

روییای کفش تبریز / حسین سلاح‌ورزی، نایبرئیس اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی

می‌گویند کسی که در هر سن و سالی آرزویی بزرگ در دل و رویایی دور و دراز در سر نداشته باشد برای ادامه زندگی شاداب و پرتحرک چیزی کم دارد. انسان از نوزادی تا کهنسالی و از دوره‌ای که اندیشه و فکر و یادش به حالت عادی فعالیت می‌کند دنبال به دست آوردن چیزی است که دیگران دارند و او در حسرت داشتن همان چیز است. این یک امر رایج است که آدمی به داشتن چیزی که در اختیار دیگران است نیز بسنده نمی‌کند و بالاتر و بیشتر از دیگران می‌خواهد. بدون چون و چرا باید این را بدانیم و در جوهره اندیشه‌مان باور بداریم که البته هر خواستنی در نهایت به نتیجه نمرسد و انسان نیز به این نتیجه رسیده است که برای دوری از حسرت دردناک و کشنده، بام و سقف آرزوهایش را تا جایی قرار دهد که با واقعیات و توانایی‌اش و قابلیت‌های آتش هم‌اندازه باشد یا در جایگاهی باشد که او بداند در صورت تلاش بیشتر احتمال دارد به آن پله برسد. چرا چنین است؟ چون در دنیای واقعی همه انسان‌ها می‌دانند چوب سحرآمیزی ندارند که آن را به جسم و ماده‌ای بزنند و آن را به طلا تبدیل کنند تا موجب خوشبختی آنها شود. آدمی نیک می‌داند باید برای رسیدن به آرزو و رویایش از پرواز دادن بیش از اندازه خیال دوری کند و این تجربه بشری آسان به دست نیامده است.

روییای یک رئیس دولت

نهاد دولت از دیرباز تا امروز به شکل‌های گوناگون خود را بر جامعه انسانی تحمیل کرده است. این نهاد که البته ساخته و پرداخته ذهن انسان و برای برطرف کردن نیاز او پدیدار شده است نسبت به هر نهاد دیگری نیرو و توانایی بیشتری دارد. نهاد دولت شامل همه نهادهای موجود در قانون اساسی کشورها که یک کلیت واحد است و به ویژه شامل نهادهای اجرا، قانونگذاری و قضاوت امکانات قانونی بسیار بالایی در اعمال قانون و مقررات دارد و از این نظر که قانون بالاترین قدرت است می‌تواند بر خانواده، بر بنگاه و بر اجزای نهادهای مدنی دیگر

تحمیل شود. به این ترتیب رئیس دولت در هر سرزمینی به لحاظ توانایی اعمال قدرت و تحمیل اراده‌اش بر جامعه، موقعیت ممتازی دارد. با این همه روسای دولتها نیز نمی‌توانند رویاهای بلند و آرزوهای سترگ و دست‌نیافتنی را از ذهن به عمل درآورند و هر خواسته‌ای را برای خوشایند خود و شهروندان بخواهند و آن را به مثابه دستور حکومت لحاظ کنند.

بر اساس قانون اساسی موجود در ایران رئیس دولت با رای اکثریت شهروندان به مقام ریاست دولت و ریاست جمهوری می‌رسد. حسن روحانی نیز در دو انتخابات پیدرپی در سال‌های 1392 و 1396 بر رقبايش در مبارزات نفسگیر استیلا پیدا کرد و اکنون نزدیک به پنج سال است که رئیس‌جمهور ایران به حساب می‌آید. این رئیس دولت در ایران همانند سایر شهروندان ضمن اینکه برای شخص خود آرزو دارد برای سرزمین ایران که بر آن فرمان می‌راند نیز آرزوهای بلندی داشته و دارد. برخی از این آرزوها در قالب برنامه‌ها و اسناد بالادستی به شکل قانون و مقررات درآمده است و برخی دیگر از آرزوها ناگهانی به ذهن و اندیشه روحانی می‌رسد. روحانی چند روز پیش از تبریز که یک شهر بزرگ و تاریخی است دیدار می‌کرد. او در دیدار از بازار بزرگ تبریز و دیدن بازار کفش‌ها هیجان‌زده شد و بنا بر سابقه‌ای که از کیفیت و زیبایی و استحکام کفش‌های تولیدی این شهر داشت آرزویش را بر زبان آورد و به مدیرانی که او را همراهی می‌کردند تصریح کرد کفش تبریز باید به یک برند جهانی تبدیل شود و اعتبار از دست‌رفته پیشین را در میان شهروندان کشورهای همسایه و کشورهای دیگر به دست آورد. این آرزوی بزرگی برای ایران و ایرانیان بوده و هست که در لحظه‌ای هیجانی بر زبان رئیس‌جمهور آمده است.

برند جهانی تبریز؟

حالا و پس از سپری شدن چند روز از بیان آرزوی رئیس دولت ایران مبنی بر اینکه «کفش تبریز» باید برند جهانی شود را می‌توان در ترازوی بررسی‌های کارشناسانه قرار داد و درباره اجرایی شدن آن بحث و گفت‌وگو کرد. هدف از این بررسی بیشتر شاید جلوگیری و هشدار دادن نسبت به برخی اقدام‌های احتمالی است که برای اجرای این خواسته روحانی اجرایی خواهد شد. نخستین پرسش این است که منظور از «کفش تبریز» که باید برند جهانی شود چیست. به طور مثال آیا باید یک بنگاه یا کارخانه یا گروهی از کفش‌دوزان کفش‌هایی تولید کنند که چشم‌نواز باشد، توانایی جلب نظر انواع سلیقه‌ها برای زنان و مردان، جوانان و میانسالان و کهنسالان در کشورهای همسایه، در اروپا و در

آسیا و در سایر قاره‌ها را داشته باشد و در ضمن به لحاظ قیمتی همه گروه‌های درآمدی در جهان را جلب کند؟ واقعیت این است که این آرزوی رئیس‌جمهور که در شکل خام‌اش به رویا می‌ماند باید از ذهن دور شده و به دنیای واقعی نزدیک شود. به این معنا که از تجرید دور شویم و به این پرسش جواب دهیم که مخاطب این خواسته رئیس‌جمهور کدام نهاد و کدام افراد هستند و چه گام‌هایی باید برداشته شود و چه تنگنایی دارد.

کفش تبریز یا کفش ملی یا وین یا...؟

دردنیای واقعی و در عمل به ویژه در دنیای امروز هر کالای برندی در جهان از سوی یک بنگاه تولید می‌شود و به نام همان بنگاه یا نامی که بر مدل‌های گوناگون آن کفش گذاشته می‌شود مشهور است. به طور مثال در ایران پیش از انقلاب اسلامی «کفش ملی» یک برند شده بود و دست‌کم در داخل کشور به ویژه در میان اکثریت شهروندان خریداران و مشتریان وفاداری داشت. به نظر می‌رسد کفش ملی در ایران، یا هر برند کفش معتبر در جهان بیش از آنکه از سوی دولت‌ها و به ویژه رئیس‌دولت به مثابه آرزو معرفی و تبلیغ شود، محبوبیت و مقبولیت آن از درون تمایل شهروندان و مناسبات اقتصادی جامعه و شرایط جهانی برمی‌خیزد. حال نیز اگر قرار باشد کفش تبریز مبدل به یک برند جهانی شود، باید از درون مناسبات اقتصادی و سرمایه‌گذاری فردی خودانگیخته بیرون آید. می‌توان کبریت توکلی داشت یا شیرینی تواضع اما نمی‌توان کفش تبریز داشت آن هم با شرایط دولتی.

به داد صنعت برسیم

برخلاف تصور برخی که می‌اندیشند یک مزیت یا یک فعالیت برای همیشه می‌ماند، در دنیای امروز شتاب دگرگونی‌ها در هر حوزه از جمله صنعت به اندازه‌ای است که برندها باید بسیار استوار و محکم باشند تا پایدار بمانند. در ایران برندهایی داشتیم که به هر دلیل امروزه نیستند. ارج و جنرال در صنعت لوازم خانگی از نامدارترین آنها بودند و روغن نباتی قو و شکلات مینو نیز روزی می‌درخشیدند و اکنون چراغ آنها خاموش یا ضعیف است. به نظر می‌رسد ریاست دولت باید بیش از پیش نجات باقی‌مانده صنعت ایران را در دستور کار قرار دهد. روان‌سازی محیط کسب‌وکار در سطح بنگاه، صنعت، محیط ملی و محیط جهانی از وظایف دولت است تا صنعت ایران روزگاری را برای بازسازی و نوسازی و عبور از شرایط نابودی تجربه کند. اگر روزی نرخ بهره بانکی در ایران سامان گرفت، سیاست‌های ارزی از نوسان و انقلاب دور

شد، سیاست‌های کلان اقتصادی مناسب اتخاذ شد و مناسبات اقتصاد ایران با دنیای بیرون از محیط ملی مناسب شد برندهای ایرانی در شرایط زاد و رشد قرار می‌گیرند. برندسازی یک روند و یک فرآیند است که نیاز به آرامش ذهنی و آسایش مادی دارد و در شرایط سخت و ناآرامی‌های ناشی از آشوب پولی و ارزی و فشار شدید مالیاتی و تامین اجتماعی زاد و رشد نمی‌کند. مدیران اجرایی در دولت باید زمینه و بستر لازم برای پوشاندن لباس عمل به رویای رئیس دولت را با آرامش و بدون رانت فراهم کنند و بستر لازم برای سرمایه‌گذاری بزرگ در صنعت کفش دست‌دوز تبریز فراهم شود. اگر به داد صنعت امروز و موجود برسیم برندها ممکن است متولد شوند.

می‌گویند کسی که در هر سن و سالی آرزویی بزرگ در دل و رویایی دور و دراز در سر نداشته باشد برای ادامه زندگی شاداب و پرتحرک چیزی کم دارد. انسان از نوزادی تا کهنسالی و از دوره‌ای که اندیشه و فکر و یادش به حالت عادی فعالیت می‌کند دنبال به دست آوردن چیزی است که دیگران دارند و او در حسرت داشتن همان چیز است.