

استمرار شرط تالیف‌گذاری

مریم چهاربالش



پروژه مدیریت دانش و مستندسازی تجربیات مدیران سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران در دهه ۸۰ فرصت بی نظیر گفت و گو با مدیران و نخبگان علم مدیریت را برایم فراهم آورد. گفت و گو با دکتر عمادزاده، یکی از نقاط عطف این گفت و گوها حداقل برای خودم بود. ایشان یکی از مهم ترین رازهای موفقیت در تحقق اهداف هر سازمانی را «استمرار» عنوان کردند. یافشاری بر اهداف و تعهد به چشم انداز ترمیمی از اصولی است که به آسانی قابل کسب نیست اما کوچک ترین بی تعهدی تسبب به آنها نیز باعث بی ثمر شدن تمام تلاش های سازمان و عدم تحقق هدف می شود. حال اگر از این منظر بخواهم انتشار ماهنامه صنعت کفش را تحلیل کنم باید بگویم که استمرار در فعالیت آن هم در شرایطی که مطبوعات تخصصی و غیرتخصصی در ایران همواره عمر کوتاهی دارند، برگ برنده این نشریه است. به این ترتیب هم اکنون نشریه صنعت کفش برای خودش به صورت مستقل تبدیل به یک برند در عرصه مطبوعات تخصصی شده است و از سوی دیگر یک رابطه تعاملی ارزش آفرین با جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش پیدا کرده است به این ترتیب که از یک سو جامعه برای ماهنامه صنعت کفش ارزش آفرینی می کند و از سوی دیگر نشریه تبدیل به تربیونی برای جامعه صنعت کفش شده است و در نهایت به عنوان صدای مستمر و بایدار زنجیره صنعت جرم و کفش عمل می کند و آنچه که حاصل آمده است، حاصل استمرار در فعالیت است که بسیار ارزشمند است. در کنار مشکلات حرفه ایی چاپ و انتشار باید به این نکته توجه داشته باشیم که در چهارسال گذشته علاوه بر مشکلات کلی، موضوع کرونا نیز مزید بر علت بود. در این دوران بسیاری از کسب و کارها و به خصوص کسب و کارهای مرتبط با صنعت کفش به محاق تعطیلات گسترده رفتند و به این ترتیب حامیان مالی نشریه نیز با مشکلات چندی روبرو شدند که بالطبع این فشار به اقتصاد نشریه وارد می شد، اما در هر صورت همه روزهایی سخت گذشت و آن چه که باقی ماند انتشار مرتب و بدون تاخیر ماهنامه صنعت کفش بود و بی شک این مهم حاصل نمی شد مگر با مدیریت صحیح منابع که حالا افتخار آن برای ماهنامه صنعت کفش باقی مانده

است. در پایان خالا که بیش از یک دهه است افتخار قلم زدن برای ماهنامه صنعت کفش را دارم ذکر یک نکته را به عنوان نقطه قابل بهبود لازم می دانم و اینکه گاهی اوقات به نظر می رسد وزن برخی مطالب به نفع حمایت از دولت می چربد. هر چند به شدت معتقد به تعامل تشکلی ها با نهاد دولت هستم اما در عین حال بر این باورم که در برخی موارد یا وسواس زیاد باید به رابطه نشریه با دولت نگاه کرد و بهتر است جایگاه چانه زنی با دولت به جایگاه تشکلی جامعه منتقل شود و جای آن نشریه صنعت کفش به عنوان یک ناظر مستقل عمل کند.

نشریه را برای معرفی توانمندی های صنعت بین المللی کنید
دکتر سلیقه

رئیس اداره فناوری و نوآوری دفتر صنایع منسوجات و پوشاک
مجله صنعت کفش نقش خوب و به سزایی در توسعه صنعت کفش و صنایع وابسته داشته است و از آن جا



که به خاطر فعالیت دانشگاهی روی مباحث علمی دقت دارم به گمان من این نشریه در تعمیق، گسترش و انتشار دانش نظری و کاربردی در صنعت کفش نقش مؤثری داشته است. چالش های موجود را به خوبی بررسی می کند و راهکارهایی برای آن ها پیشنهاد می دهد یا نوآوری های فناورانه صنعت کفش را معرفی می کند، در رویدادهای و نمایشگاه های مختلف مرتبط با صنعت حضور فعال دارد و از همه ابزارهای پیرامون خود بهره می برد تا آگاهی های لازم را در دسترس فعالان صنعت بگذارد.

در روند توسعه هر فناوری، ترویج و انتشار مسایل آن صنعت و فناوری، آماده کردن ذهن مخاطبان و افراد جامعه صنعت کفش و کیف و جرم و همچنین ترغیب مردم به خرید و بهره مندی از کالاهای فناورانه که در محصول نهایی نقش دارد از اهمیت خاصی برخوردار است. نشریه صنعت کفش بستر مناسبی برای ترویج و توسعه فناوری های روز و ایجاد نوآوری در صنعت است که می تواند دستوردهای پژوهشگران و نوآوران صنعت کیف و کفش را منتشر کند و تجارب مدیران بزرگ صنعت را به دیگر مدیران فعال انتقال دهد و دانش علمی و فناوری مخاطبان خود را بالا ببرد و آن ها را با فناوری های روز جهان آشنا بکند.

با توجه با توانمندی های تولید و صادرات و ظرفیت هایی که در صنعت کفش ما دیده می شود و در چند سال

گذشته رشد قابل توجهی داشته است. مجله باید به سمت بین‌المللی‌شدن حرکت کند. ما در صنعت کفش به یک مجله بین‌المللی که کیفیت بالایی داشته باشد نیاز داریم که بتواند اعتبار دانشی و صنعتی ارزشمند صنعت کفش را در جهان نمایش بدهد و اهرم ارزشمندی برای ارتقاء ارتباطات بین‌المللی این صنعت باشد و جایگاه صنعت کفش ایران را در نظام بین‌الملل تثبیت کند. همان کاری که کشورهای پیشرفته در صنعت کفش مانند ایتالیا انجام می‌دهند. ما به لحاظ ظرفیت تولید از ایتالیا چندان دور نیستیم ولی آن‌ها حدود ۱۴ میلیارد دلار به کشورهای جهان صادرات دارند و حجم صادرات ما بسیار محدود است. معرفی توانمندی‌های صنعت کفش ایران به جهان نیازمند یک نشریه بین‌المللی قدرتمند است.

حمید اسلامی راد: سال سی

اینجا رسانه‌ها پیر نمی‌شوند؛ به هزار و یک داستان جوانمرد می‌شوند. شاید به جوانی هم نرسند مگر اینکه به سازان‌ها و نهادهای حاکمیتی وابسته باشند و بهره‌مند از پشتوانه سیاسی و اقتصادی قدرتمند بپراه نیست اگر رسانه‌ای به دهمین سال انتشار خود برسد به شکرانه



تابآوری و گذر از بحران‌ها جشن و شادی به پا کنند. و اکنون که مجله صنعت کفش به آستانه سی‌امین سال انتشار پا می‌گذارد و آماده می‌شود دهه چهارم کار خود را آغاز کند، این رنج سی‌ساله شایسته یادداشت و بزرگداشت است. ماه عسل مجله‌های تخصصی وابسته به نهادهای صنعتی و صنعتی به یک سال هم نمی‌رسد و زودتر از آنچه گمان می‌کرده‌اند، خود را دست‌بسته در میان چاه‌ها و چالش‌های کار رسانه یافته‌اند. چرا چنین می‌شود؟ پاسخ ساده و سراسر است این است که با ساده‌انگاری، سراغ انتشار مجله رفته‌اند، نگاه رسانه‌ای نداشته‌اند، از مشاوره کارشناسان رسانه بهره نبرده‌اند، نگاه اقتصادی نداشته‌اند، راهکارهای درآمد و هزینه مطبوعات را نمی‌دانسته‌اند، نقشه راه نگشیده‌اند و مهم‌تر از همه ایده و اندیشه راهبردی یونانی که پایه کار رسانه باشد و رسانه را در هموار و ناهموار راه جلو ببرد در کار نبوده است. همین بوده که پس از مدتی دیگر منتشر نشده یا اگهی‌نامه شده‌اند یا از سر اجبار که مجله‌ای داشته باشند هر بار دست به دامن کسی شده‌اند تا پولی بیاید و مجله را به عنوان شناسنامه نهاد خود منتشر کرده‌اند.

مجله صنعت کفش، اما کارنامه جداگانه‌ای دارد. پرونده کاری این مجله نشانه می‌دهد که پایه کار از روز نخست، راست و درست گذاشته شده است؛ پایه‌گذاران می‌دانسته‌اند کجا ایستاده‌اند، برای چه مخاطب و خواننده‌ای می‌خواهند مجله منتشر کنند و نیازهایش را می‌شناخته‌اند و برای انتشار سراغ کارشناسان رسانه‌ای رفته‌اند. این مجله از آغاز، جایگاه خود را به عنوان سخنگوی صنعت کفش ایران تعریف و تلاش کرده به دیده‌بانی مسائل، چالش‌ها و مشکلات صنعت بپردازد و آنها را با اطلاع‌رسانی و تحلیل کارشناسانه به گوش مدیران مسئول دولتی برساند و راهکارهای خود برای رفع مشکلات را پیشنهاد دهد. پیگیری و بازتاب مسائل روز صنعت و بازار کفش موجب شده مجله صنعت کفش همیشه تازگی داشته باشد و از سوی دیگر، چنانچه کسی بخواهد تحولات تاریخی و افت‌وخیز صنعت کفش را مطالعه و بررسی کند با ورق‌زدن شماره‌های این مجله به بانک اطلاعاتی پرو و پیمانی دست خواهد یافت. اندیشه رشد و توسعه صنعت، رویکرد دیگری است که مجله صنعت کفش از آغاز به کار در پیش گرفته است. توجه به تحولات و دگرگونی صنعت و بازار جهانی کفش، دانش تولید از طراحی تا شناخت مواد و دستگاه‌ها، نوآوری‌ها و فناوری‌های صنعت و مسائل آینده‌نگرانه را می‌توان در شماره‌های مختلف مجله دید که در قالب یادداشت و مقاله و ترجمه و اخبار و گزارش رسانه‌های کشورهای پیشرو در دانش و فناوری کفش منتشر شده است. مخاطب و خواننده مجله صنعت کفش افزون بر این، نیازهای خود را در مجله صنعت کفش پیدا می‌کند؛ نیازهایی که در قالب گزارش‌های آماری، تحلیل بازار، مقاله‌های آموزشی و اگهی‌های تبلیغی هدفمند به آنها در مجله پاسخ داده می‌شود. راز ماندگاری، تازگی و یونانی مجله صنعت کفش در همین رنج سی‌ساله است که دست‌اندرکاران آن تلاش کرده‌اند رسانه باشند و کار رسانه‌ای انجام دهند و این رسانه را زنده نگه دارند. درست همان‌گونه که فردوسی گفت: «سی رنج

بردم در این حال سی»

