیاست‌های خود را پیش می‌برد؟

« آیا مجله در زمینه جذب آگهی که پستوانه مالی نشریه محسوب می‌شود، از مخاطبان صنعت کفش و صنایع وابسته مرتبط موفق بوده است؟

« چه تعداد از تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و علاقه‌مندان به صنعت کفش که تعداد آنها نیز بسیار است، هر شماره مجله را (فیزیکی یا دیجیتالی) دریافت می‌کنند و به عبارت دیگر، ضریب دسترسی فعالان صنعت کفش به این نشریه چه میزان است؟ مدیریت توزیع نشریه با توجه به شرایط جدید بعد کرونا، در جذب مخاطبان بالقوه و بالفعل چه قدم‌های مؤثری برداشته است؟

« مجله در «فرهنگ‌سازی» برای مصرف‌کنندگان کفش چه گام‌هایی برداشته و تولیدکنندگان را چگونه از مسئولیت اجتماعی خود آگاه کرده است؟

« آیا توانسته منعکس‌کننده سلیقه‌های در حال تغییر مصرف‌کنندگان، به‌ویژه جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال که هدف اولیه بازار کفش‌های وارداتی هستند، به تولیدکنندگان کفش کشور باشد؟

« آیا در طول انتشار نشریه در ۲۹ سال گذشته، روند تغییرات آن در زمینه های گوناگون به سمت حرفه‌ای شدن بوده است؟

« در معرفی پیشکسوتان و کارآفرینان جوان در حوزه‌های مختلف کفش، چقدر موفق بوده است؟ چه میزان در انعکاس تاریخ صنعت کفش ایران از گذشته دور تا کنون تلاش کرده و در زمینه شناخت تحولات دوران معاصر این صنعت یا استفاده از تکنیک «تاریخ شفاهی»، چقدر جلو رفته است؟

« آیا در بررسی تاثیرات پوشیدن کفش مناسب بر بهداشت یا و بیماری‌های مربوط به آن، موفق عمل کرده است؟

« چه میزان در معرفی فرصت‌ها و نقاط قوت این زنجیره ارزش به صاحبان کسب‌وکارهای مرتبط، موفق عمل کرده است؟ چقدر در توسعه سرمایه‌گذاری در زنجیره ارزش صنایع وابسته که تعداد آنها نیز زیاد است، مؤثر بوده است؟ آیا نشریه در ارائه راهکارهای اجرایی به بدنه صنعت در رفع چالش‌های صنعت کمک کرده است؟ آیا توانسته در زمان‌های مختلف، فهرستی از چالش‌های مبتلابه صنعت را شناسایی و همراه با راهکارهای اولیه با زبان ساده انعکاس دهد؟

« چقدر توانسته مانند خود صنعت و تحولات رسانه‌ها در روزگار فعلی، پوست‌اندازی کند، خودش را به‌روز نگهدارد و پاسخگوی سوالات متنوع مخاطب امروز باشد؟

« آیا بازنشر موضوعات رسانه مکتوب در فضای مجازی، کارآیی لازم را دارد؟

و ده‌ها سوال دیگر که بررسی و پاسخگویی کارشناسانه و اقدام در در راستای عملیاتی کردن هر یک از آنها می‌تواند تداوم‌بخش راهی باشد که در نهایت به توسعه‌یافتگی صنعت کفش ایران و ارتقای جایگاه آن در اقتصاد ایران بینجامد. ان‌شاءالله

**پرو اندر بیابان جست‌وجو کن
ز هر خاکی کفی بردار و بوی کن
از آن خاکی که بوی عشق برخاست
یقین دان، تربت لیلی همانجاست**
جمعه پنجم خرداد ۱۴۰۲