

تهران می تواند هانور باشد!

صادرات خدمات در اقتصاد جهان کونی دارای چنان جایگاهی است که تعدادی از کشورها بخش قابل توجهی از درآمدهای ارزی خود را از این منبع تأمین می کنند.

توریسم، بیمه، حمل و نقل، بانکداری و سرانجام خدمات نمایشگاهی و تبلیغاتی برای شماری از کشورهای مرفه چنان درآمدزایی ارزی هنگفتی به ارمغان می آورد که تصور آن هم برای عده ای از دولتمردان ما غیرممکن است. مثلاً آیا کسی می تواند تصور کند تنها یک شهر آلمان، یعنی هانور، در سال گذشته از محل برگزاری نمایشگاههای مختلف ۱/۳ میلیارد مارک درآمد داشته است؟! روز چهارشنبه ۲۳ آذر سال جاری

یک کنفرانس مطبوعاتی برای معرفی فعالیتهای مرکز نمایشگاهی هانور به ابتکار اتاق بازرگانی و صنایع رسمی ایران و آلمان تشکیل شد. در این کنفرانس آقای «رو» از مدیران نمایشگاه هانور اطلاعاتی پیرامون چگونگی کار این مرکز نمایشگاهی، انواع نمایشگاههایی که در طول سال برگزار می شود، تعداد کشورهای شرکت کننده، عده بازدیدکنندگان از این نمایشگاهها و... ارائه کرد.

خبرنگار گزارش در این جلسه دو سوال را مطرح کرد.

۱- درآمد خالص این مرکز نمایشگاهی در سال گذشته چه مبلغ بوده است؟
۲- آیا این مرکز آمادگی دارد تجارب خود را در اختیار کشورهای دیگر قرار دهد؟

آقای «رو» در پاسخ گفت:
- زمین این نمایشگاه متعلق به شهرداری هانور است، ۵۰٪ سهام شرکت نمایشگاه به شهرداری هانور و ۵۰٪ دیگر به ایالت ساکسن سفلی (که شهر هانور در آن واقع است) تعلق دارد. درآمد ظاهری این مرکز نمایشگاهی ۴۰۰ میلیون مارک بوده است. اما شهر هانور از بابت خدمات جنبی این نمایشگاهها (هتل، خدمات ترافیکی، خرید بازدیدکنندگان و سایر درآمدهایی که شرکت کنندگان و بازدیدکنندگان به اقتصاد شهر تزریق کرده اند) ۱/۳ میلیارد مارک بوده است.

نکته جالب دیگر این که این مرکز نمایشگاهی دامنه فعالیت خویش را به خارج از مرزهای آلمان نیز گسترش داده

و نمایشگاههایی در کشورهای مختلف، از چین گرفته تا برزیل، برگزار می کند، و از این راه نیز به کسب ارز برای اقتصاد آلمان توفیق می یابد. در مورد سوال دوم نیز گفته شد مرکز نمایشگاهی هانور آمادگی دارد تجارب خود را در اختیار مراکز نمایشگاهی دیگر کشورها بگذارد.

مقایسه تهران و هانور

در طول برگزاری این کنفرانس مطبوعاتی تصویری هوایی که از موقعیت نمایشگاه هانور گرفته شده بود نمایش داده شد.

این تصویر فرصتی برای مقایسه امکانات نمایشگاهی تهران و هانور فراهم آورد.

صرفنظر از مساحت و وسعت سالنهای نمایشگاه هانور نمی شد تفاوت چندانی بین آن نمایشگاه و این نمایشگاه قائل شد. مرکز نمایشگاهی هانور سالنهای متعددی دارد، مرکز نمایشگاهی تهران هم دارد. مرکز نمایشگاهی هانور را ۶۳۰ نفر کادر ثابت اداره می کنند، و پرسنل مرکز نمایشگاهی تهران اگر بیشتر از این تعداد نباشد، کمتر نیست.

هانور یکی از شهرهای آلمان است و در همان آلمان چند شهر دیگر دارای مراکز نمایشگاهی عمده هستند که رقابتی سرسختی برای نمایشگاه هانور محسوب می شوند (نظیر مراکز نمایشگاهی مونیخ، دوسلدروف، فرانکفورت و...) سوازی این، در کشورهای همسایه آلمان مراکز نمایشگاهی عمده ای وجود دارد (پاریس، بروکسل، میلان و...)

اما مرکز نمایشگاهی ایران در منطقه از موقعیت منحصر به فردی برخوردار است و مساحتی همسایه مرکز مشابه را در کشورمان همچوار سراغ نداریم که از لحاظ امکانات به پای سازمان نمایشگاههای بین المللی تهران برسد.

با وجود آن همه رقیب چرا شهری چون هانور توانسته است به چنین موفقیت هایی نائل آید؟ چرا می تواند در طول هر سال چند نمایشگاه بزرگ و اصلی، و چند نمایشگاه محدود برگزار کند؟ چرا می تواند هزاران تولیدکننده از ۶۰ کشور جهان را به اجاره غرفه وادارد و شرایطی فراهم آورد که در زمان برگزاری تعدادی از نمایشگاههای عمومی- تخصصی آن یک میلیون نفر که عده کثیری از آنها غیر آلمانی هستند، به

هانور بیایند و پول خرج کنند.

شاید گفته شود چون آلمان کشوری صنعتی است، مردم می آیند تا با آخرین دستاوردهای صنایع این کشور آشنا شوند، اما به اعتراف آقای «رو» بیشترین کمپانیهای شرکت کننده در نمایشگاههای این شهر خارجی هستند و حتی برخی کشورها گل سرسید صنایع خود را برای نمایش به این شهر می آورند. مثلاً صنایع کامپیوتری و الکترونیک ژاپن نمایشگاه اصلی سالانه خود را به جای ژاپن در هانور برگزار می کنند. یا استرالیا که امسال نمایشگاه «اکسپو» را تقریباً به خود اختصاص داده است.

سفر به ایران، چرا؟

در خلال گفته های آقای «رو» نکته ظریفی وجود داشت که مربوط به سفر وی به ایران می شد. سفر او به ایران هزینه قابل توجهی در بردارد. آیا آقای «رو» نمی داند اقتصاد ایران در شرایطی نیست که صنایع آن بتوانند در چنان مقیاسی در نمایشگاههای شهر هانور شرکت کنند که جبران هزینه های سفر او به ایران را بکنند؟ مسلماً چرا، پس چرا به ایران آمده است؟ اگر به نقشه منطقه خودمان نظری بسفیکیم تهران را در قلب یک بازار حداقل ۲۰۰ میلیون نفری می بینیم.

ایران می تواند به صورت مرکز فعالیتهای اقتصادی این منطقه درآید. تجارت این منطقه می تواند در ایران، و در تهران متمرکز شود. آقای «رو» و دیگر مدیران مرکز نمایشگاهی هانور به آینده نظر دارند. در آینده ای که احتمالاً ایران مرکز مبادلات اقتصادی منطقه خواهد شد.

آنان امروز هزینه می کنند تا در شرایط مناسب فعالان اقتصادی ایران را، بازرگانانی را که در بازارهای منطقه فعالیت دارند و کالاهایی برای فروش در اختیار خواهند داشت، و یا خریدار کالایی از خارج (برای تأمین نیازهای ایران، یا فروش به کشورهای همجوار) خواهند شد، مشتری مرکز نمایشگاهی هانور کنند.

از همین روست که آقای «رو» با تأکید می گوید: «در مرکز نمایشگاهی هانور ما به مسائل سیاسی مطلقاً توجه نداریم... آماده ایم برای همه تسهیلات یکسان قائل شویم و بهترین سرویس ها را، هم در اختیار بازدیدکنندگان و هم در

اختیار صاحبان صنایع و بازرگانان قرار دهیم. ما همچنین آماده ایم مدیریت تشکیل نمایشگاهها را در خارج از آلمان به عهده بگیریم.

به واقع سفر آقای «رو» و گفته های او می تواند هشدار باشد برای وزارت بازرگانی ما و مسئولین سازمان نمایشگاههای بین المللی تهران که امسال نمایشگاه سالانه آن با محقرترین و کم دست آوردترین شکل ممکن برگزار شد. تهران در قلب یک بازار وسیع قرار دارد. جمعیت انبوه مصرف کننده کشورهای تازه استقلال یافته شمالی، باضاهای بازار بالقوه پاکستان، افغانستان، کشورهای حاشیه خلیج فارس، ترکیه، جمهوری آذربایجان، ارمنستان، (و در آینده عراق)، و حتی فراتر از این منطقه، می توانند زیر پوشش خدمات نمایشگاهی مرکز نمایشگاههای بین المللی تهران قرار گیرند.

صادرات خدمات، رشته های متنوعی دارد... خدمات نمایشگاهی نیز می تواند برای کشور ما منبع یک درآمد ارزی هنگفت باشد. موقعیت جغرافیایی ایران و وجود تأسیسات بسیار گسترده مرکز نمایشگاههای بین المللی تهران می تواند مثلاً ژاپنی ها را تشویق کند تهران را برای شناساندن محصولات خود به بازار وسیع منطقه برگزینند.

این آرزوی محالی نیست. هدفی است در دسترس که وصول به آن در گروی تصحیح مدیریتهای ضعیفی است که در سالهای اخیر مرکز توسعه صادرات ایران را اداره کرده اند. می توان مرکز نمایشگاههای بین المللی تهران را در سایه یک مدیریت قوی و صحیح به قطبی برای کسب درآمد ارزی تبدیل کرد.

تهران می تواند با گسترش امکانات رفاهی و خدماتی زمینه را برای پذیرایی از بازدیدکنندگان نمایشگاهی آماده کند.

اگر تهران به صورت مرکز نمایشگاهی منطقه درآید، طبعاً صنعت توریسم کشور نیز رونق خواهد گرفت؛ زیرا که بسیاری از بازدیدکنندگان نمایشگاهی فرصت خواهند داشت برای بازدید از آثار یکی از کهن ترین تمدنهای بشری، و یکی از متنوع ترین شرایط آب و هوایی و طبیعی نیز چند روز یا چند هفته، در کشور ما بمانند و در مقابل دریافت خدمات، ارز به اقتصادمان تزریق کنند.