

لزوم تدوین تقویم نمایشگاه‌های نساجی کشور

برگزاری «بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات، مواد اولیه و محصولات نساجی و «هفتمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک در تهران»، «سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی نساجی و دومین نمایشگاه مداکس در اصفهان»، «اولین نمایشگاه فرش ماشینی در کاشان» و «دومین نمایشگاه بین‌المللی نساجی و منسوجات در مشهد» در طول کمتر از یک‌ماه را می‌توان مهم‌ترین اخبار صنعت نساجی و پوشاک در ماه گذشته دانست. نمایشگاه‌هایی که تراکم برگزاری آنها در یک‌ماه با انتقادات بسیاری از سوی فعالان صنعت نساجی کشور همراه بود.

گرچه خدمات برگزاری نمایشگاه در سرتاسر جهان با پیشرفت‌های چشمگیری در دهه‌های اخیر مواجه بوده است و شرکت‌های بزرگ و چند ملیتی با به‌کارگیری تجربیات برگزاری این نمایشگاه‌ها کوشیده‌اند در صنایع مختلف پیشرفت‌ها و دگرگونی‌های جدیدی را رقم زنند از طرفی کشورهای مختلف با تقویت زیرساخت‌های نمایشگاهی و سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی در این حوزه توانسته‌اند به‌غول‌های بزرگی در برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی بدل شوند و امروزه صنعت نمایشگاهی علاوه بر اینکه به یکی از ارزش‌آورترین کسب و کارهای جهانی تبدیل شده است توانسته نقطه‌آغازی برای ارتقای کسب و کارها و فناوری‌های صنایع مختلف باشد که در حوزه صنایع نساجی می‌توان از نمایشگاه‌های ایتما و یا ایتما آسیا و یا دمو تکس و هایم تکستیل به‌عنوان بزرگ‌ترین نمایشگاه‌های نساجی دنیا نام برد اما متأسفانه در کشور ما هنوز آن‌چنان که باید و شاید بسترها و زیرساخت‌های اولیه برای برگزاری نمایشگاه‌ها فراهم نشده و اکثر شهرهای بزرگ با مشکلات عدیده‌ای در برگزاری نمایشگاه‌ها مواجه هستند و حتی از سایت‌های نمایشگاهی که گام اول برگزاری نمایشگاه است؛ محروم‌اند؛ به‌طوری‌که شاید بزرگ‌ترین و مجهزترین سایت نمایشگاهی کشور همان شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران است که به دلیل مدیریت سنتی و دولتی حاکم بر آن، آن‌چنان که شایسته صنعت و تجارت کشور است، توسعه نیافته و بهره‌برداری مناسبی از آن صورت نمی‌گیرد. کما این‌که خوانندگان محترم در جریان هستند سال‌های متمادی، بحث واگذاری مدیریت این مجموعه به بخش خصوصی مطرح بوده ولی هرگز گامی در جهت این واگذاری صورت نپذیرفته است همچنان که بهره‌برداری از مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب نیز علی‌رغم سرمایه‌گذاری صورت گرفته، به‌دلایل مختلف با ابهام روبروست و به همین لحاظ است که هر از گاهی شاهد برگزاری نمایشگاه‌های مختلف در مصالی تهران و یا مرکز نمایشگاهی شهرداری و ... هستیم.

بدون تردید بهره‌گیری از تجربیات سایر کشورها در زمینه برگزاری نمایشگاه موید این مطلب است که واگذاری مدیریت برگزاری نمایشگاه‌ها به بخش خصوصی یا تشکلهای خصوصی نظیر اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی می‌تواند گام بزرگی در جهت ارتقای کمی و کیفی برگزاری نمایشگاه در کشور باشد.

پرواضح است که مقایسه سایت‌های نمایشگاهی کشور با سایر کشورها حتی کشور همسایه نظیر ترکیه، دبی، امارات و ... حکایت از ضعف‌های اساسی در این حوزه دارد. ضمن این‌که مشکلات ناشی از سیاست خارجی و تحریم‌های ظالمانه سبب شده که حضور بخش بین‌الملل در نمایشگاه (چه در بخش شرکت‌کنندگان و چه در بخش بازدیدکنندگان) طی سال‌های اخیر به شدت کاهش یابد که این وضع تأثیر بسیار مهمی در فاصله گرفتن از مأموریت‌ها و اهداف برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی داشته است، کاملاً مشخص است که بحث بین‌المللی در نمایشگاه‌های استانی (یعنی نمایشگاه‌هایی که خارج از تهران برگزار می‌شود) با چالش‌های اساسی تری مواجه است و متأسفانه برگزارکنندگان و مجریان نمایشگاه‌ها با استانداردهای اولیه برگزاری نمایشگاه بین‌المللی به‌طور کامل غریبه‌اند.

تصمیمات خلق‌الساعه برای برگزاری نمایشگاه (بعضاً فاصله‌آخذ مجوز و برگزاری نمایشگاه به سه ماه هم نمی‌رسد)، عدم اطلاع‌رسانی نمایشگاه در حوزه بین‌المللی برای شرکتها و بازدیدکنندگان و عدم وجود ساز و کار اداری و اینترنتی مناسب برای انجام روال اداری ثبت نام، عدم طراحی ساز و کارهای مناسب برای بخش بین‌الملل (به‌طوری‌که گاهی حتی بخش انگلیسی و بسایت و یا حتی ایمیل برای جذب علاقه‌مندان خارجی وجود ندارد)، تغییر مکرر تقویم تاریخ برگزاری نمایشگاه بدلیل متعدد، بی‌دقتی در تعیین تاریخ برپایی نمایشگاه و به تبع تغییر این تاریخ‌ها در گام بعد، ضعف شدید در ارائه خدمات مناسب به‌طوری‌که حتی شرکتها و بازدیدکنندگان داخلی نیز با موضوع سرویس و خدمات مشکل دارند چه برسد به شرکتها و بازدیدکنندگان خارجی که تصور ذهنی و حداقل استانداردهایی را مدنظر دارند و ده‌ها مشکل دیگر سبب شده که برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی در کشور با اما و اگرهای جدی مواجه شود. برپایی چندین نمایشگاه در حوزه صنعت نساجی و پوشاک در طول کمتر از یک‌ماه در شهرهای تهران، اصفهان، مشهد و به زودی در شهر یزد خود حکایت از عدم برنامه‌ریزی متمرکز و مدیریت ناهماهنگ در این حوزه دارد. به‌هرحال ضمن عرض خسته نباشید به مجریان محترم برگزاری این نمایشگاه‌ها، امیدواریم با حمایت‌ها و برنامه‌ریزی مشترک تشکلهای نساجی استانی و سراسری در سال‌های آتی، شاهد نظم و برنامه‌ریزی منسجم و بهتری در این حوزه باشیم و اصولاً سیاستگذاری و مأموریت‌گذاری مشخصی در این خصوص صورت پذیرد و با تدوین تقویم برگزاری نمایشگاه‌های نساجی در کشور، شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان این نمایشگاه‌ها استفاده موثرتری از آنها ببرند.

به نظر می‌رسد با مدیریت بهتر و منسجم‌تر در برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی، استانی، ملی و بین‌المللی و مأموریت‌گذاری مناسب و بهره‌مندی از تجربیات نمایشگاه‌های بین‌المللی و رعایت استانداردهای صنعت برگزاری نمایشگاه‌ها، می‌توان نقش موثرتری در صنایع نساجی و پوشاک منطقه داشت به خصوص این‌که با پیشرفت‌های حاصل شده در سال‌های اخیر و توجه دولت به صنایع نساجی و پوشاک و لزوم توجه بیشتر به صادرات می‌توان با بهره‌گیری از موافقت‌نامه‌های تجاری و مدیریت بهینه نمایشگاه‌های بین‌المللی نساجی، گام بزرگی در اثرگذاری بیشتر در منطقه برداشت.