



قم در کانون تحولات صنعتی:

مترکس و مطالبه توسعه ارتباطات فراسرزمینی



ابهام است و البته جنب و جوش. هوا پر از ابهام است که آیا سرانجام خواهد بارید یا به ابری و نمی، اکتفا خواهد کرد و فضای سالن‌ها پر از جنب و جوش است برای آغاز به کار نخستین نمایشگاه ماشین‌آلات و مواد اولیه. سی‌ام آبان ماه، نخستین مترکس با این پرسش در افکار عمومی کار خود را آغاز کرد که آیا صنعت کفش ایران آن قدر به بلوغ رسیده که بتواند مانند بسیاری از کشورهای مطرح صنعت کفش جهان، نمایشگاه مد و مواد را به صورت مستقل برگزار کند؟ و البته باز هم ابهام است که تا چه حد انتظارات حاضران از این نمایشگاه برآورده خواهد شد. حال این حاضران هم می‌توانند شرکت‌کنندگان باشند، هم بازدیدکنندگان و هم به صورت خاص خبرگان صنعت کفش که رخدادهای صنعت را همراه با جزئیات پیگیری می‌کنند.

مصرف
کالای ایرانی
ضامن
اشتغال فرزندانمان

قمی‌ها باز هم در مهمان‌نوازی سنگ تمام گذاشتند

برای تحلیل نمایشگاه قم باید یک مرز منصفانه را یافت. از یک سو نمی‌توان توانمندی‌های این استان را در صنعت کفش نادیده انگاشت، از جمله اینکه به‌واقع هم‌اکنون قم به یکی از ترمینال‌های صادراتی مهم کفش کشور تبدیل شده و از سوی دیگر، بعد ملی بودن نمایشگاه را نیز باید مدنظر قرار داد. این نکته‌ای است که جواد شعبان‌زاده، مدیر نمایشگاه مترکس در گفت‌وگو با ماهنامه صنعت کفش بر آن تکیه و تاکید کرد که نگاه ما ملی است و هدف اعتلای صنعت کفش ایران است و به همین دلیل، میزبان تمام صنعتگران کفش از سراسر کشور هستیم و تلاش می‌کنیم پتانسیل صنعت کفش را برای جلوگیری از خام‌فروشی فعال کنیم.

در همین راستا برگزارکنندگان نمایشگاه پیشاپیش از تمامی اتحادیه‌ها و تولیدکنندگان در سراسر کشور دعوت کرده بودند و دور از انصاف نیست که بگوییم قمی‌ها در مهمان‌نوازی سنگ تمام گذاشتند. از فراهم آوردن امکان اسکان و پذیرایی گرفته تا سازماندهی تیم مجرب مجریان و برگزارکنندگان که با رعایت اصل مهمان‌نوازی از مهمانان پذیرایی حرفه‌ای کردند.

علی نبوی‌رستگار، یکی از بازدیدکنندگانی است که از تبریز آمده. وی با ابراز رضایت از کیفیت نمایشگاه و امکانات پیش‌بینی شده می‌گوید: به جهت امکانات همه چیز خوب است. هر چند هنوز نمایشگاه قم به جهت ساختمانی تکمیل نشده، اما در کل امکاناتی که برای بازدیدکنندگان در نظر گرفته شده، در حد خیلی خوبی است و اگر قم بتواند همین روال را ادامه بدهد در سال‌های آتی می‌تواند به رقیب جدی تبریز تبدیل شود.

وی البته تاکید می‌کند: من هم به نگاه ملی اعتقاد دارم و البته حوزه فعالیت‌های قم و تبریز متفاوت هستند، قم در حوزه کفش‌های ماشینی پیشرو است و بازار صادراتی خوبی هم برای خودش دست و پا کرده، ولی در هر صورت بوی چرم طبیعی و هنر کفش ایران را باید در تبریز جست‌وجو کرد و به نظر می‌رسد در این بین تهرانی‌ها باید در جست‌وجوی هویت خود در صنعت کفش باشند، شاید بتوان گفت تهران می‌تواند محور مد یا خدمات پشتیبانی و نرم‌افزار صنعت باشد و این خیلی خوب است که صنعت هویت منطقه‌ای پیدا کند.

انتظار بزرگ از نمایشگاه های کفش گسترش ارتباطات فراسرزمینی

در گفت و گو با فعالان صنعت کفش، یک نکته اساسی رخ می نمایاند و اگر به صورت خلاصه بخواهیم آن را بیان کنیم، این است که انتظار شرکت کنندگان در نمایشگاه ها به صورت عام و مترکس به صورت خاص، گسترش ارتباطات فراسرزمینی است و از آنجا که دست اندرکاران نمایشگاه قم در چند سال گذشته فراتر از انتظارات به این موضوع پرداخته اند، حال گویی تولیدکنندگان صنعت کفش روزنه ای یافته اند به نام نمایشگاه قم.

محمدرضا اخوت، مدیرعامل شرکت امضاء این موضوع را از منظر جالب توجهی تحلیل می کند. او در همین ارتباط می گوید: یکی از مهم ترین دلایل استقبال این نمایشگاه سابقه ذهنی است که از نمایشگاه قم شوز سال گذشته در اذهان شکل گرفته و توسعه ارتباطاتی که در نهایت مسیرهای بازار خوبی برای شرکت کنندگان فراهم کرد.

راهکاری متفاوت: ارتباط پایدار با اتاق های بازرگانی و وابسته های بازرگانی سفارت ها

از جمله تجارب امپکس ۱۴۰۲ این بود که در تعاملی که ستاد برگزاری نمایشگاه با وزارت امور خارجه برقرار کرد، برگزاری نمایشگاه حتی در وبسایت رسمی وزارت خارجه اطلاع رسانی شد و به نسبت سال های گذشته به نظر می رسید جنب و جوش دیپلماتیک بیشتری رخ داد که از جمله می توان به بازدید سفیر عربستان از نمایشگاه و غرفه جامعه صنعت کفش ایران اشاره کرد که به نوعی می توان از آن به عنوان نقطه عطف یاد کرد. در کنار این باید به یاد داشته باشیم که عربستان یکی از بازارهایی بود که پیش از تیرگی روابط دو کشور، ایران به خوبی در آن فعال شده بود و حالا با بهره گیری از این ظرفیت ها انتظار می رود بتوانیم این مسیر را ادامه دهیم.

محمدرضا اخوت در همین ارتباط معتقد است که صنعت ما به سطحی از توانمندی ها رسیده که هم اکنون ظرفیت توسعه صادرات را داریم و هدف ما هم از شرکت در نمایشگاه همین توسعه ارتباطات و بین المللی و ارتباط با تجار خارجی است، نمایشگاه قم شروع خوبی در این زمینه داشته و شاید بتوانیم قم شوز را یک نقطه عطف بدانیم و همین باعث شده نگاه ها به سمت مترکس معطوف شود، اما برای ادامه مسیر نیاز به تفکر دوباره است. بازارهای جدید باید پیدا کنیم. برای این کار فارغ از روابط فردی که هم اکنون فعالان استان قم با تجار برقرار کرده اند، نیاز به استفاده از توانمندی های تشکیلاتی و ملی داریم. به عنوان مثال در قالب اتاق بازرگانی، تعداد زیادی اتاق مشترک با کشورهای مختلف داریم که از قضا فعالیت شان هم مقطعی نیست و این تشکلهای ظرفیت خوبی دارند که بتوانیم



از طریق آنها توسعه پایدار در روابط بین الملل ایجاد کنیم، ضمن اینکه ظرفیت بخش های کنسولی و رایزنی های اقتصادی را هم نباید نادیده بگیریم. وی در ادامه می گوید: همان طور که گفتم مهم پیدا کردن بازارهای نو است، بازارهای نو، تجار نو به همراه خواهد آورد. به عنوان مثال هم اکنون بازار آفریقا بسیار پتانسیل خوبی است که اگر روی آن کار کنیم، بسیار خوب جواب می گیریم. اینها بازارهایی هستند که خیلی هم شامل مسائل تحریمی نمی شوند و می توانند فضای گسترده تری برای صنعت ایجاد کنند. در کنار بحث در ارتباط با این موضوع، نباید فراموش کنیم هر چند رسالت و کارکرد وجودی نمایشگاه ها توسعه ارتباطات است، اما با توجه به شرایط کشور گذاشتن چنین مسئولیت بزرگی روی شانه های یک نمایشگاه تخصصی نمی تواند کارگشا باشد، اما در هر صورت بیانگر این نکته است که صنعت به جهت ظرفیت های تولیدی و سخت افزاری به سطحی رسیده که دیگر با بازار داخلی اشباع نمی شود، ضمن اینکه گرانی ارزهای خارجی انگیزه لازم برای صادرات را ایجاد کرده است و حالا نمایشگاه ها فرصتی هستند که در این ارتباط مفاهمه ایجاد کنیم.



رشد صنعت در گرو رشد فرهنگ صنعتی است

شرکت سامان پایدار نوید و حاج ولی رضایی از قدمای صنعت کفش هستند که اگر اغراق نکنیم بخش مهمی از رابطه بین‌المللی صنعت کفش را یک‌تنه به دوش می‌کشند. باتوجه به اینکه حوزه تخصصی این شرکت هم ماشین‌آلات و مواد اولیه است، سامان پایدار نوید با ماشین‌آلات متنوع در مترکس حضور پیدا کرده بود، تا جایی که باید گفت به جهت کمی و کیفی و تنوع محصولات ارائه شده در نمایشگاه قم این شرکت قابل‌مقایسه با نمایشگاه امپکس تهران نبود. در حالی که یافتن ولی رضایی در میان تعداد زیاد بازدیدکنندگان کار آسانی نبود، در نهایت مثل همیشه وقتی را برای گفت‌وگو برای نشریه صنعت کفش در نظر گرفت تا در نهایت بر لزوم توسعه فرهنگ صنعتی تأکید کند.

رضایی در ابتدا با تأکید بر مزیت نمایشگاه مترکس گفت: اینجا فضای تخصصی‌تر برای عرضه‌کنندگان مواد اولیه و ماشین‌آلات فراهم آمده است، طبیعی است که به شلوغی نمایشگاه‌های محصول نهایی نیست، اما در هر صورت مخاطبان آن تخصصی هستند و مهم همین است و در کشورهای مطرح دنیا نیز نمایشگاه محصول نهایی کفش از ماشین‌آلات و مواد تفکیک شده است. مدیرعامل شرکت سامان پایدار نوید در ادامه با تأکید بر جایگاه اهل قلم در این ارتباط گفت: این وظیفه اهل قلم و از جمله خبرنگاران است که سطح دانش و آگاهی افراد را بالا ببرند و حالا خوب مخاطب ما اینجا فعالان صنعت کفش هستند. اگر صنعت ما حرکت نمی‌کند یعنی ما مشکل فرهنگی داریم، اگر نمی‌توانیم بازارهای بزرگ‌تر را به دست بیاوریم به دلیل این است که سازوکار تعامل با دیگر جوامع را نیاموخته‌ایم. حالا هم اگر می‌خواهیم این دایره بسته را بشکنیم باید تفکر خودمان را اصلاح کنیم و از دایره تولید برای خود فراتر برویم.

بازار مواد اولیه و ماشین‌آلات همچنان در چنبره چینی‌ها

چینی‌ها بسیار پرشمارند؛ خیلی زیاد در کسوت شرکت‌کننده و هم در کسوت بازدیدکننده. به نظر می‌رسد خودشان دیگر اینجا شرکت هم ثبت کرده‌اند و غرفه دارند. چینی‌ها در این بازار خریدار نیستند، این سنت آنهاست و در بیشتر بازارها فروشنده‌اند. در مترکس نیز همین‌گونه است. برخی شرکت‌ها ماشین‌آلات چینی که وارد کرده‌اند را می‌فروشند و برخی از چینی‌ها نیز در قالب بازدیدکننده محصولاتشان را عرضه می‌کنند. به نظرمی‌رسد می‌توان گفت مترکس در مدت چهار روز برگزاری خود توانسته نمره خوبی دریافت کند. جواد شعبان‌زاده از آنچه در قم رقم می‌خورد به‌عنوان نذر کار و تلاش یاد می‌کند و معتقد است یک تلاش همه‌جانبه و صادقانه فقط می‌توانست این نتیجه را به بار

بیاورد به‌ویژه اینکه نمایشگاه قم به جهت مکان فیزیکی هنوز در حال ساخت است و زیرساخت‌های آن هنوز کامل نیست و از جمله اینکه هنوز گاز آن وصل نیست و همین امر مشکلات زیادی داشته است. با این شرایط، مترکس نخست برگزار شد، هر چند برخی بر این باور بودند که تعداد مهمانان خارجی می‌توانست بیشتر باشد. واقعیت این است که صنعت کفش ایران، تشنه گسترش ارتباطات است و به صورت خاص و در حالی که نمایشگاه تهران از این منظر ضعیف‌تر عمل کرده، همه چشم‌ها به قم دوخته شده بود و همین عاملی بود که تولیدکنندگان از شهرهای مختلف مانند تبریز، همدان، هیدج، مشهد و... در قالب گروه‌های تجاری خود را به قم برسانند. هر چند میان هفته نمایشگاه کمی خلوت بود، اما استقبال بسیار زیاد در پایان هفته از سوی فعالان شهرهای مختلفی موبدی بر همین نکته است.

در پایان اینکه از نمایشگاه‌ها و به صورت خاص از نمایشگاه قم باید انتظار منطقی داشته باشیم. نمایشگاه‌ها می‌توانند به باز شدن گره ارتباطات بسته صنعت کفش کمک کنند، اما فراموش نکنیم برگزارکنندگان این نمایشگاه‌ها نیز با محدودیت‌های زیادی روبه‌رو هستند، ضمن اینکه هر رخدادی متأثر از فضای اجتماعی است که پیرامون آن را فرا گرفته است. قمی‌ها گام نخست را خوب برداشته‌اند؛ آنها نقطه هدف گسترش ارتباطات بین‌المللی را نشانه گرفته‌اند و حالا نوبت تشکله‌ها و حتی سیاست‌گذاران است که آنها را در توسعه این هدف یاری برسانند و فارغ از نقادی‌هایی که شد و البته باید باشد، امید است که صنعت کفش تلاش‌های برگزارکنندگان مترکس را ارج نهد و در عمل این نمایشگاه تبدیل به نقطه عطف تخصصی شدن نمایشگاه‌های کفش در کشور شود.



گروه تولیدی صنایع چرم خورشید



کلاسیک تا مدرن



CHARMKHORSHID.CO



66973000



WWW.CHARMKHORSHID.IR

تخصصی ترین دپارتمان تولیدی license Euro2022



سازمان‌های برجسته بایستی نه تنها متفاوت بودن کارکنان از همدیگر را بپذیرند، بلکه باید برای این تفاوت‌ها سرمایه‌گذاری کنند

