

# نمایشگاه هدف نیست، وسیله است

آقای علیرضا شریف رئیس اداره نمایشگاه‌های وزارت صنایع ترجیح داد به جای انجام یک مصاحبه، پرسش‌های ماهنامه را دریافت کند و پاسخها را به صورت مکتوب ارائه دهد.

آنچه در زیر آمده است دیدگاه‌های ایشان در رابطه با کنبودها، تنگناها و نارسائی‌هایی است که در برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی و تخصصی با آن مواجه هستیم.

آقای شریف نظریات خود را در سه گروه جمع‌بندی و ارائه کرده است. به این ترتیب:

## الف: محل برگزاری نمایشگاهها

محل فعلی برگزاری نمایشگاهها چندین سال قبل و با توجه به مسایل اقتصادی و فرهنگی و وسعت و جمعیت آن زمان تهران ساخته شده و در حال حاضر به هیچ وجه متناسب با شرایط فعلی نیست. و مشکلات آن را می‌توان به شرح ذیل طبقه‌بندی کرد:

- سالنهای موجود در محوطه نمایشگاه اکثر فرسوده شده است.

- با توجه به نوع طراحی، سالنها دارای سطوح مختلف است و پائل‌بندی و استقرار شرکتها در سطوح بالایی باعث از بین رفتن دید بقیه قسمتهای سالنها می‌شود.

- سالنها دارای پله و رمپهای زیادی هستند که این امر فضای مفید را بسیار کاهش می‌دهد.

- اغلب سالنها فاقد تأسیسات مناسب است. به همین دلیل در فصل گرما و سرما بعضی از سالنها قابل استفاده نیستند.

- سالنها سیستم تهویه هوای مناسب ندارند و در صورت ایجاد ازدحام، بازدیدکنندگان دچار مشکل می‌شوند.

- قطعات پیش ساخته موجود در نمایشگاه فرسوده و بسیار قدیمی است. این سیستم پیش ساخته و پائل‌بندی از رده خارج شده است.

- مرکز تلفن موجود در نمایشگاه کفاف نیاز نمایشگاه‌های بزرگ، مثل نمایشگاه بین‌المللی تهران را نمی‌کند.

- سرویسهای موجود در محوطه نمایشگاه کافی نیست و در وضعیت بدی قرار دارد.

- وسایل حمل و نقل عمومی که بازدیدکنندگان را به محل نمایشگاه برساند کافی نیست، به همین جهت و با توجه به استفاده از خودروهای شخصی در زمان برگزاری نمایشگاهها، در اطراف نمایشگاه ازدحام زیادی وجود دارد.

- پارکینگ‌های اطراف نمایشگاه گنجایش کمی دارد و غرفه‌داران و بازدیدکنندگان در نمایشگاه‌های بزرگ از این مسئله رنج می‌برند.

- پیشنهاد مشخص بنده برای این بخش این است که جایی را در اطراف تهران مثل جاده کرج در نظر بگیرند و با طراحی اصولی و آینده‌نگری، فضای



پروفسور علیرضا شریف

نمایشگاهی مناسب را بسازند.

## ب: چگونگی برگزاری نمایشگاهها

باید توجه داشت که برگزاری نمایشگاه هدف نیست. نمایشگاه وسیله‌ای است مناسب برای نائل شدن به اهداف اقتصادی که در رأس همه آنها توسعه صادرات غیرنفتی است.

و جا دارد در این جا سخن مقام معظم رهبری را یاد آور شوم که فرمودند:

«آرزوی حقیقی من این است که با تلاش و غیرت عمومی ملت ایران روزی قادر باشیم در جاهای نفت را ببندیم و اقتصاد کشور را براساس منابع غیرنفت بنا نهیم»

- مهم این است که برای هر نمایشگاه هدف را مشخص کنیم و بکوشیم به آن هدف یا اهداف تعیین

شده برسیم. و بعد از پایان نمایشگاه بررسی کنیم تا چه حد موفق بوده‌ایم. مشکلات و مسائلمان چه بوده و چه کنیم که در نمایشگاه بعد پیشرفت بیشتری داشته باشیم.

- لزومی ندارد همه ساله برنامه مشخصی را اجرا کنیم، باید هر سال نمایشگاه نویی داشته باشیم و به مسایل جدید بپردازیم. باید نوع نمایشگاهها را با توجه به وضعیت اقتصادی پیش‌بینی کنیم.

- صرف نام نمایشگاه تخصصی صادراتی مشکلی را حل نمی‌کند. نمایشگاههای داخلی ما بازدیدکننده

خارجی چندانی ندارند. آنها هم که می‌آیند تقریباً همه مقیم ایران هستند و بازرگان و خریدار اجناس نیستند. اگر به این مهم رسیدیم که نمایشگاه وسیله است

باید تسهیلاتی را فراهم کنیم که واحدهای تولیدی رغبت بیشتری نشان دهند و باید تا چند سالی پارانهای زیادی را بدهیم تا به نتیجه برسیم.

- اگر تسهیلات ایجاد نکنیم قادر نخواهیم بود تمامی تران کشور در زمینه تخصصی مرتبط با

نمایشگاه را نشان دهیم. این کمکها و تسهیلات را باید برای واحدهای تحقیقاتی و خدمات مهندسی که از توان مالی کمی برخوردار هستند حتماً در نظر بگیریم.

مسلماً در زمینه صادرات خدمات مهندسی توانایی بالایی داریم. و باید توانمان را نمایش دهیم.

باید برای هر نمایشگاه ضوابط خاصی را بگذارند و هر شرکتی به صرف پرداخت هزینه‌های نمایشگاه و

با محصولات با کیفیت بد اجازه نداشته باشد باعث خدشه دار شدن حیثیت صنعتی تولیدکنندگان خوب باشد. این مهم باید در نمایشگاههایی که فروش هم دارند، بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

در نمایشگاهها باید با حذف تعرفه‌های گران و یا زائد، دست مشارکت‌کنندگان را برای تبلیغ و ارائه بهتر محصولات بازگذاشت.

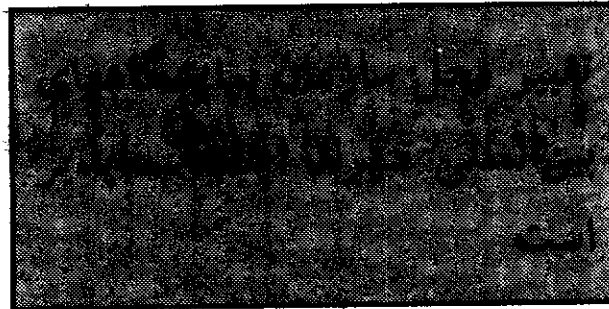
- در نمایشگاهها باید علاوه بر سعی و تلاش در جهت بهتر شدن ظاهر نمایشگاه به محتوی آن دقت بیشتری شود.

- باید در نمایشگاهها روی مسایل اطلاع‌رسانی کار شود.

از نمایشگاه، مرجعی برای پیگیری مذاکرات و بقیه مسائل مشخص شود تا مساعی انجام شده به ثمر برسد.

- باید مشکلات ارزی شرکت‌کنندگان در نمایشگاهها را حل کرد. مدیران شرکت‌ها صرفاً با ارز مسافرتی تخصیص یافته قادر به اقامت در هتل‌های مناسب نیستند و به همین علت برای دعوت از طرفهای خارجیشان و مذاکره در غیر محل نمایشگاه دچار مشکل می‌شوند.

همچنین نباید نظارت دقیقتری بر صدور مجوز برای برپایی نمایشگاه برای بخش خصوصی اعمال گردد تا باعث بروز مشکل نشود.



- باید کاتالوگهای نمایشگاه بیشتر و با قیمت نازل و در صورت امکان رایگان در اختیار بازدیدکنندگان قرار گیرد.

- باید در نمایشگاههای بین‌المللی رابطه بین مشارکت‌کنندگان داخلی و خارجی را برقرار کرد. باید دست تولیدکنندگان و صاحبان داخلی و خارجی را در دست هم گذاشت. این

معرض نمایش قرار گیرد و یا برای فروش عرضه شود. نظارت کاملی اعمال گردد. اگر این نظارت نباشد، ممکن است با یک پارتنری جنس بد بازار منطقه را نسبت به کالای ایرانی بدبین کنیم.

برای نمایشگاههای خارجی حتماً باید یک تیم قوی از کارشناسان بازاریابی اعزام شوند و با کمک اتاقهای بازرگانی و سفارت مقدمات کار به نحوی فراهم شود که صنعتگران مشارکت‌کننده مشکلی برای مذاکره و بازاریابی نداشته باشند. متولی برپایی نمایشگاه باید در امر بازاریابی، مذاکره، عقد قرارداد و ترجمه مددکار و راهنمای شرکت‌کنندگان باشد.

- باید پس از بازگشت

طور نباشد که صرفاً بازدید سطحی باشد و پس چه اشکال دارد مرکز توسعه صادرات از طریق سمینارهای تخصصی در زمان نمایشگاه و ایجاد اتاقهای مذاکره و بخشهای مشاوره بازرگانی، صنعتگران داخلی و خارجی را با هم آشنا کند.

### در نمایشگاههای خارج چه باید کرد؟

با استفاده از این فرصت نظریاتم را درباره نمایشگاههایی که در خارج از کشور برگزار می‌شود نیز ارائه می‌دهم:

- بهتر است تا حد امکان از برپایی نمایشگاههای اختصاصی خودداری کنیم و در نمایشگاههای تخصصی بین‌المللی که بازده به مراتب بیشتری دارند مشارکت کنیم.

در مورد نمایشگاههای خارجی باید حتماً صنعتگران را مجاب کنیم که چرا باید در نمایشگاه فلان کشور شرکت کنند.

باید اطلاعات کامل بازرگانی - لیست تجار - لیست واحدهای مشابه واحدهایی که به خارج برده می‌شوند و در آن کشور تولید می‌کنند - لیست رقبای خارجی صنعتگران در آن کشور - تعرفه‌های گمرکی و اطلاعاتی از این قبیل را در قالب یک جزوه در اختیار شرکتها قرار بدهیم.

باید بر کیفیت محصولات که قرار است در

## نمایندگی فروش و خدمات پس از فروش



شماره ۱۰۶ سایپا

رازینگ

لوازم و قطعات یدکی اتومبیل‌های رنو و پراید

تنها مکان تعمیر ماشین‌های رنو و پراید با

کیفیت مطلوب و شش ماه ضمانت.

تعمیر و شارژ کولر پراید با کادر مجرب و دوره دیده

تهران، حاده آجلی، بالاتر از کارخانه فیلیس.

۳۵ متری اتحاد، خیابان دوم غربی، شماره ۱۷

تلفن: ۷۷۶۰۲۹