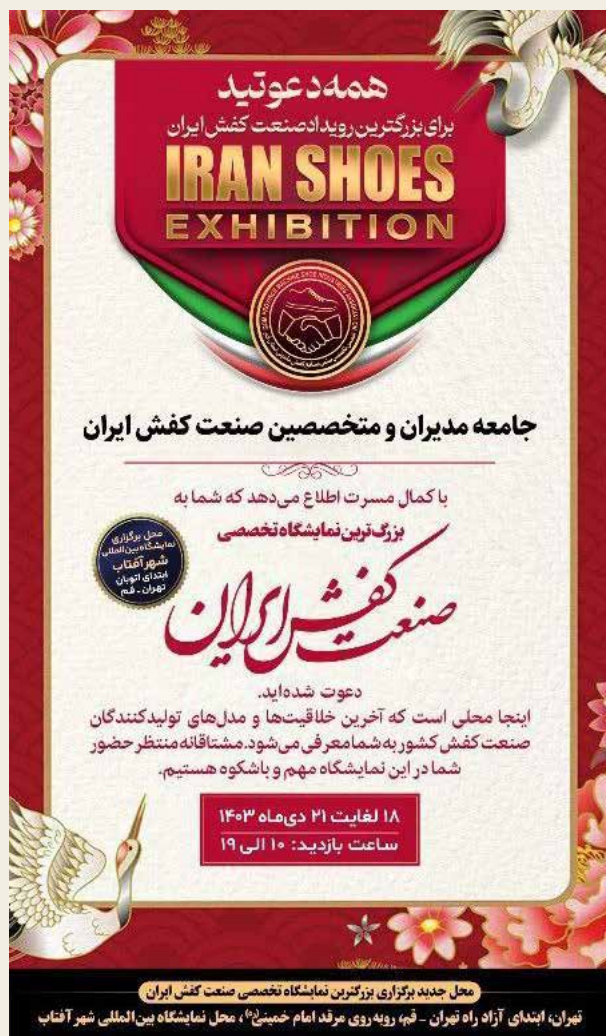




نمایشگاه شهر آفتاب فرصت بازتعریف نظام نمایشگاهی



بودند. این در حالی است که صنعت شیرینی و شکلات سابقه صادرات یک میلیارد دلاری را در پرونده دارد که البته به تازگی به دلیل اتخاذ سیاست‌های نادرست آنها نیز با افت شدید ۶۰ درصدی روبرو شده‌اند. صادرکنندگان صنایع غذایی نیز معتقدند نظام نمایشگاهی کشور نیازمند یک بازتعریف جدید است. در جلسه‌ای که در آذرماه در اتاق بازرگانی تهران برگزار شد، تولیدکنندگان و صادرکنندگان معظم صنایع غذایی که در سال گذشته ۱/۸ میلیارد دلار صادرات داشته‌اند همه باور داشتند که نظام نمایشگاهی کشور نیازمند بازتعریف دوباره است.

«نمایشگاه» یک مفهوم است و به قول جواد شعبان زاده که به تازگی با او گفت و گو داشتم یک تجربه است. با این استدلال باید دید که خلق این تجربه متفاوت نیازمند چه زیرساخت‌ها و رویکردهایی است. هنگامی که از زیرساخت سخن می‌گوییم به صورت طبیعی زیرساخت فیزیکی به ذهن‌مان مبتدار می‌شود. فضای نمایشگاهی مناسب، مجهز به فناوری آسان، دسترسی به امکانات شهری و... این‌ها مهم هستند اما همه این نیست. امروز به خوبی برای همه ما ثابت شده است که از امکانات فیزیکی چیزی کم نداریم، چه در بعد ملی و چه در بعد صنعت؛ اما چرا نمی‌توانیم به نقطه مطلوب برسیم، این پرسشی است که ذهن بسیاری را به خود درگیر کرده است. امروز دیگر همه پیشروان عرصه کسب و کار به خوبی دریافته‌اند که در کنار زیرساخت فیزیکی نیازمند زیرساخت‌های اجتماعی-انسانی هستیم. در همین گفت و گوی اخیر که با احمدعلی مهدی پور، سفیر کفش انجمن کفش ماشینی قم- داشتم وی به نکته خوبی اشاره کرد که برای گشودن دریچه صادرات، نیازمند اراده جمعی تولیدکننده‌ها هستیم. او که شهر به شهر با چمدانی از نمونه محصولات ایرانی سفر کرده است، به خوبی می‌داند که محصول ایرانی چه قدر محجور و ناشناس است و رسانه‌های دنیا که تنها تصویر جنگ از ایران مخابره می‌کنند، در کنار تحریم‌ها چگونه دست به دست هم داده‌اند که ایران را به انزوای اقتصادی ببرند. او در تجارب خود می‌گوید بسیاری نمی‌دانند ایران تولیدکننده کفش است و ابتدا به ما می‌گفتند شما تاجر هستید که کفش چینی را بازاریابی می‌کنید. این مشکلی است که تنها دست به گریبان صنعت کفش نیست، صنایع دیگر نیز کمابیش با آن دست و پنجه نرم می‌کنند که در ادامه به آن خواهیم پرداخت. از زاویه نگاه دیگر، هدف از نمایشگاه تبادل است. تبادل کالا، تجربه، شناخت، فرهنگ و... و آن چه که هم اکنون نمایشگاه قم را از سایر نمایشگاه‌های متفاوت کرده است همین تبادل بین المللی است، همان نتیجه با چمدان بازار کفش ۳۲ کشور را جستجو کردن، جواب‌های منفی شدن و نترسیدن از آنها و در کنار آن تعامل‌هایی که شکل می‌گیرد، چرا که موفقیت فراز و فرود است که باید در برابر فرودها دوام آورد و حالا حاصل تمام این تلاش‌ها در فرصت چهارروز نمایشگاه شهر آفتاب خودش را نشان می‌دهد. البته اگر تحلیل جامعی داشته باشیم این حلقه تنگ کسب و کار در ایران محدود بودن نمایشگاه‌ها به بازدیدکنندگان داخلی تنها گریبان‌گیر صنعت کفش نیست و چه بسا نمایشگاه‌های بزرگی که با حمایت گسترده دولت و سازمان توسعه تجارت نیز برگزار می‌شود به این مشکل مبتلا هستند. در شهریورماه در بازدیدی که از نمایشگاه شیرینی و شکلات داشتم، شرکت‌کنندگان و برگزارکنندگان با همین مشکل روبرو



آن چه که نمایشگاه شهر آفتاب را متمایز کرده است همین ایجاد فرصت برای توسعه تعامل با کشورهای خارجی است. با نگاهی به آمار و همین مقایسه با دو صنعتی که به آن اشاره کردیم صادرات کفش ما قابل مقایسه با صنایعی مانند شکلات و شیرینی و صنایع غذایی نیستند و سالهاست که در محدوده صد میلیون دلاری این صادرات متوقف شده است، اما به نظر می‌رسد که پتانسیل صادراتی خوبی در این صنعت نهفته است که در نهایت می‌تواند به ارتقاء اقتصاد ملی کمک کند

تبدیل کردن منطقه جغرافیایی پیرامونش به قطب تجاری بوده است که البته
باتوجه به شرایط کشور و موضوع تحریم‌ها در عمل تاکنون تحقق نیافته است
اما در هر صورت این پتانسیل در این منطقه وجود دارد.

از سوی دیگر نمایشگاه شهر آفتاب نیز به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر
سرمایه‌گذاری خوبی در توسعه زیرساخت‌ها داشته است و هر چند به صورت
شخصی شاهد فرو رفتن غرفه‌های نمایشگاه کتاب در آب باران در چند سال
گذشته در نمایشگاه شهر آفتاب بودم، اما به نظر می‌رسد که مدیران این
مجموعه در این سال‌ها به رفع این نقایص همت گماشته‌اند تا جایی که
متوسط ماهی دو نمایشگاه مهم در این مجموعه در حال برگزاری است و این
نشان می‌دهد که استانداردهای لازم برای آن تمهید شده است.

نکته پایانی که لازم به اشاره می‌دانم برنامه‌های جانبی این نمایشگاه است.
تا جایی که با مسئولان نمایشگاه در ارتباط بوده‌ام، تمرکز برگزارکنندگان روی
آموزش مرتبط با فروش و برندینگ است و این نشان می‌دهد که آنها به خوبی
به نبود زیرساخت‌های تجاری لازم در صنعت کفش پی برده‌اند و در این بین
فروش و بازاریابی شاه کلید است. و در آخر باید گفت امسال چشم بسیاری از
تحلیل‌گران به نمایشگاه کفش ایران در شهر آفتاب دوخته شده است. و بر این
باورم که به صورت خودکار نظام نمایشگاهی کفش از سال آینده خودش را با
این اشل و تراز سنج خواهد کرد.

مهم‌ترین درخواست تولیدکنندگان نیز شکسته شدن زنجیره تحریم
است. شکستن تحریم‌ها در عرصه بانکداری و نقل و انتقال پول هر
چند بسیار مشکل است، اما به نظر می‌رسد صادرکنندگان مسیر خود را
یافته‌اند اما آنچه که برای آنها مهم است توسعه تعامل است. به عبارت بهتر
تولیدکنندگان خواهان شکستن سدهای خودتحریمی هستند که بتوانند
با ابزار تجارت به کمک توسعه کشور بیایند.

و آن چه که نمایشگاه شهر آفتاب را متمایز کرده است همین ایجاد فرصت
برای توسعه تعامل با کشورهای خارجی است. با نگاهی به آمار و همین
مقایسه با دو صنعتی که به آن اشاره کردیم صادرات کفش ما قابل مقایسه
با صنایعی مانند شکلات و شیرینی و صنایع غذایی نیستند و سالهاست که
در محدوده صد میلیون دلاری این صادرات متوقف شده است، اما به نظر
می‌رسد که پتانسیل صادراتی خوبی در این صنعت نهفته است که در نهایت
می‌تواند به ارتقاء اقتصاد ملی کمک کند.

با چنین دیدگاهی در پنج سال گذشته تولیدکنندگان استان قم به عنوان
یکی از قطب‌های نوظهور تولید و تجارت کفش برگزاری نمایشگاه را در
دستور کار قرار داده‌اند. نکته تمایز برگزارکنندگان این نمایشگاه عزم آنها
بر اتکاء به توان درونی صنعت برای گسترش تعامل و تجارت در صنعت
کفش است، نگاه‌شان هم به این موضوع زنجیره ارزش صنعت کفش است.
نکته‌ای که جواد شعبان زاده رئیس هیات مدیره انجمن کفش ماشینی قم
به آن اشاره دارد. به عبارت بهتر، وی هر چند کفش را یک محصول نهایی
می‌بیند ولی به خوبی می‌داند که توسعه این محصول در گرو تضمین
توسعه زنجیره ارزش آن است.

همین نگاه منجر به توسعه سال به سال این نمایشگاه شده است. آنها
روی نکات کلیدی مناسبی دست گذاشته‌اند. به این ترتیب در کمتر از ده
سال توانسته‌اند از یک نمایشگاه بومی و محلی تبدیل به یک نمایشگاه
ملی شوند تا جایی که در حال تبدیل شدن به یک الگو هستند و از این
پس خواسته یا ناخواسته همه نمایشگاه‌های صنعت کفش را با قیاس این
نمایشگاه مورد ارزیابی قرار خواهند داد.

آن چه که نمایشگاه قم عرضه می‌کند، به قول خودشان تجربه‌ای متفاوت
است. برای خلق این تجربه متفاوت و متمایز در کنار تعامل‌های انسانی به
زیرساخت‌های فنی و فیزیکی نیز توجه داشته‌اند و همین توجه آنها را به
مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب در جوار تهران رسانده است.

این نمایشگاه حالا هم زیرساخت‌های فیزیکی لازم را دارد که توانسته است
میزبان ۶۰۰ تولیدکننده کفش شود، هم در شاهراه ارتباطی تهران- قم
قرار گرفته است و هم نزدیکی به فرودگاه بین‌المللی امام خمینی یک
مزیت مهم برای اسکان و پذیرایی از میهمانان خارجی محسوب می‌شود.
قابل ذکر است که یکی از مهم‌ترین اهداف شکل‌گیری این فرودگاه همین

دی ۱۴۰۳ شماره ۳۱۱

کافه

نلدنکر

در گذشته داشتن ثبات و برنامه‌ریزی طولانی‌مدت یک استراتژی خوب محسوب می‌شد

اکنون انطباق‌پذیری است که یک مزیت رقابتی به حساب می‌آید