

## سرمقاله

نمایشگاه‌ها، همواره محلی برای ارائه آخرین دستاوردهای تولیدکنندگان به سایر بخش‌های تولیدی یا مصرفی می‌باشند. گذشته از فروش محصولاتی که به صورت روزمره بر اساس نوع تولید در این واحدها تولید می‌گردند، کارخانجات سعی می‌کنند در این نمایشگاه‌ها، آخرین دستاوردهای خود را در حوزه تحقیق و توسعه و محصولات جدیدی که تاکنون وارد خط تولید نشده یا به تازگی تولید شده‌اند، در معرض دید مخاطبین گذاشته و برای این محصولات نیز بازاریابی محصول انجام دهند. در واقع نمایشگاه محلی برای عرضه مستقیم محصولات و بازاریابی و بازاریابی برای محصولات جدید بصورت رودر رو و بدون واسطه می‌باشد. فرصتی که نمایشگاه‌ها در اختیار واحدهای تولیدی برای بازاریابی و فروش محصولاتشان قرار می‌دهند، بسیار جذاب است به گونه‌ای که بسیاری از شرکت‌ها سعی می‌کنند. سالیانه حداقل در یکی از نمایشگاه‌های مربوط به صنایع خود در داخل و یا خارج از کشورهای خود حضور پیدا کنند. این جذابیت به خصوص در نمایشگاه‌های ایتما که هر ۴ سال یکبار برگزار شده و به نوعی "المپیک صنعت نساجی" نامیده می‌شود بسیار بیشتر است و شرکت‌ها سعی می‌کنند توانمندی‌ها و تکنولوژی‌های مدرن خود را در این نمایشگاه در معرض دید علاقه‌مندان قرار دهند که از سرتاسر دنیا برای بازدید به این نمایشگاه شتافته‌اند و در این میان تعداد بسیاری از تولیدکنندگان و فعالان صنعت نساجی کشورمان نیز در جمع این علاقه‌مندان قرار دارند. صحبت در مورد نمایشگاه‌های خارجی از نظر کیفیت، کمیت، محصولات ارائه شده و نظم و ترتیب حاکم بر آنها، تکرار مکررات است به خصوص در مورد نمایشگاه ایتما، ایتمای آسیا و نمایشگاه‌هایی مانند ITM یا دموتکس که در کشورهای همسایه ما برگزار می‌گردد و اینکه فعالان تولیدی و بازرگانی صنعت نساجی کشور نیز بازدید از این نمایشگاه‌ها را به نمایشگاه‌هایی که در کشور و در استان‌های مختلف تشکیل می‌شوند؛ ترجیح می‌دهند. اما بحث بیشتر در مورد نمایشگاه‌های داخلی است که تأثیرگذارترین و پربازدیدکننده‌ترین این نمایشگاه‌ها نیز نمایشگاه تهران یا ایران تکس می‌باشد که مهرماه امسال نیز در تهران برگزار خواهد شد. هر ساله در استان‌های مختلف کشور مانند تبریز، اصفهان، یزد، شیراز، کاشان، مشهد و تهران نمایشگاه‌های بین‌المللی آن‌هم در تمام رشته‌های نساجی مانند ماشین‌آلات، فرش و کفپوش، پوشاک، منسوجات خانگی و... برگزار می‌شود که اخیراً استان‌های قزوین و کردستان نیز متقاضی برگزاری این نمایشگاه‌ها شده‌اند. گذشته از اینکه در یکسال، یک کشور به چه تعداد نمایشگاه نساجی، آن‌هم بین‌المللی و همه‌جانبه و در تمام شاخه‌های نساجی نیاز دارد، بحث کیفیت برگزاری این نمایشگاه‌ها مطلب بسیار مهمی است که متأسفانه علی‌رغم اینکه هر ساله نیز به مسئولین محترم برگزاری این نمایشگاه‌ها بازگو می‌گردد، هر سال کیفیت برگزاری کمتر از سال گذشته می‌گردد و به قول معروف سال به سال دریغ از پارسال! عزیزانی که نمایشگاه سال گذشته تهران که عملاً یک بازار مکاره برای فروش محصولات خارجی بود، امسال یزد که فقط غرفه‌داران؛ بازدیدکنندگان این نمایشگاه بودند! و ماه گذشته تبریز که به دلیل به حد نصاب نرسیدن غرفه‌ها اصلاً برگزار نشد! را دیده باشند؛ این موضوع را به خوبی درک کرده‌اند. اگر موضوع ارائه تحقیق و توسعه و محصولات جدید شرکت‌ها را پیشکش کرده و آن‌را کلاً در ایران کان‌لم‌یکن بدانیم آیا فقط برای فروش محصولات هم این تعداد نمایشگاه همه‌جانبه و بین‌المللی آن‌هم در سطح برگزاری بسیار پایین، مورد استفاده تولیدکنندگان و فعالان صنعت نساجی کشور قرار می‌گیرد؟ آیا همین موضوع موجب نشده که استقبال از نمایشگاه‌های نساجی در بین تولیدکنندگان و سایر اقسام صنعت نساجی کشور به شدت کاهش یابد؟ و ایشان حضور در نمایشگاه‌های خارجی را به حضور در نمایشگاه‌های داخلی ترجیح دهند؟ یقیناً اگر نمایشگاه‌هایی که هم‌اکنون در سطح این استان‌ها تحت عنوان بین‌المللی و در تمام رشته‌ها و بدون کیفیت برگزار می‌شود، در سطح استانی و آن‌هم در رشته‌های خاص در هر استان برگزار شود؛ نتیجه‌ای بسیار بهتر از این نمایشگاه‌ها عاید برگزارکننده و غرفه‌دار و بازدیدکننده خواهد شد. مثلاً تبریز به دلیل اینکه در چرم و کیف و کفش در ایران شناخته شده و قطب محسوب می‌شود یا کاشان که به عنوان قطب فرش ماشینی به شمار می‌آید، یا به همین ترتیب در سایر موارد، هر استان نمایشگاه مربوط به خود را برگزار کند؛ نتیجه بسیار مطلوب‌تر خواهد بود ضمن اینکه نمایشگاه تهران هم می‌تواند به دلیل قدمت بیشتر و مخاطب‌تر بودن به صورت بین‌المللی و فراگیر البته با برنامه ریزی بهتر و کیفیت بیشتر برگزار گردد.