

پارین تجارت پردیس

## راهی برای وصل شدن به بزرگ راه دانش



عکس ها از میلاد مس اف

● محمود قادری - مدیر بخش نمایشگاه‌های شرکت پارین تجارت پردیس

نمایشگاه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و تجهیزات آموزشی تاریخ و گذشته دوری در کشور ما ایران ندارد. این نمایشگاه اولین بار در شهریور ۵۸ در تهران به صورت ۲ سالانه به همت شرکت پارین تجارت پردیس برگزار شد و به پشتوانه موفقیت و استقبال نسبتاً خوبی که از اجرایی شدن این طرح شد، دوره‌های بعدی آن در تبریز، مشهد و مازندران برگزار شد. نتیجه و عملکرد نمایشگاه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و تجهیزات آموزشی نشان داد که باید در آینده نه چندان دور شاهد برگزاری دوباره آن در اصفهان و شیراز و تبادل وسیع اطلاعات و دست آوردهای شرکت کنندگان در این نمایشگاه نوپا اما در عین حال قابل تامل باشیم.

### ● دلایل و اهداف شکل‌گیری این نمایشگاه

محمود قادری مدیر نمایشگاه شرکت پارین تجارت پردیس در خصوص این نمایشگاه می‌گوید: با پیشرفت‌های روز افزون شاخه‌های متعدد علم در میان گروه‌های مختلف سنی و به خصوص جوانان و کسب نتایج خوب و مثبت در المپیادهای مختلف فیزیک، ریاضی، رباتیک و... و ارتقاء جایگاه و اعتبار دانشگاه‌های ایران در جهان و پذیرش برخی از فارغ‌التحصیلان این دانشگاه‌ها از سوی کشورهای اروپایی و آمریکایی در کنار اجرایی شدن سیاست‌های اجتماعی و اقتصادی دولت ایران نگاه مجامع بین‌المللی را به سمت پتانسیل موجود در ایران جلب کرد. جوان بودن جمعیت کشوری همچون ایران که در میانه راه رسیدن به توسعه یافتگی قدم برمی‌دارد، موجب شده تا انگیزه ادامه تحصیل برای دست‌یابی به موفقیت مناسب اجتماعی و اقتصادی در جوانان آن تقویت شود.

می‌شوند. با این تعاریف دیگر زمان آن رسیده تا فضایی را ایجاد کنیم که تا با بهره‌گیری از موقعیت‌ها، تفاوت‌های علمی و فیزیکی فعالان آموزشی (دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی) را طرح کنیم و به جویندگان راه علم نشان دهیم که با اقدامات گسترده‌ای که انجام شده می‌توان شاهد تغییرات فراوانی در بدنه سازمان‌ها و دانشگاه‌ها بود. دست‌اندرکاران برگزارکننده نمایشگاه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و تجهیزات آموزشی سعی کرده‌اند تا از این نمایشگاه برای ارتقاء سطح آموزش کشور استفاده کنند اما متأسفانه با وجود تجربه چند دوره برگزاری همچنان با مشکلاتی که بسیاری از نمایشگاه‌ها دیگر که اولین دوره خود را سپری می‌کنند مواجه هستند اگرچه از نمایشگاه شهریور ۸۵ تهران تا امروز ۵ نقطه از کشور شاهد برگزار چنین رویداد مهمی بوده است و این به نوبه خود گامی بلند در راه معرفی جنبشی بزرگ در کشور محسوب می‌شود. نیاز جامعه به تبادل اطلاعات و به روز شدن با آنچه در دنیا اتفاق می‌افتد یکی از مهمترین دلایلی بود که باعث شد تا سرانجام چنین نمایشگاهی در کشور برگزار شود. ساخت دانشگاه‌های آزاد در نقاط مختلف

همین عامل باعث شده تا مؤسسه‌هایی اقدام به ایجاد فرصت تحصیل آسان و رایگان در دانشگاهی که مدارک معتبر می‌دهند، کنند و جوانان مشتاق را به دانشگاه‌های کشورهای مختلف اعزام کنند. البته نباید فراموش کرد که موضوع اعزام دانشجوی پیامدهای مثبت و منفی زیادی برای جامعه دارد که با تدبیر درست می‌توان آن‌ها را کنترل و مدیریت کرد. ادامه تحصیل در دانشگاه‌های معتبر و زندگی در کشوری که به هر حال مسیر توسعه یافتگی را چندسالی جلوتر از ما پیموده است، می‌تواند باعث شود تا دانش‌آموختگان پس از بازگشت به کشور از تجربیات ارزشمندشان در راه ارتقاء سطح علمی کشور بهره‌گیرند. متأسفانه برخی از مؤسسه‌های اعزام دانشجویان با هدف کسب درآمدهای بالا و عدم حضور کارشناسان در رابطه با شناخت کشورهای هدف و دانشگاه‌های معتبر، از انگیزه جوانان مستعد و توانا برای کسب درآمد استفاده می‌کنند و این افراد را که معمولاً اطلاعات کمی درباره دانشگاه‌های خارجی دارند به دانشگاه‌هایی بی‌اعتبار و یا فاقد بار علمی که به سهولت دانشجوی پذیرش می‌کنند، اعزام می‌کنند و در نهایت این جوانان سرخورده و خالی از انگیزه در نیمه راه متوقف

رسانه‌ها جهت پوشش خبری، ایجاد سرویس رایگان جهت جا به جایی بازدیدکنندگان، ایجاد فضای کافی نت برای استفاده غرفه داران و بازدیدکنندگان، نصب سیستم صوتی جهت پخش موزیک و معرفی مهمانان و توانایی‌های غرفه داران و موارد دیگر همچنین انجام تبلیغات و اطلاع رسانی گسترده که متأسفانه بعلافت گستردگی استان و وجود شهرهای بزرگ و نزدیک به یکدیگر تبلیغات محیطی در این استان بسیار مشکل به نظر می‌رسد. یکی از مهمترین موارد عدم توجه مسئولین استان به این نمایشگاه است. به عنوان مثال زمانی که مسئولین مربوطه را از این جنبش مطلع می‌کنید با استقبال آنها مواجه و در زمان حضور هیچ یک حضور فعال و عملی را ندارند. شاید این حرکت یک مخالفت و شاید هم مشغله‌های کاری و یا عدم توجه به اقتصاد مبتنی بر دانایی باشد. کمبود هزینه‌های اداره‌ها، تعریف نشدن نمایشگاه‌ها در طول سال برای دریافت و تعریف هزینه‌های آن، تجاری نبودن نمایشگاه، فرهنگی بودن نمایشگاه و... می‌تواند یکی دیگر از مشکلات موجود باشد. فراموش نکنیم نیاز امروز به علمی سازی تمامی جنبش‌ها زمانی می‌تواند جامه عمل به خود بیوشاند که این عنوان نمایشگاه‌ها در جامعه شکل و همه گیر باشد. از همه دانشگاه‌های کشور و همچنین دانشگاه‌های خارج از کشور می‌خواهیم که با حضور خود در این نمایشگاه‌ها و ارائه توانمندیهای خود فضایی را جهت ارتباط با دانشپژیران و فعالان دانش ایجاد تا بتوان هم جوانان را در تصمیم گیری بهتر در انتخاب رشته خود، دانشگاه مورد نظر، شهر مورد علاقه، نوع امکانات و تحصیل و هزینه‌های تحصیل را انتخاب و دانشگاه‌ها نیز بر حسب علاقه افراد و ارتباطات به عمل آمده بتوانند هم فضای فیزیکی و هم نوع تدریس خود را به استانداردهای جهان نزدیک کرده تا فرهنگ و انتخاب علاقه افراد را در جامعه گسترش دهد.

امیدواریم که نمایشگاه اصفهان (۲۰ الی ۲۳ آذر ماه ۸۶) و شیراز (۱۵ الی ۱۸ دی ماه ۸۶) با حضور مطرح ترین دانشگاه‌های استان اصفهان و کشور و جهان بتواند نام ایران و ایرانی را در نقاط مختلف فراهم کند.

شاخص برای نمایش، مخاطب‌ها یا دیگر تمایلی به حضور مجدد در نمایشگاه ندارند و یا برای بار دوم و سوم به سراغ برخی دیگر از غرفه‌ها نخواهند رفت. نگاه یک سو به در اطلاع رسانی، عدم تبلیغ درست، عدم آگاهی از دلایل حضور در نمایشگاه، علمی یا دانشگاهی نبودن شهرهای میزبان نمایشگاه، عدم وجود رقابت بین دانشگاه‌ها، عدم تمایل به معرفی دانشگاه‌ها و یا ناتوانی در این زمینه، نداشتن تبادل و معاملات بین المللی، نداشتن فضای کافی آموزشی جهت ثبت نام علاقمندان، وجود متقاضی بیش از گنجایش دانشگاه‌ها، بی توجهی به جنبش‌های علمی، تداخل و یا برگزاری بعضی از نمایشگاه‌های هم زمینه و یا هم عنوان، عدم پرداخت هزینه‌های مشارکت، عدم توجه پذیری اقتصادی برای دانشگاه‌ها و بعضی از اداره‌ها و... باعث نارضایتی و عدم استقبال و بازدید صحیح از نمایشگاه‌های آموزشی می‌شود که با برگزاری دوره‌های بعد می‌توان با کسب تجربه، تقاضاهای شرکت کننده و بازدیدکننده را برآورده کرد و در نهایت به نتایج مطلوبی هم دست یافت که انعکاس ملی و گاهی فراملی هم داشته باشد.

### نمایشگاه‌ها مازندران

آخرین نمایشگاهی که پاریس تجارت پردیس برگزار کرد، نمایشگاه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و تجهیزات آموزشی در مازندران بود.

در این نمایشگاه سعی شده بود تا جایی که امکان دارد جایگاه برگزاری این نمایشگاه‌ها به عنوان بخشی از برنامه سالیانه نمایشگاه‌ها در جامعه ایجاد و تعریف شود. به همین منظور نیز خدمات ویژه‌ای همچون ایجاد فضایی مناسب برای برگزاری همایش‌ها و نشست‌های علمی در کنار غرفه‌ها در سالن نمایشگاهی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی زبان انگلیسی و بازاریابی، برگزاری مراسم افتتاحیه و دعوت و حضور مسئولین و رؤسای دانشگاه‌ها، معرفی غرفه‌های برتر و تقدیر و تشکر از کلیه غرفه داران جهت تشویق و قدردانی، دعوت از کلیه

کشور حتی دورافتاده ترین شهرها، ایجاد مؤسسات آموزشی آزاد در استان‌های مختلف، تشکیل کلاس‌های مختلف آموزشی و انتشار نشریات و کتاب‌های کمک درسی، کنکور، تبلیغات گسترده برای ادامه تحصیل در داخل و خارج از کشور و... در کنار مبالغ هنگفتی که سالیانه صرف تبلیغات و اطلاع رسانی ناقص برای جذب مخاطب بیشتر می‌شود همه و همه بیانگر این واقعیت است که جامعه و مردم به شدت به امر آموزش (با انگیزه‌های مختلف) توجه دارند. مجریان نمایشگاه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و تجهیزات آموزشی با توجه به این موارد سعی کرده‌اند تا با برگزاری این نمایشگاه‌ها بتوانند با دعوت



از دانشگاه‌ها و فعالان آموزشی توانمندی‌های آنان را به بازدیدکنندگان و علاقمندان به ادامه تحصیل نشان دهند.

### مشکلات برگزاری نمایشگاه

نو بودن این نمایشگاه به دلیل عدم دستیابی به تعریفی درست و جامع برای توجیه اقتصادی دانشگاه‌ها در کنار سردرگمی دانشگاه‌ها و سازمان‌ها و اداره‌هایی مانند آموزش و پرورش برای ارائه و معرفی اطلاعات مناسب یکی از مشکلات نمایشگاه مذکور است. میزان استقبال کننده یکی دیگر از مشکلات نمایشگاه به شمار می‌آید زیرا تا زمانی که چیزی برای بازدیدکننده جذابیت نداشته باشد تمایل نیز به حضور در نمایشگاه وجود نخواهد داشت.

پس با تبلیغات و غرفه آرای و... باید برای هرچه بهتر معرفی کردن خود و محصولات فعالیت کرد که متأسفانه به علت عدم نمایش درست اطلاعات، چیدمان جذاب غرفه و عدم حضور غرفه دار و نداشتن محصول

