



سه دهه فراز و نشیب صنعت در آینه ماهنامه کفش



ماهنامه صنعت کفش نیز از این اصل مستثنا نیست. به جهت ساختاری در این دوره ماهنامه به دلیل اینکه فاقد امتیاز انتشار دائم است، برای هر نسخه انتشار ناگزیر از دریافت مجوز مودی است. به همین جهت نظم انتشار در این دوره در برخی موارد به صورت ماهانه نیست. به جهت تعداد و تنوع مطالب نیز مجله در شکل ابتدایی است و با تعداد عناوین محدود منتشر می شود. به جهت محتوایی این دوره از مجله از یک سو روایتگر داستان تولد جامعه و تحکیم بنیان های آن است. نوع تعامل با دولت، شرکت های مهم کفش ملی و بلا و همچنین طیف تولیدکنندگان بخش خصوصی از جمله دغدغه های این دوره محسوب می شود. در کنار این، مجله از همان ابتدا به دنبال بیان مشکلات تولیدکنندگان بوده است. همچنین در راستای تشکل گرایی و پیگیری مطالبات اعضاء ارتباط با تشکل های زنجیره کیف و کفش در دستور کار قرار داشته است. ضمن اینکه توجه به فناوری روز نیز هیچگاه فراموش نشده است. از جمله تیرهای جالب و تاریخی این دوره می توان به اتصال کفش فدک با خط تلفن به اینترنت اشاره کرد؛ اتفاقی نه چندان دور که دیگر به تاریخ پیوسته است.

اردیبهشت ماه ۱۳۷۲ نخستین مجله صنعت کفش متولد شد. کودکانی که در آن سال متولد شدند، الان جوانان بالغی هستند، تصمیم گیرنده، تاثیرگذار و نقش آفرین. نشریات نیز به عنوان یک اکوسیستم اجتماعی از این اصل مستثنا نیستند. «دوم» همیشه اولین اصل توسعه است. این را بارها در اصول مدیریتی آموخته ایم و حالا پس از سی بهار شایسته است برای جستجوی فرصت های رشد، آینه ای بگذاریم و عملکرد مجله را به دور از تعصب جست و جو کنیم.

برای این هدف، نیاز به یک مدل داریم. در این مقاله از یک مدل دو وجهی برای تحلیل بهره می گیریم.

نخست: بلوغ رسانه ای: این بعد مواردی مانند نظم انتشار، تنوع مطالب، کیفیت و کمیت مطالب ارائه شده را دربر می گیرد.

دوم: بلوغ صنعت کفش: این بعد به فراز و فرودها، کاستی ها و رشد صنعت اشاره دارد و از قضا مهم ترین بعد مدل است. به دلیل اینکه ماهنامه، تربیون جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران است که هدف از انتشار آن کمک به اعتلای این صنعت است. معیار مهم برای ارزیابی این بعد اهداف مندرج در اساسنامه جامعه است. به عبارت بهتر از این منظر جامعه را در آینه مجله کاوش خواهیم کرد. باتوجه به اساسنامه جامعه در این بعد شاخص های زیر مدنظر خواهد بود:

آموزش، مشاوره و تحقیق

پیگیری مطالبات صنفی اعضاء

توسعه صادرات

نمایشگاه ها

تشکل گرایی

همچنین به منظور ساختاردهی، عملکرد نشریه در بازه های زمانی پنج ساله مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. برای این منظور برای هر بازه زمانی ابتدا یک مرور کلی از هر دو بعد ارائه می شود و سپس با مروری از بین انبوه مقاله ها و مطالب شواهد آن را ارائه می کنیم.

۱- میلاد: ۱۳۷۶-۱۳۷۲

در اردیبهشت ماه ۱۳۷۲ نخستین شماره مجله منتشر می شود. مجله ها هم مانند هر موجود دیگری دوران کودکی دارند. دورانی که نیاز دارند براساس شناخت و تعامل با طیف مخاطبان شان، روند رشدشان را ترسیم کنند.

در ادامه مروری بر تیتروهای برگزیده این دوره خواهیم داشت:

- جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران چگونه تشکیل شد (شماره ۱، اردیبهشت ۷۳)
- بزرگ‌ترین مسئله صنعت کفش؛ مواد اولیه و تکنولوژی (شماره ۲، خرداد ۷۳)
- آسیب‌شناسی کفش بی‌کیفیت ایرانی (شماره ۵، مهر ۷۳)
- گفت‌وگو با منصور بتویی (دبیرکل وقت جامعه): باور به جامعه روزبه‌روز قوی‌تر می‌شود (شماره ۵، مهر ۷۳)
- مواد اولیه بحران کمبود دی‌اوپی (شماره ۷، آذر ۷۳)
- گفت‌وگو با رئیس اتحادیه کفش‌های ماشینی (شماره ۱۰، شهریور ۷۴)
- نمایشگاه بین‌المللی تهران و فرصت بازاریابی برای صنعت کفش (شماره ۱۱، مهر ۷۴)
- کفش فدک به اینترنت وصل شد (شماره ۱۲، آذر ۷۴)
- گزارش مجمع عمومی جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران (شماره ۱۴، تیر ۷۵)
- پیوستن یا نپیوستن به چه قیمتی (مجله ۱۷، اسفند ۷۵)
- گزارش مجمع جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران (شماره ۲۰، مهر ۷۶)
- ۲- کودکی: ۱۳۸۱-۱۳۷۷**
- به جهت ساختار رسانه‌ای در ابتدا روال خاصی در این دوره مشاهده نمی‌شود، اما دریافت مجوز نشریه، سرآغاز یک دوره جدید است که بنا به گفته مسئولان مجله آزادی عمل بیشتری به آنها می‌دهد و آنها را از بروکراسی اداری سابق‌رهای می‌بخشد. آن‌گونه که اخبار موجود نشان می‌دهد در این بازه زمانی صنعت کفش هنوز زیرسایه صنعت بزرگ‌تری به نام صنعت نساجی هویت می‌گیرد. مشکلات مواد اولیه همچنان پابرجاست، اما امروز که شاهد عرضه مواد اولیه ایرانی به بازار هستیم. خوب است بدانیم که جرقه ابتدایی این ایده‌های تولید در همین دوره زمانی شکل گرفته است. به جهت ساختار داخلی نیز جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران یک مرحله بلوغ را پیش‌رو دارد. براساس نظر کارشناسان باید در ساختار هیات مدیره ترکیب اعضای دولتی، شرکت‌های دولتی، تولیدکنندگان بخش خصوصی و همچنین متخصصان مشخص شود. نکته قابل توجه در بعد فناورانه نیز تولد ساختار اولیه وب‌سایت جامعه است که آرام آرام اطلاع‌رسانی را متحول خواهد کرد.
- در ادامه عناوین منتخب این دوره را مرور می‌کنیم:
- تهدید کاهش درآمد نفت را چگونه به فرصت تبدیل کنیم (شماره ۲۴، اردیبهشت ۷۷)
- با تصویب هیات وزیران ۱۰۰ میلیون دلار اعتبار به صنایع نساجی تخصیص یافت (مجله ۳۱، اسفند ۷۷)
- دوره جدید برای مجله صنعت کفش با دریافت مجوز دائمی (شماره ۳۲، خرداد ۷۸)
- بحران پلی‌اورتان: اعلام آمادگی صنایع داخلی برای ورود به عرصه تولید (شماره ۳۳، تیر ۷۸)
- گزارش مالی جامعه (شماره ۳۴، مرداد ۷۸)



- نمایشگاه نساجی، کفش و پوشاک اصفهان (شماره ۳۵، شهریور ۷۸)
- انتخابات هیات مدیره: ضرورت همگرایی در هیات مدیره پس از یک دهه فعالیت (شماره ۵۲، خرداد ۸۰)
- جامعه در نامه‌ای به رئیس‌جمهور با مقایسه صنعت کفش با صنعت خودرو مضرات سیاست آزادسازی را تبیین کرد (شماره ۵۳، تیر ۸۰)
- گزارش مجمع عمومی جامعه: افزایش تعداد اعضای هیات مدیره از ۱۲ نفر به ۱۵ نفر (شماره ۵۴، مرداد و شهریور ۸۰)
- مقدمه‌ای بر تدوین استراتژی توسعه صنعت کفش ایران (شماره ۶۲، خرداد ۸۱)
- گفت‌وگو با یاسر بتویی مدیر راه‌اندازی وب‌سایت جامعه (شماره ۶۶، آبان و آذر ۸۱)
- شکل‌گیری گروه کاری ایران و ایتالیا (شماره ۶۷-۶۸، دی و بهمن ۸۱)



اردیبهشت ۱۴۰۳ ♦ شماره ۳۰۳

کفش ۲۹

نشانگر

رشد به تنهایی تأثیر مثبتی ندارد، بلکه باید هم سود آوری و هم ماندگار باشد

۳- قدرت نوجوانی: ۱۳۸۶-۱۳۸۲

حالا دیگر ماهنامه به جهت ساختاری به ثبات رسیده است. تنوع مطالب افزایش یافته و نظم انتشار نیز بهبود جدی پیدا کرده است. همین امر به ماهنامه قدرت داده به عنوان بازوی رسانه‌ای جامعه به شکل بهتری عمل کند و تحولات را از زوایای مختلف از جمله داخلی، خارجی، اقتصاد کلان، مشکلات خرد صنعت و... پوشش دهد. در راستای سیاست‌های توسعه‌ای وزارت صنایع، ارتباط با ایتالیا گسترش پیدا کرده و جامعه در این بین یکی از بازیگران اصلی است. هر قدر جوانه شروع به کار دوباره کفش وین، به صاحبان صنعت انرژی داده به همان میزان تحولات کفش ملی نگران‌کننده است؛ درست مثل زلزله بم که سالورزش با همین دوره همزمان است و حالا جامعه و به تبع آن مجله پای کار آمده تا مانع فاجعه‌ای به نام از دست رفتن فروشگاه‌های زنجیره‌ای کفش ملی شود. از آن سو کفش قاجاق و ارزان قیمت چینی تولیدکنندگان زیادی را از رده خارج کرده و مجله با توان و خلاقیات باید مقابل همه این چالش‌ها بایستد. در ادامه مروری داریم بر این تحولات.

- اعزام هیات علمی، تخصصی و تجاری به ایتالیا (شماره ۷۱، اردیبهشت ۸۲)
- تاکید مدیرکل صنایع نساجی و پوشاک بر سهم تشک‌ها در گروه کاری ایران و ایتالیا (شماره ۷۳، تیر ۸۲)
- برگزاری مجمع عمومی جامعه مدیران و متخصصین صنعت کفش ایران (شماره ۷۴، مرداد و شهریور ۸۲)
- به بهانه تشکیل هیات امناء مرکز آموزش و تحقیقات صنایع کفش و چرم در دانشگاه صنعتی امیرکبیر (شماره ۷۸، دی ماه ۸۲)
- کمک به زلزله‌زدگان بم هزینه قابل قبول مالیاتی است (شماره ۷۹-۸۰، بهمن و اسفند ۸۲)
- دبیر کل جدید: مسئولیت‌ها و برنامه‌ها (شماره ۸۳، تیرماه ۸۳)
- تشکل صنعت کفش نیازمند بازنگری است (شماره ۸۴، مرداد و شهریور ۸۳)
- اطلاعیه پذیرش دانشجوی جهت دوره آموزش عالی آزاد تخصصی (شماره ۸۵، مهر ۸۳)
- حرکت در مه: داستان قاجاق کفش در خصوصی‌ترین صنعت ایران (شماره ۸۶، آبان ۸۳)

- گفت‌وگو با رایزن بازرگانی چین در ایران: قاجاق تنها کانال ورود کفش چینی به ایران: تراز بازرگانی به نفع ایران مثبت است (شماره ۸۷، آذر ۸۳)
- رئیس اتاق ایران و چین: برای مبارزه با قاجاق آماده‌ایم (شماره ۸۸، دی ماه ۸۳)
- مدل پیشنهادی برای ارزیابی عملکرد هیات مدیره جامعه منطبق با اساسنامه (شماره ۹۷، آذر ۸۴)
- با پیگیری‌های جامعه، تعرفه واردات کفش ۱۲۰ درصد افزایش یافت (شماره ۱۰۳، تیر ۸۵)
- نامه‌نگاری نماینده خمینی‌شهر برای حل مشکل کفش ملی به درخواست جامعه (شماره ۱۰۴، مرداد ۸۵)
- دیدار هیات مدیره با وزیر کار و امور اجتماعی (شماره ۱۰۶، مهر ۸۵)
- در گفت‌وگو با رئیس اتحادیه سراجان مطرح شد: بازار کیف و کفش از بالا بودن بهای تمام‌شده رنج می‌برد (شماره ۱۱۱، اسفند ۸۵)

- قادری: مدیرکل دفتر صنایع نساجی و پوشاک: آماده جلوگیری از اضمحلال کفش ملی هستیم (شماره ۱۱۳، اردیبهشت ۸۶)
- برنامه تخریب ساختمان کفش ملی در مهرآباد جنوبی برای تحول و توسعه (شماره ۱۱۵، تیر ۸۶)
- بازگشایی فروشگاه‌های کفش وین با نگاه علمی-تجربی (شماره ۱۱۶، مرداد ۸۶)

۴- سرآغاز جوانی: ۱۳۹۱-۱۳۸۷

به جهت ساختاری نشریه به یک ثبات رسیده است. عناوین و مطالب نظم موضوعی پیدا کرده و به صورت مرتب دنبال می‌شوند. گفت‌وگو، گزارش ویژه، ترجمه و مقاله دیگر در تمام شماره‌ها قابل مشاهده است. ضمن اینکه صدای خوانندگان و دریافت نظرات‌شان نیز به صفحات چاپی راه پیدا کرده است. این دوره باتوجه به اینکه صنعت نیز توانمندتر شده، فعالیت‌های اطلاع‌رسانی برای پوشش اخبار آن هم ضروری‌تر شده است. تنها به یکی از این تحولات توسعه‌ای خوب است اشاره کنیم. در سال ۷۲ در حالی که صنعت کفش فاقد حتی یک نمونه نمایشگاه مستقل بود، حالا هم تبریز و هم مشهد متولد شده‌اند، ضمن اینکه امپکس نیز به یکی از مهم‌ترین رخدادهای تبدیل شده است. علاوه بر این، خوشه‌های صنعتی شکل گرفته‌اند و مهم‌تر از همه تحولات رسیده از قم نشان می‌دهد که در سال‌های پیش‌رو این استان حرف‌های بیشتری برای گفتن خواهد داشت. آموزش آکادمیک نیز در ساختارهای رسمی وارد شده و از آن سوی تشکیلات جامعه نیز با نظم و ثبات پیش‌رو می‌رود. از جمله دستاوردهای جامعه به‌روزرسانی مداوم وب‌سایت است که روزبه‌روز مخاطبان بیشتری جذب می‌کند. در کنار این نقاط قوت البته نباید فراموش کرد که مشکلات نه‌تنها پابرجا هستند، بلکه گویی روزبه‌روز بر ابعاد آنها افزوده می‌شود. انواع جدید مالیات، مسائل مربوط به کفش ملی و... این دوره را شاید بتوان به شکل‌گیری یک نظم در بی‌نظمی تعبیر کرد.



عناوین مرتبط با این تحولات همراه با زمان انتشارشان به شرح زیر هستند:

- چاره جویی بحرانی صنعت کفش ایران (شماره ۱۲۴، فروردین ۸۷)
- راه اندازی رشته طراحی کیف و کفش در انستیتوی چرم تبریز (شماره ۱۲۵، اردیبهشت ۸۷)
- در گفت و گو با نمایندگان مجلس مطرح شد: «مسائل کفش ملی در مجلس طرح می شود» (شماره ۱۲۶، خرداد ۸۷)
- دیدار اعضای هیات مدیره جامعه با گلناز نصراللهی مدیرکل صنایع نساجی و پوشاک (شماره ۱۲۷، تیر ۸۷)
- استقبال تولیدکنندگان از نمایشگاه بین المللی تبریز و برگزاری اولین همایش کفش و چرم ایران در تبریز (شماره ۱۲۸، مرداد ۸۷)
- تعداد بازدیدکنندگان سایت جامعه از مرز ۵ هزار نفر گذشت (شماره ۱۲۹، شهریور ۸۷)
- اجرای نظام مالیات بر ارزش افزوده با کدام زیرساخت (شماره ۱۲۹، شهریور ۸۷)
- انتخابات هیات مدیره دوره پنجم: اعتماد دوباره به هیات مدیره (شماره ۱۳۰، مهر ۸۷)
- بازار چرم و کفش تبریز در آتش سوخت (شماره ۱۳۰، مهر ۸۷)
- نامه سرگشاده به علی اکبر محرابیان وزیر صنایع با محوریت قانون تجمیع عوارض و سایر مشکلات صنعت کفش (شماره ۱۳۱، آبان ۸۷)
- برنامه درسی دوره کاردانی علمی-کاربردی تولید کفش (شماره ۱۳۴، بهمن ۸۷)
- یادواره مرحوم ایرانی (شماره ۱۳۵، اسفند ۸۷)
- تولیدکنندگان چرم مصنوعی خون دل می خورند (شماره ۱۳۶، فروردین ۸۸)
- سند راهبردی صنعت کفش تدوین می شود (شماره ۱۳۸، خرداد ۸۸)
- چگونه به نهادهای آموزش در صنعت کفش کمک کنیم (شماره ۱۴۵، دی ۸۸)
- تعداد بازدیدکنندگان سایت از ۱۰ هزار نفر گذشت (شماره ۱۴۵، دی ۸۸)
- با پی گیری ماهنامه صنعت کفش، مجلس از دست اندرکاران صنعت کفش دعوت کرد (شماره ۱۴۸، فروردین ۹۹)
- دانشجویان اولین دوره دانشگاهی کفش در بهمن ماه فارغ التحصیل شدند (شماره ۱۷۱، اسفند ۹۰)
- نگاهی گذرا به خوشه صنعتی کفش تبریز از بدو تاسیس تا سالی که گذشت (شماره ۱۷۳، اردیبهشت ۹۱)
- فتوت نامه صنعت کفش و صنایع وابسته در همایش ملی تحلیل از پیشکسوتان رونمایی شد (شماره ۱۷۵، تیر ۹۱)
- قم گوی سبقت را از که می ربابید: مروری بر دومین جشنواره صنعت کفش ماشینی قم (شماره ۱۷۸، مهر ۹۱)
- تولد دوباره نمایشگاه امپکس: امپکس به تقویم نمایشگاهی مرکز توسعه صادرات رفت (شماره ۱۷۹، آبان ۹۱)
- ۵- ثبات، تداوم، تشکل محوری همراه با چالش های محیطی: ۱۳۹۶-۱۳۹۲**
- به جهت ساختار رسانه ای در این دوره ماهنامه صنعت کفش روال سابق را پشت سر می گذارد؛ اما مرور محتوای منتشر شده نشان از یک روند پُرسرعت تغییر می دهد. وجه بارز این تغییر را می توان در تشکل گرایی خلاصه کرد. در این



دوره، جامعه به جهت ساختاری یک روال جدید را رقم می زند. با تصویب مجمع عمومی بنا می شود جامعه از ساختار وزارت کشور خارج شود و به اتاق بازرگانی بپیوندد. تغییری که از همان ابتدا از آن به عنوان گام روبه جلوی جامعه یاد شد، اما مشخص بود انطباق با شرایط اتاق بازرگانی پیچیدگی ها و سختی های خاص خود را دارد. از آن سوی روال تشکل گرایی در سایر استان ها چه در قالب خوشه ها و چه در قالب تشکل های صنعتی در شهرهای مهم تبریز، مشهد، قم و حتی هیدج نشان از درک صنعت مبنی بر توسعه تشکل گرایی دارد. به طبع ثبات حاصل، شرایطی را فراهم کرده که پروژه های تحقیقاتی و آینده پژوهی حرف برای گفتن می یابند و در میان همه این ها نباید فراموش کنیم که مشکلات مختلف همچنان وجود دارد، اما آنچه مهم است حرف های جدیدی است که در میان این مشکلات ظهور پیدا کردند.

در ادامه مروری بر عناوین مهم این دوره زمانی در مجله داریم.

- ضرورت عینی سازی روابط بین تشکل ها (شماره ۱۸۵، اردیبهشت ۹۲)
- پانزده سال تلاش: تبریز در این سال ها چه اندوخته است؟ (شماره ۱۸۶، خرداد ۹۲)
- روزهای بعد از تحریم (شماره ۱۹۰، مهر ۹۲)
- سومین جشنواره کفش ماشینی استان قم (شماره ۱۹۱، آبان ۹۲)
- ناگفته های مدیرمسئول از استاد علیرضا فرهنگد (شماره ۱۹۳، دی ۹۲)
- تشکیل انجمن صنفی تولیدکنندگان کفش مشهد (شماره ۱۹۳، دی ۹۲)
- اثر تحریم ها در صنعت کفش دوسویه بود: تولیدکننده و خریدار هر دو آسیب دیدند (شماره ۱۹۴، بهمن ۹۲)
- گلناز نصراللهی: در بسیاری از گزارش ها به ماهنامه شما استناد می شود (شماره ۱۹۵، اسفند ۹۲)
- استقبال از نمایشگاه هفتم: مشهد دروازه تجارت شمال شرق (شماره ۱۹۷، اردیبهشت ۹۳)
- جایگاه ایران در بازار کفش عراق و آینده پیش رو (شماره ۱۹۹، تیر ۹۳)

اردیبهشت ۱۴۰۳ ♦ شماره ۳۰۳

کاش

نالدگر

مدیر عامل های موفق کسانی هستند که علاوه بر حاشیه سود بر سرعت گردش

سرمایه هم تمرکز می کنند

مجاز برگرزاری اولین نمایشگاه کیف و کفش و چرم و صنایع وابسته (شماره ۲۰۰، مرداد ۹۳)

آغاز به کار هیات مدیره هفتم با آراء اعضاء (شماره ۲۰۱، شهریور ۹۱)

امپکس ۳ تجلی بلوغ و تشکل گرایی (شماره ۲۰۲، مهر ۹۳)

پروژه آینده پژوهی صنعت کفش کلید خورد: صنعت کفش ایران ۱۴۰۴ (شماره ۲۰۶، بهمن ۹۳)

مقدمه‌ای بر چرایی عضویت جامعه در هیات نمایندگان اتاق ایران و تشکل‌های بالادستی (شماره ۲۱۱، تیر ۹۴)

توافق هسته‌ای و آینده صنعت کفش ایران (شماره ۲۱۲، مرداد ۹۴)

آیین انجمن داری (شماره ۲۱۳، شهریور ۹۵)

امپکس ۴ چند گام تا استانداردهای بین‌المللی (شماره ۲۱۶، آذر ۹۴)

عضویت در اتاق ایران مغتنم است (شماره ۲۱۶، آذر ۹۴)

حضور غرفه داران از سراسر کشور در نمایشگاه کفش قم (شماره ۲۱۸، بهمن ۹۴)

گفتمان سازی محصول تشکل‌های پیشرو (شماره ۲۲۰، فروردین ۹۵)

عضویت جامعه در اتحادیه بین‌المللی تکنسین‌های صنعت کفش (شماره ۲۲۰، فروردین ۹۵)

رونق قطب نوظهور کفش شرق درگرو تکاپوی تشکل‌ها (شماره ۲۲۲، خرداد ۹۵)

نمایشگاه تبریز به ایستگاه ۱۸ رسید، امپکس ۵ کلید خورد (شماره ۲۲۴، مرداد ۹۵)

نقطه عطف کفش ملی در نشست هیات شصت و هشتم هیات مدیره (شماره ۲۲۴، مرداد ۹۵)

طرح جامع مبارزه با قاچاق کفش و آینده پیش رو (شماره ۲۲۷، آبان ۹۵)

روند شکل‌گیری خوشه کفش هیدج (شماره ۲۳۲، فروردین ۹۶)

نمایشگاه‌های صنعت زیر ذره بین بازنگری (شماره ۲۳۳، اردیبهشت ۹۶)

مطالبات صنعت کفش از دولت دوازدهم (شماره ۲۳۴، خرداد ۹۱)

تناقض‌های نمایشگاهی صنعت کفش (شماره ۲۳۵، تیر ۹۶)

انتخابات هیات مدیره دوره هشتم جامعه و تحولات اخیر در مدیریت اجرایی کشور (شماره ۲۳۷، شهریور ۹۶)

بازار بین‌المللی، خواسته شرکت‌کنندگان از امپکس (شماره ۲۴۰، آذر ۹۶)

قم الگویی برای نمایشگاه‌های تخصصی (شماره ۲۴۳، اسفند ۹۶)

۶- بیم و امید: ۱۳۹۷ تا هم اکنون

در این دوره به جهت ساختار رسانه‌ای روال تولید مطالب بر همان رویه قبلی استوار است، با این تفاوت که باتوجه به همه‌گیری کرونا در برخی ماه‌ها روال انتشار با محدودیت روبرو شد اما به جهت محتوایی اگر بخواهیم تیتیری برای این دوره زمانی انتخاب کنم یکی از همین تیتیرهای ماهنامه خواهد بود با عنوان «گزارشی از جبهه‌های جنگ اقتصادی» که به قلم حرفه‌ای همکارم، فاطمه امیراحمدی، در شماره ۲۵۵ مجله صنعت کفش چاپ شده است. در واقع این دوره روایتی است از مشکلات پیشین، از مالیات و قاچاق گرفته تا بحران‌های جدید. بخشی از این بحران‌ها مانند کرونا از دست مسئولین خارج بوده، ما تاثیر عمیق آن بر صنعت در این شماره‌ها روایت‌شده است و از سوی دیگر بخش مهمی از مشکلات کشور نیز حاصل سوءتدبیرها و مدیریت‌های ناکارآمد

بوده که حاصل آن مانند افزایش روزانه نرخ ارز را تکتمان زندگی کرده‌ایم و البته بار آن بر دوش صنعت سنگین‌تر بوده است. در این میان هزارگانهی رخدادهایی مانند پیوستن به اوراسیا یا جستجوی بازار آفریقا امیدهایی آفریده است که البته بنا به استناد همین مکتوبات ماهنامه، این فرصت‌ها در شرایطی قابل استفاده است که دولت به آرایش جنگی خود علیه تولید خاتمه دهد.

تیتیرهای مرتبط با این دوره در ادامه می‌آید:

دردی به نام مالیات ارزش برافزوده: آسیب‌شناسی مشکلات موجود (شماره ۲۴۴، فروردین ۹۷)

نوسانات ارزی اعتبار صنعت را زیر سوال می‌برد (شماره ۲۴۶، خرداد ۹۷)

بازار آشفته امروز نتیجه بی‌تدبیری است (شماره ۲۴۷، تیر ۹۷)

تاثیر نرخ ارز بر صنعت کفش (شماره ۲۴۸، مرداد و شهریور ۹۷)

دولت در مقابل تولید وطنی آرایش جنگی گرفته است (شماره ۲۵۰، آذر ۹۷)

افسار قیمت از دست دولتی‌ها خارج شده است. (شماره ۲۵۵، خرداد ۹۸)

گزارشی از جبهه‌های جنگ اقتصادی (شماره ۲۵۵، خرداد ۹۸)

اعمال تحریم‌های داخلی و مشکلات تولید (شماره ۲۵۷، خرداد ۹۸)

صادرات کفش ایران به اوراسیا (شماره ۲۶۰، دی ۹۸)

به ابعاد اقتصادی کرونا دامن نزند (شماره ۲۶۱، بهمن و اسفند ۹۸)

تاثیر کرونا بر نرخ بیکاری صنعت کفش بالاتر از متوسط خواهد بود (شماره ۲۶۴، مرداد ۹۹)

