

«وقایع اتفاقیه» فروردین ۸۹

← علی لشکری

گزارشات فروش شبکه توزیع کفش در کشور، اعم از: شبکه زنجیره‌ای و یا شبکه پراکنده خرده فروشی در اسفند ماه، حاکی از آن بود که اکثر آنها در اسفند از فروش خوبی برخوردار بودند. به عبارت دیگر، آن بخشی از شبکه توزیع که خود را برای یک فروش خوب آماده کرده بود و به موقع تدارکات لازم را دیده، توانست از حضور مردم در فروشگاههای خود برداشت خوبی داشته باشد و آن بخش از شبکه توزیع که به هر دلیلی نتوانستند نسبت به تامین کالا در زمان خودش استفاده نمایند دچار فرصت سوزی شدند و فروش را به دیگران واگذار کردند.

در ایام تعطیلات نوروز، تغییر آب و هوا و نزولات آسمانی در اکثر مناطق کشور؛ نوید یک سال زراعی خوب را می‌دهد. اگر چه کار وقایع اتفاقیه ارتباط مستقیمی به اوضاع و احوال آب و هوایی ندارد! ولی از آنجا که رونق کسب و کار در کشور به خصوص در بخش‌های کشاورزی، در کشوری که از خشکسالی‌های مزمین تاریخی رنج می‌برد، می‌تواند به افزایش توان بالقوه خرید مصرف‌کنندگان در آینده منجر شود؛ رصدگیری تغییرات آب و هوا در وقایع اتفاقیه که کارش بررسی تحولات صنعت کفش است، می‌تواند به برنامه ریزان صنعت کفش کمک کند که در برنامه ریزی‌های سالانه خود این موضوع را نیز لحاظ فرمایند. انشا...!

در روز هفتم فروردین ماه و در اولین روز کاری سال جدید از طریق دفتر خانم نصراللهی با خبر شدیم که در پایان سال قبل با بازنشستگی ایشان بعد از حدود ۲۶ سال از وزارت صنایع موافقت گردید و ایشان به عنوان مدیر کل دفتر صنایع نساجی و پوشاک در سال جاری مسئولیتی در وزارت خانه نخواهند داشت. با پی‌گیری دریافتیم که ایشان به عنوان مشاور مدیر عامل بانک صنعت و معدن در سال جاری مشغول به کار خواهند شد. نظر به اهمیت موضوع در سخن دوم همین شماره، اشاراتی به تاثیرات مثبت نقش خانم نصراللهی در زمان مسئولیت مدیر کل دفتر صنایع نساجی، پوشاک، مشاورت معاونت اقتصادی وزارت صنایع و معادن در سال‌های گذشته در روند رو به رشد جامعه صنعت کفش ایران خواهیم پرداخت. تا بدینوسیله بر اساس "من لم یشکر المخلوق من لم یشکر الخالق" نتوانسته باشیم از تلاش‌های مدبرانه یک مدیر و حامی صنعت کفش در جایگاه نماینده دولت یادی کرده باشیم.

در روز هفتم فروردین ماه سال جاری و در شروع هفته دوم سال، پیامی بدین مضمون از طریق سیستم پیام کوتاه جامعه مشاهده گردید: "آقای زیوری مدیر عامل محترم کفش ملی، تحقق فروش بالای هفت میلیارد تومانی فروشگاههای کفش ملی در اسفند ۸۹ را به جنابعالی، خانواده بزرگ کفش ملی و تولیدکنندگان طرف قرار داد تبریک می‌گوئیم. نشریه و جامعه صنعت کفش ایران". با توجه به مذاکرات تلفنی که با آقای زیوری برای عرض تبریک عید داشتیم، به ایشان عرض کردم که این نتیجه در سال‌های گذشته بی سابقه بوده و باعث گردید فروش سال گذشته کفش ملی از مرز ۴۱ میلیارد در سال گذشته عبور کند؛ حاصل لطف و یاری خداوند به مدیریت تیم کاری است که باحضور قلب و بهره‌گیری از تمامی امکانات داخلی و محیطی توانست سازمان را برای دست‌یابی به هدف واحد بسیج نماید.



نشریه شماره دوم و سوم «صنعت کفش تبریز» خبر نامه انجمن کار آفرینان کفش تبریز توسط آقای حسین نژاد مدیر اجرایی این نشریه در اواخر هفته سوم فروردین ماه به دستم رسید. خیلی خوشحال شدم از تلاش عزیزان انجمن کار آفرینان و خوشه کفش تبریز و این که این دوستان با همت مضاعف چگونه تلاش می کنند که در قالب یک بسته سیاست های اجرایی، خوشه کفش تبریز را جلو ببرند. از خداوند سبحان برای یکایک این یاران و همسفران توسعه صنعت کفش کشور، آرزوی موفقیت و خیر و برکت و سلامتی مسئلت دارم و امید وارم با ثابت قدمی و نیت خیری که دارند در اهداف خود موفق باشند و ما نیز به عنوان اولین نشریه تخصصی صنعت کفش در کشور؛ که در آستانه بهار هفدهم انتشار خود هستیم، دست این عزیزان را برای همکاری های بیشتر می فشاریم و آمادگی خودمان را همان طور که قبلا به اعضای هیئت مدیره محترم انجمن اعلام کردیم برای روند رو به رشد نشریه صنعت کفش تبریز اعلام می داریم.



انتشار شماره جدید نشریه صنعت چرم مرتبط با انجمن صنایع چرم ایران با مدیر مسئول آقای مهندس نصیریان در سال جدید از جمله خبرهای خوبی بود که در سال جدید باعث خوشحالی شد. وقتی به یک بهانه ای دستی بر تولید فرهنگی مثل انتشار نشریه داشته باشی، متوجه می شویم که تداوم کار در این عرضه چقدر از شروع کار دشوارتر است و به همین دلیل وقتی خبری از انتشار یک نشریه تخصصی در رشته ای که مرتبط با رشته کاری شما است در بین نباشد؛ به دنبال یک گم شده می گردی! و هنگامی که می شنوی و می بینی که باز دوباره صدای انتشار آن نشریه در می آید خوشحال می شوی و برای گردانندگان آن از خداوند سبحان درخواست تداوم کار می کنی. ضمن این که برای آقای نصیریان عزیز که اخیرا به عنوان مدیر عامل چرم مشهد مسئولیت کاری بیشتری را قبول کردند آرزوی سلامتی و موفقیت بیشتر را از خداوند رزاق مسئلت داریم.



آقای محمد نظری مدیر عامل محترم شرکت پخش جمشید، طی نامه ای در مورخه ۸۹/۱/۲۲ به اینجانب در خصوص پاراگراف ۷ بخش وقایع اتفاقیه نشریه اسفند ماه مطالبی را اشاره فرمودند که به حکم ادب و اخلاق حرفه ای یادداشت ایشان را بدون هیچ گونه اظهار نظری به اطلاع خوانندگان محترم در ذیل می آورم. فقط توضیح زیر لازم است که نشریه فروردین ماه در زمانی که نامه به دست ما رسید در چاپخانه بود و امکان چاپ در آن شماره میسر نشد.

جناب آقای لشکری مدیر مسئول محترم ماهنامه صنعت کفش

سلام علیکم احتراماً عطف به مطلب مندرج در پاراگراف ۷ بخش وقایع اتفاقیه نشریه شماره ۱۴۷ که مضمون آن حمایت و دفاع فاقد وجهت از عملکرد مدیریت سابق و تخطئه بی دلیل روش کار مدیریت جدید شرکت پخش جمشید می باشد خواهشمند است، دستور فرمائید در اجرای ماده ۲۳ قانون مطبوعات مطلب ذیل در شماره بعدی نشریه (همان بخش) منتشر گردد.

حمایت تولید داخلی، عبارتی است که در مرحله شعار مورد قبول همه بوده است ولی در عمل و اجرا به نوعی با مشکلات و چالش های فراوانی مواجه می شود و هر کسی از دیدگاه خود کلمه "حمایت" در عبارت مذکور را تفسیر و تعبیر می نمایند. مقام معظم رهبری (دام ظلّه) در بازدید اخیر از شرکت ایران خودرو به حمایت همه جانبه از تولیدات داخلی تاکید فرموده و توسل به بهانه های واهی برای جلوگیری از شکوفائی و موفقیت تولید کنندگان داخلی را امر نکوهیده و غیر قابل قبول دانستند. در بررسی و بازنگری فرایند فروش در فروشگاه های کفش بلا توسط مدیریت شرکت پخش جمشید، مشخص شد که مدیریت سابق شرکت برخلاف ادعای صرف حمایت از تولید کنندگان داخلی در پوشش توزیع و فروش تولیدات داخلی اقدام به انعقاد قرار داد با تعدادی از وارد کنندگان کفش چینی نموده و محصولات وارداتی را در تعدادی از فروشگاه های ممتاز و درجه یک شرکت در تهران عرضه نموده و این موضوع حتی در یک ماه گذشته و پس از انتصاب مدیریت جدید نیز با پوشش برخی عناصر شاغل در نواحی شرکت ادامه یافته است. وجود این پارادوکس در اقدامات عملکرد مدیریت سابق شرکت، این موضوع را در ذهن متبادر می سازد که آیا برای تامین هزینه های شرکت (شما بخوانید آن چنانی مدیریتی...) باید به هر کاری متوسل شد؟ فروش کفشهای چینی که در وصف بی کیفیتی و به عبارت عامه، بنجل بودن آنها هر فرد غیر متخصص نیز می تواند شرح مطولی ارائه نماید، چگونه می توان به عنوان توسعه صنعت کفش کشور و حمایت از اجرای قانون اصل (۴۴) قلمداد نمود؟ مدیریت جدید شرکت پخش جمشید با جمع آوری کلیه کفشهای چینی از فروشگاه های کفش بلا فروش آنها را متوقف و با فسخ قرار داد منعقد با دلایان کفش چینی اقدام عملی و تعهد خود را به حمایت از تولید داخل صنعت کفش و توسعه آن نشان داده و این مشی بحول و قوه الهی در آینده نیز تداوم خواهد داشت.

محمد نظری - مدیر عامل



روزنامه «گسترش صنعت» در ۲۸ فروردین مصاحبه سید حسین موسوی دبیرکل جامعه صنعت کفش را به چاپ رساند و ایشان در این گفتگو ضمن شرحی از اقدامات جامعه و وظایف آن در خصوص: قاچاق کفش های چینی، مشکلات صنعت، بازارهای صادراتی و توصیه هایی به مردم برای خرید کفش های داخلی مطالبی را برای خوانندگان آن روزنامه بیان نمودند.

فراموش نکن
قطاری که از ریل خارج شده، ممکن است آزاد باشد، ولی راه به جایی نخواهد برد.



در روز بیستم فروردین سال جاری خبر زیر توسط گروه سایت نشریه از طریق سیستم پیام کوتاه برای کلیه اعضای جامعه مخابره گردید:

نشریه شماره ۱۴۸ در عصر پنجشنبه ۱۹ فروردین ۸۹ در سایت صنعت کفش رونمایی شد! و در کمتر از یک هفته نشریه از چاپخانه تحویل پست گردید. با انتشار این شماره نشریه؛ اولین شماره سال هفدهم انتشار در سایت صنعت کفش رونمایی شد. شانزده سال حضور مستمر در صحنه اطلاع رسانی صنعت کفش کشور، کاری است ماندگار و ارزشمند که با لطف خداوند و همت همسفران؛ این توفیق نصیب همکاران نشریه گردیده. از خداوند می‌خواهیم به همه ما ظرفیت بیشتری برای قدر دانی از آنچه را که به امانت در اختیار ما قرار داده؛ عطا فرماید و ما را نسبت به مسئولیت سنگینی که در راه داریم آشنا تر سازد.

در عصر روز دوشنبه ۳۰/۱/۸۹ دبیر کل و تعدادی از اعضای هیئت‌مدیره جامعه در محل دفتر انجمن صنایع چرم، جلسه مشترکی با اعضای هیئت‌مدیره انجمن داشتند. در این نشست با توجه به آمارهای صادرات و تلو در چند ماه گذشته؛ و اثرات منفی که خروج این ماده اولیه هم در فرایند تبدیل پوست به چرم در صنعت چرم، هم کمبود چرم و افزایش قیمت آن در صنعت کفش که مشکلاتی را در کنار واردات کفش‌های آماده برای دست‌اندرکاران صنعت کفش بوجود خواهد آورد بحث و بررسی انجام گرفت و با توجه به مصاحبه‌ها و مذاکرات و مکاتباتی که اعضای انجمن چرم در چند ماه گذشته در این خصوص انجام دادند و نتایج اولیه اقدامات آنها در کمیسیون ماده یک، منجر به تعیین عوارض صادراتی برای هر کیلو و تلو گردیده؛ اقدامات جامعه صنعت کفش در این مورد نیز به اطلاع جلسه رسید. ضمناً نامه دبیر کل جامعه به معاونت گمرگ مرکز توسعه تجارت در این شماره به چاپ رسیده است.

در ایام تعطیلات عید با تعدادی از دانشجویان کانون MBA و MITM که در مورد واکاوی شرکت‌های ایرانی در کنار شرکت‌های خارجی کار پژوهشی انجام می‌دهند جلسه‌ای داشتیم و علاقه‌مند بودیم که با توجه به تجربیات نگارنده در مسئولیت مدیریت کفش بلا در سال‌های گذشته؛ در آن جلسه آموزشی به مدت ۲ ساعت اصول و روش‌های توسعه شبکه فروشگاهی زنجیره‌ای را با تجربه بلا در ده سال ۶۵ تا ۷۵ بررسی نمایند و در مرحله بعد علل و عوامل شکست و افول شبکه فروشگاهی را مورد نقد و بررسی قرار دهند. در حقیقت مسیر توسعه کمی و کیفی شرکت را در ده سال ۶۵-۷۵ و از زمانی که تعداد فروشگاهی‌های شرکت در نیمه اول سال ۶۵ حدود ۱۷۵ فروشگاه بود که احتمالاً ۱۲۵ فروشگاه آن متعلق به شرکت و بقیه نمایندگی بود تا زمانی که شروع سال ۷۶ به ۳۴۳ فروشگاه رسید و برنامه توسعه تا ۵۰۰ فروشگاه در سیاست‌های شرکت قرار داشت را از زبان کسی که در آن سال‌ها دستی بر کار داشت بشنوند و مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند. این جوانان فرهیخته به دنبال علل کاهش سهم بازار بلا در سال‌های بعد از ۷۵ بودند و این که چرا تعداد فروشگاه‌ها از عدد آن سال به اعداد این سال‌ها رسید. و جالب بود که نام پروژه خودشان را «بازگشت بلا با مدیریت اطلاعات» نام گذاشتند.

به قول خانم دکتر لطیفی: «آنچه مدیران در سینه دارند تجربیاتی است که برخی از آنها با هزینه‌های بسیار بالایی برای کشور بدست آمده و مکتوب کردن آنها خدمتی است به نسل فردا و جامعه مدیران کشور؛ این تجربیات حاصل عمر مدیرانی است که در فراز و نشیب زندگی و سازمان‌های خود؛ مو سپید کرده و گرده خم ساخته‌اند. مدیریت هم علم است و هم هنر. اگر علم را دانش انباشته در یک موضوع خاص بدانیم؛ علم مدیریت یعنی: مجموعه یافته‌های پژوهشگرانی که با روش‌های علمی؛ تجربیات مدیران را مورد پژوهش قرار می‌دهند و انتشار این دستاوردها، یافته‌های تجربی و علمی، مانند جعبه ابزاری است که به دست مدیران داده می‌شود. ولی استفاده از این جعبه ابزار نیاز به هنر مدیریت دارد. اگر هنر را ایجاد هارمونی بدانیم؛ هنر مدیریت استفاده از علم مدیریت به صورتی هارمونی و هم‌خوان با شرایط درونی و بیرونی یک سازمان است.»



آمارهای صادرات و واردات انواع کفش در مصاحبه با ایسنا آمده و علاقه‌مندان در بخش، بعد از اخبار همین شماره می‌توانند مطالعه فرمایند. در مورد رشد شاخص قیمت‌های خرده‌فروشی در سال ۸۸، آمارهای بانک مرکزی که بخشی از آنها توسط آقای کاظم کریمی در همین شماره جداول آن به چاپ رسیده، حاکی از رشد ۷٫۷ درصدی قیمت‌ها دارد که در مقایسه با ۲۱٫۴ درصدی سال گذشته، نشان از تداوم کاهش رشد قیمت‌های انواع کفش دارد. در این میان بیشترین رشد قیمت مربوط به گروه کفش دست‌دوزه زنانه با ۱۰٫۲ درصد و کمترین رشد مربوط به گروه انواع سرپایی با رشد ۳٫۹ درصد هستیم. نکته قابل‌تأمل آن که در اسفند ۸۷، رشد شاخص گروه سرپایی ۲۰٫۶ درصد بوده و گروه کفش زنانه دست‌دوزه ۲۷٫۲ درصد بوده است. در میان استان‌های کشور در حالی که متوسط رشد بهای خرده‌فروشی در سطح کشور ۷٫۷ درصد بوده ولی استان‌های ایلام، هرمزگان و خراسان جنوبی دارای بیشترین افزایش به میزان ۱۳٫۵، ۱۳٫۸ و ۱۲٫۷ درصد بوده و استان‌های گلستان با کاهش منفی ۳ دهم درصد، قزوین و بوشهر با رشد ۶ و ۵ درصد کمترین افزایش قیمت را در سال ۸۸ در بین استان‌های کشور دارا می‌باشند.

سال گذشته برای صنعت کفش کشور، فرصت مناسبی بود که با توجه به شرایط عمومی قیمت‌ها می‌توانست کمر خود را از زیر بار رکود خارج کند. این اتفاق همیشه برای اقتصاد کفش بوجود نمی‌آید. تولیدکنندگانی که توانستند با درک از شرایط اقتصادی مردم و قدرت خرید آنها از این فرصت تداوم کاهش قیمت در جهت افزایش سهم بازار خودشان قدم‌های خوبی را بردارند این فرصت را احتمالاً خواهند داشت که در شرایط جدید افزایش قیمت‌ها که معمولاً کالاهای جدی‌تر در سبد هزینه خانوارها از اهمیت بالاتری در مقایسه با کفش برخوردار خواهند بود سازمان خودشان را اداره نمایند.

کلام آخر را با لسان‌الغیب به پایان بریم!
کس نمی‌گوید که یاری داشت حق دوستی
حق شناسان را چه حال افتاد، یاران را چه شد
لعلی از کان مروت، برنیامد سال‌هاست
تابش خورشید و سعی باد و باران را چه شد
شهر یاران بود و خاک مهربانان، این دیار
مهربانی کی سر آمد، شهریاران را چه شد
گوی توفیق و کرامت در میان افکنده‌اند
کس به میدان در نمی‌آید سواران را چه شد
صد هزاران گل شکفت و بانگ مرغی برخواست
عندلیبان را چه پیش آمد، هزاران را چه شد
حافظ! اسرار الهی کس نمی‌داند خموش
از که می‌پرسی که دور روزگاران را چه شد

در آخرین روزهایی که یادداشت‌های وقایع اتفاقیه فروردین ۸۹ در حال جمع‌بندی بود دوخبر به‌دست ما رسید. اول این‌که: آقای زبوری از کفش ملی رفت و تا این لحظه جانشینی برای ایشان در کفش ملی معرفی نشده و از سوی دیگر آقای زعفرانلو از طرف هیئت‌مدیره جدید کفش وین و آقای جوکار به عنوان مدیرعامل کفش وین مشغول به ادامه فعالیت شدند. در همین جا باید به آقای جوکار تبریک گفت که با انتخاب آقای زعفرانلو علاوه بر این‌که سهام کفش وین را خریداری کردند؛ ذخیره اطلاعات سازمانی یک تشکیلات قدیمی را نیز با این انتخاب بدست آوردند. این انتخاب نشان داد که آقای جوکار مصمم است که به اهداف تعیین شده خود ش در بهار ۹۱ که قرار است انشالله... فروش فعلی را به چهار برابر برساند دست خواهند یافت. به آقای زعفرانلو عزیز! و بزرگوار که به حق یکی از ذخایر ارزشی صنعت کفش کشور هستند باید خدا قوت گفت و با هم دعا کنیم که خداوند لیاقت عمل بدون ریا را به همه ما عطا فرماید. و ظرفیت نعمت‌هایی که به ما ارزانی داشته را بیشتر کند. در مورد کفش ملی فقط و فقط باید اظهار تاسف کرد و این‌که بزرگان سازمان بازنشستگی که تجربیات طولانی در اداره شرکت‌های بزرگ را دارند چگونه از اثرات منفی نداشتن مسئول برای یک شرکتی که در اسفند ماه به یک رکورد تاریخی دست یافته و به‌طور معمول باید در فروردین ماه همین سرعت را کنترل کند تا به فروش‌های بیشتر بعدی دست یابد غافل هستند. و اساساً اداره کردن یک شرکت بزرگ پخش در بهترین ماه سال یعنی در فروردین که ماه برنامه‌ریزی برای کارهای آینده است چگونه بدون داشتن مسئول در راس شرکت امکان‌پذیر است. فقط کفایت تجربیات خود سازمان را این دوستان در سه و چهار سال گذشته مرور نمایند تا ببینند تصمیم‌گیری‌های بدون پشتوانه کارشناسی چگونه در عقب‌انداختن یک سازمان و در نتیجه یک صنعت قدیمی و آسیب‌پذیر موثر است. شرکتی که قرار است در سال ۸۹ احتمالاً ۵۰ میلیارد تومان فروش داشته باشد چه سهمی از فروش سال را باید برای فروردین، اردیبهشت و خرداد پیش‌بینی نماید؟ متأسفانه شرکت باید هزینه این تغییر و تحولات را تا ماه‌ها بعد از آنکه مدیر بعدی مستقر شود پرداخت نماید. اگر اسم این کار حیف و میل بیت‌المال نیست پس چیست؟



انتخاب با توست، می‌توانی بگویی:
صبح به خیر خدا جان
یا بگویی: خدا به خیر کنه، صبح شده

