



# Tüyap İstanbul

## Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi

### Convention and Congress Center

### Çekmece, İstanbul, Turkey



## حضور در نمایشگاه؛ هزینه نیست...

گفتو گو با مهندس مهدی جهانی - مدیر دفتر تهران شرکت نمایشگاهی تویاپ<sup>۱</sup> ترکیه

اشاره:

نوشتن در مورد نمایشگاه‌های نساجی ترکیه که همیشه مورد استقبال صنعتگران ایرانی قرار دارد و در این زمینه، رکورد دار هستند؛ نیازی به مقدمه چینی و توضیح خاصی ندارد. نمایشگاه‌هایی در ابعاد و وسعت ITM توسط شرکت نمایشگاهی تویاپ برگزار می‌شود که این شرکت در ایران دارای دفتر نمایندگی است و کلیه امور مربوط به اعزام متخصص و صنعتگر نساجی در قالب بازدیدکننده یا غرفه‌گذار توسط این دفتر انجام می‌شود. برای آشنایی بیشتر با فعالیت‌های تویاپ در حوزه نمایشگاه نساجی با مهندس مهدی جهانی - مدیر جوان دفتر تهران شرکت نمایشگاهی تویاپ ترکیه - گفت‌وگویی انجام دادیم که از نظر تان می‌گذرد:

فعالیت شما در شرکت تویاپ چه زمانی آغاز شد و در مورد فعالیت‌های این شرکت توضیحات بیشتری ارائه‌نمائید.

دانش آموخته مقطع کارشناسی رشته مهندسی عمران در ایران و کارشناسی ارشد در ترکیه هستم. طی ۳ سالی که در این کشور به تحصیل می‌پرداختم با شرکت تویاپ آشنا شدم و براساس مذاکرات انجام‌شده، مدیریت دفتر تهران این شرکت به من واگذار شد. تویاپ، یکی از بزرگترین مجریان صنعت نمایشگاهی ترکیه محسوب می‌شود که در ۵ شهر ترکیه دارای مرکز نمایشگاهی است. این شرکت سالیانه حدود ۱۱۵ نمایشگاه برگزار می‌کند که از این تعداد برای ۲۰-۱۵ نمایشگاه، فعالیت‌های مربوط به اعزام غرفه‌گذاران و بازدیدکنندگان را انجام می‌دهیم. لازم به توضیح است که تویاپ در ۶ کشور گرجستان، روسیه، سوریه، بلغارستان، مقدونیه و ایران دارای دفتر نمایندگی است البته نمایندگی‌های متعددی نیز در اکثر کشورها دارد اما به دلیل اهمیتی که برای کشورهای همسایه خود از جمله ایران قائل است؛ دفتر نمایندگی تأسیس کرده‌است. در مورد نمایشگاه‌های صنعت نساجی باید عنوان کنم که از معتبرترین و بزرگترین نمایشگاه‌های نساجی جهان مانند TEXPO، ITM و Clothing Machinery، YARN توسط تویاپ برگزار می‌شود همچنین شاهد برپایی بزرگترین نمایشگاه‌های صنعتی ترکیه مانند نمایشگاه کاشی و سرامیک، بسته‌بندی، صنایع چوب، لوازم جانبی مبل، پلاستیک، لوازم پزشکی و آزمایشگاهی، مواد غذایی تحت مدیریت تویاپ هستیم.

ممکن است مقایسه‌ای (از نظر تعداد و استقبال

غرفه‌گذار و بازدیدکننده) میان نمایشگاه‌های نساجی با سایر نمایشگاه‌هایی که توسط شرکت تویاپ برگزار می‌شود؛ انجام دهید؟

همان‌طور که می‌دانید یکی از صنایع معتبر و توانمند ترکیه، صنعت نساجی و پوشاک است که در این زمینه به جز شرکت تویاپ، تعدادی دیگر از شرکت‌ها به برگزاری نمایشگاه نساجی می‌پردازند زمانی که تعداد نمایشگاه‌های یک صنعت افزایش پیدا کند، به تبع متخصصین و تولیدکنندگان آن صنعت ترجیح می‌دهند در نمایشگاهی حاضر شوند که اعتبار بیشتری نسبت به سایرین داشته باشد با این اوصاف نمایشگاه‌های مانند ITM، YARN و TEXPO در زمره نمایشگاه‌های خوشنام و معتبر قرار می‌گیرد و از تمام کشورهای دنیا، بازدیدکننده متخصص خود را دارند. امسال نیز نمایشگاه‌های مذکور با استقبال قابل توجه غرفه‌گذاران همراه بود به طوری که ظرفیت ۱۲ سالن مرکز نمایشگاهی تویاپ استانبول تکمیل شده بود. به هر حال شهرت و اعتبار هر کشور در مورد یک صنعت بر رونق برگزاری نمایشگاه بسیار موثر است در ترکیه نیز نمایشگاه‌های نساجی و همچنین نمایشگاه‌های صنعت ساختمان از جایگاه ویژه‌ای نزد اهالی این دو صنعت برخوردار هستند.

آمار از میزان بازدیدکننده و غرفه‌گذار از ایران وجود دارد؟

در نمایشگاه ITM با ۳ شرکت ایرانی (به‌عنوان غرفه‌گذار) آشنا شدم اما هنوز آمار و اطلاعات دقیقی از تعداد بازدیدکنندگان ایرانی به دست ما نرسیده‌است. البته طبق آمار غیر رسمی بیش از ۳۰۰ نفر بازدیدکننده ایرانی در نمایشگاه





## تولیدکننده‌ای که به کیفیت مناسب محصولات خود اطمینان کامل دارد هر چند ممکن است تولیدکننده درجه یک آن کشور نباشد اما بهتر است در نمایشگاه بین‌المللی شرکت کند زیرا مخاطبین نمایشگاه بین‌المللی از تمام کشورهای جهان هستند و می‌توان از میان این طیف گسترده، بازار هدف را مشخص کرد.

طبعاً اثرگذار خواهد بود. برای مثال بازدیدکننده‌ای که سال‌های پیش با ۵۰۰ هزار تومان به آسانی می‌توانست به ترکیه بیاید و از نمایشگاه بازدید نماید؛ امسال باید حدود یک میلیون تومان در این زمینه هزینه می‌کرد زیرا قیمت هتل، بلیت و ... به دلیل افزایش نرخ ارز گران‌تر از گذشته شده است و این امر در کاهش تعداد بازدیدکنندگان ایرانی موثر است. از سوی دیگر ممکن است در جریان بازدید از نمایشگاه، قرارداد خرید ماشین‌آلات یا محصولات یک شرکت خارجی منعقد شود اما به دلیل تحریم‌های بانکی، حواله‌ارز با دشواری انجام می‌شود و گشایش اعتبار به جز در مورد کالاهای اساسی و مورد حمایت دولت زمان‌بر و بسیار سخت است.

### بیشترین کشور بازدیدکننده و غرفه‌گذار در نمایشگاه‌های نساجی ترکیه؟

معمولاً بازدیدکننده ایرانی در صدر فهرست بازدیدکنندگان قرار می‌گیرد؛ اما در مورد غرفه‌گذار باید به حضور چشمگیر ایتالیا، اسپانیا، چین و کره جنوبی اشاره نمایم که غرفه‌های بزرگی را به خود اختصاص داده بودند.

### و به عنوان آخرین پرسش؛ نزدیکترین نمایشگاه نساجی در ترکیه که توسط تویاپ برگزار می‌شود؛ چیست؟

نمایشگاه پوشاک آماده مانند جوراب و لباس شنا و ... که در دی‌ماه برگزار خواهد شد.

### امسال سال تولید ملی و حمایت از کالای ایرانی است. به نظر شما آیا این امر تأثیری بر حضور شرکت‌های غرفه‌گذار در نمایشگاه و یا حضور در بازارهای بین‌المللی دارد و آیا دولت تسهیلاتی را در این زمینه فراهم می‌کند؟

با توجه به سال تولید ملی شرکت‌ها با در نظر گرفتن بازار داخلی به سمت صادرات نیز روی آورده‌اند به همین سبب در تعداد غرفه‌گذاران از ایران افزایش داشته‌ایم. به خصوص شرکت‌های نساجی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران نیز در این راستا اقداماتی انجام داده است و با رایزنی‌های انجام شده با سازمان توسعه تجارت، تسهیلاتی برای غرفه‌گذاران نمایشگاه‌های خاص در نظر گرفته شده است.

۱-Tuyap

بنابراین فرصت خوبی است تا از این طریق راهی به بازارهای بین‌المللی باز کرد. از سوی دیگر تداوم حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی، ذهنیت مثبتی را در نگرش مخاطبان ایجاد می‌کند.

### این حضور، هزینه بر نیست؟

مسلماً هزینه‌بر است اما نباید به حضور در نمایشگاه بین‌المللی به عنوان یک هزینه نگرست بلکه نوعی سرمایه‌گذاری بلندمدت محسوب می‌شود که در صورت استمرار به موفقیت منتهی خواهد شد. در صورتی که یک تولیدکننده، محصولات با کیفیت مطلوب و قیمت مناسب عرضه نماید اما قادر به معرفی خود در بازار مصرف داخلی یا خارجی نباشد؛ گمنام باقی خواهد ماند و به توسعه و پیشرفت دست نمی‌یابد. اگر مدیران واحدهای نساجی به فکر صادرات محصولات خود هستند، چه کشوری مناسب‌تر از ترکیه؟ زیرا سفر ایرانیان به این کشور نیازی به دریافت ویزا ندارد و به دلیل نزدیکی با مرزهای ایران، حمل و نقل کالا و محصولات به آسانی انجام می‌شود؛ همچنین زمینه دستیابی به بازارهای اروپا از طریق ترکیه به خوبی مهیا است.

### برخی از تولیدکنندگان بر این باورند که تنها شرکت‌های بزرگ و با تولیدات کیفی درجه یک و خاص می‌توانند در نمایشگاه‌های بین‌المللی به عنوان غرفه‌گذار حضور یابند. دیدگاه شما در این مورد چیست؟

تولیدکننده‌ای که به کیفیت مناسب محصولات خود اطمینان کامل دارد هر چند ممکن است تولیدکننده درجه یک آن کشور نباشد اما بهتر است در نمایشگاه بین‌المللی شرکت کند زیرا مخاطبین نمایشگاه بین‌المللی از تمام کشورهای جهان هستند و می‌توان از میان این طیف گسترده، بازار هدف را مشخص کرد.

### چگونه می‌توان در یک نمایشگاه بین‌المللی با موفقیت ظاهر شد؟

در مرحله نخست، تصمیم‌گیری برای حضور در نمایشگاه بسیار مهم است. هر چه مدیران شرکت در زمینه اخذ غرفه زودتر اقدام نمایند، محل مناسب‌تری را در سالن‌های نمایشگاه تصاحب خواهند کرد. نکته دیگر دقت در طراحی و دکوراسیون غرفه است تا موجب جلب و جذب بازدیدکنندگان شود. یکی دیگر از موارد موثر در جلب نظر بازدیدکنندگان، استفاده از پرسنل توانمند، مطلع و متبحر است تا ضمن راهنمایی بازدیدکنندگان، آنها را به حضور در غرفه و آشنایی با محصولات آن شرکت ترغیب نمایند. انتشار بروشور به زبان‌های انگلیسی و همچنین به زبان کشور برگزارکننده نمایشگاه، توزیع هدایای تبلیغاتی میان بازدیدکنندگان و ... تمهیداتی برای جلب بیشتر مخاطبین است.

### افزایش نرخ ارز را در آینده حضور شرکت‌های ایرانی در بازارهای بین‌المللی چگونه می‌بینید؟

نمایشگاه ITM حضور داشته‌اند.

### شرکت نمایشگاهی تویاپ به منظور جذب و جلب بیشتر مخاطبین (بازدیدکننده و غرفه‌گذار) چه راهکارهایی مدنظر قرار می‌دهد؟

موقعیت جغرافیایی مناسب استامبول فرصت ارزشمندی را در اختیار مدیران تویاپ جهت برگزاری نمایشگاه‌های پربار و موفق قرار داده است. همچنین طی انجام مذاکره با اتحادیه‌ها، تشکلهای و شرکت‌های هر صنعت به آنان پیشنهاد حضور در هر یک از نمایشگاه‌های برگزار شده را ارائه می‌دهد. بخش دیگر فعالیت تویاپ به شرکت‌های ترکیه اختصاص دارد برای مثال آمار و ارقام صادرات تمام شرکت‌های تولیدی ترکیه مشخص است و به تبع تولیدکنندگان تمایل دارند ضمن حفظ موقعیت فعلی، به بازارهای جدید هم دست پیدا کنند بنابراین تویاپ در عین معرفی بازارهای جدید به شرکت‌کنندگان، توجه مدیران شرکت‌ها را جهت حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی با هدف معرفی بیشتر توانمندی‌ها، محصولات و ... جلب می‌نماید. در مورد بازدیدکنندگان هم امکاناتی مانند کارت ورودی نمایشگاه، استفاده از ناهار نمایشگاه (در صورت امکان)، رزرواسیون هتل (در صورت مسافرت گروهی) و به طور کلی اقداماتی که تسهیل کننده بازدید آنان باشد، انجام می‌دهد. به اعتقاد من حضور در نمایشگاه‌های تویاپ (چه به عنوان بازدیدکننده یا غرفه‌گذار) بیش از آن که برای این شرکت منفعت داشته باشد به سود شرکت‌ها و بازدیدکنندگان خواهد بود زیرا نمایشگاه بهترین مکان برای تبادل اطلاعات فنی و تکنولوژی، آشنایی با سایر صنعتگران داخلی و خارجی می‌باشد. مثلاً بارها اتفاق افتاده که دو صنعتگر هموطن در جریان بازدید از نمایشگاه خارجی با همدیگر آشنا شده‌اند و به همین ترتیب زمینه تعاملات صنعتی و تجاری میان آنها شکل گرفته است.

### آیا مباحث مربوط به تحریم‌ها در موفقیت یا عدم موفقیت شرکت‌ها در نمایشگاه‌های ترکیه موثر است؟

خبر زیرا همواره روابط سیاسی میان ایران و ترکیه، مثبت و بدون تنش است؛ به همین دلیل ممنوعیتی برای حضور شرکت‌های ایران در نمایشگاه‌های تویاپ وجود ندارد.

### تا چه میزان حضور در نمایشگاه‌های خارجی برای توسعه بازار یک شرکت در عرصه بین‌المللی، موثر است؟

باید صادرات غیرنفتی کشور را گسترش دهیم و بهترین گزینه برای یافتن بازارهای بین‌المللی، حضور در نمایشگاه‌های معتبر جهانی است همچنان که اغلب تولیدکنندگان جهان چنین سیاستی را در دستور کار خود قرار می‌دهند و با حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی موفق به جذب بازار جدید می‌شوند. طبعاً در نمایشگاه‌های تخصصی، تمام بازدیدکنندگان و شرکت‌کنندگان، حرفه‌ای و متخصص آن صنعت هستند