

## از نقد زمان‌بندی تا تحسین کیفیت برگزاری

بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت کیف و کفش و ماشین‌آلات وابسته ایران- تبریز، از 10 تا 13 مرداد با حضور تولیدکنندگان و فعالان عرصه چرم، کیف و کفش کشور در تبریز افتتاح شد و استقبال فعالان این صنعت و مردم از این نمایشگاه چشمگیر بود.



به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت کیف، کفش و ماشین‌آلات وابسته ایران- تبریز در حالی برگزار شد که تولیدکنندگان، صادرکنندگان و فعالان عرصه ماشین‌آلات صنعت تولید کیف و کفش، دو هفته پیش در نمایشگاه اصفهان حضور فعال داشتند و همین موضوع باعث نارضایتی برخی غرفه داران و مسئله‌ها، استناد، و کشته، شد.



بر اساس این گزارش، مسعود بنابیان، رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان چرم آذربایجان شرقی در خصوص زمان برگزاری نمایشگاه اظهار می‌کند: متأسفانه نمایشگاه صنعت چرم اصفهان، تبریز و تهران به شکل متوالی و با فواصل زمانی بسیار کم برگزار شدند و دو هفته بعد همین نمایشگاه در تهران برپا خواهد شد و متأسفانه کشور ما این پتانسیل را ندارد که یک صنف بتواند سه نمایشگاه در سه شهر مختلف برگزار کند و باید یک توافق، همدلی و هماهنگی بین متولیان برگزاری نمایشگاه‌ها ایجاد شود که به طور مثل یک نمایشگاه برگزار شود اما مؤثر باشد.

وی می‌افزاید: علاوه بر زمان برگزاری که از سوی متولیان تعیین می‌شود، نوآوری و فناوری نیز از سوی خود تولیدکنندگان و فعالان در تأثیرگذاری یک نمایشگاه تخصصی نقش مهمی دارد و تا وقتی این امر را جدی نگیریم، بازار را از دست خواهیم داد.

نایب رئیس اتاق بازرگانی تبریز تأکید می‌کند: هر رویدادی باید در قالب یک برنامه درازمدت باشد و نمایشگاه نیز می‌تواند به عنوان یک بازوی تسهیل‌کننده عمل کند، اما اگر صرفاً به خاطر این که دیگر شهرها نمایشگاه برگزار کرده‌اند، پس ما هم باید برگزار کنیم، هیچ توجیه اقتصادی ندارد، بنابراین در همان ابتدای کار باید هدف از برگزاری نمایشگاه و بازار هدف مشخص و فضا شناسایی شود.

بنابیان در خصوص جایگاه صنعت کفش تبریز می‌گوید: با این که صنعت چرم و تولید کفش در تبریز جایگاه ویژه‌ای دارد اما به غیر از یکی دو واحد، در بیشتر واحدها تولیدی ماشین‌آلات کهنه هستند و این درست نیست که ما همه‌ی گناه را به گردن دولت بیندازیم، خود ما نیز در این زمینه کار و برنامه‌ریزی نکرده‌ایم. تبریزی‌ها تولیدکنندگان خوبی هستند، ولی تاجران خوبی نیستند و بنابراین زحماتشان به هدر می‌رود.

## نمایشگاه تبریز با کیفیت تر از نمایشگاه تهران است

نسیم محمودی و بهزاد پوررمضان، مدیرعامل و مدیر فروش ماشین سازی سایکو که از تهران آمده بودند و اولین بار بود که در نمایشگاه تبریز شرکت می کردند، کیفیت برگزاری نمایشگاه تبریز بسیار بالاتر از نمایشگاه های شهرهای دیگر ارزیابی کردند.

پوررمضان در این خصوص می گوید: دو بار در نمایشگاه تهران شرکت کردم و بعد از این هرگز شرکت نخواهم کرد، چون از نظر زیباسازی، فضا، کیفیت خدمات رسانی و ... بسیار ضعیف عمل می کنند.

وی در مورد جایگاه تبریز در صنعت کفش کشور اظهار می کند: تبریز در این زمینه حرف اول را می زند و من ماشین آلات زیادی به تبریز داده ام و مشتری های بسیار خوبی هم در این شهر دارم و اتحادیه ها نیز در تبریز بسیار قوی عمل می کنند و من این شهر را تحسین می کنم که شهر کفش خود را راه اندازی کرده و آوازه اش را می شنویم.

پوررمضان می گوید: شرکت در نمایشگاه به ویژه در تبریز که بسیار کارآمد عمل می کند، برای تولیدکنندگان یک موقعیت بسیار مناسب برای معرفی و تبلیغات است.

نسیم محمودی نیز استقبال از نمایشگاه را بسیار مطلوب ارزیابی می کند و می گوید: در بدو ورود از میزان استقبال تولیدکنندگان و مردم عادی از نمایشگاه شگفت زده شدم و مطمئنم در روزهای آتی نیز اتفاقات بسیار خوبی خواهد افتاد.

## مدیریت نمایشگاه بسیار ضعیف بود

علیرضا اسحقی، مدیرعامل واحد تولیدی ایران ورزش، کیفیت برگزاری نمایشگاه را بسیار ضعیف ارزیابی می کند و می گوید: در این نمایشگاه من تولیدکننده با یک مشتری عادی فرقی نداریم و شروع بسیار نامناسبی در نمایشگاه داشتیم چون غرفه ها آماده نبودند، کارت ورود و خروج مخصوص غرفه داران صادر نشده بود و تمام این ها باعث شد با مشکلات متعددی روبرو شویم.

وی می افزاید: برگزاری نمایشگاه های تخصصی قطعاً تأثیر چشمگیری در روند فروش و توسعه تولید دارد.

اسحقی می گوید: در خصوص اصالت صنعت کفش تبریز هیچ کس تردیدی ندارد و ما نیز ارتباط مؤثر و خوبی با مشتری های این شهر داریم، اما باز هم تأکید می کنم که نیازمند مدیریت کارآمد است.

## نمایشگاه بستر ارتباط است

حسین آقاپور، مدیر فروش شرکت همیار لیزر، نمایشگاه تبریز را پر بار و تخصصی عنوان می کند و می گوید: در مقایسه با دیگر نمایشگاه هایی که تاکنون شرکت کرده ایم، استقبال چشمگیرتر است، اما کیفیت خدمات رسانی چندان مطلوب نیست.

آقاپور در خصوص اهمیت نمایشگاه های تخصصی اظهار می کند: ما هر چقدر هم تبلیغات مناسبی در فضای مجازی و رسانه ها داشته باشیم، باز هم نمی توانیم نتیجه بگیریم، چون نمایشگاه بستری برای حضور متخصصان و تبادل نظر با تولیدکنندگان و همکاران و مشتریان است.

وی در خصوص ارتباط این شرکت با صنعت کفش تبریز می گوید: ما تا امروز حدود 100 دستگاه برش لیزری به تولیدکنندگان کفش تبریز داده ایم و ارتباط بسیار مناسبی با این عزیزان داریم و با توجه به این که چرم و کفش تبریز به گونه ای برند شهر تبریز به شمار می رود و این ارتباط برای ما نیز مغتنم است.

آقاپور در خصوص مشکلات صادرات نیز تأکید می کند: یکی از مشکلات اصلی ما نقل و انتقالات خود دستگاه، به دلیل اندازه بزرگ آن است و در مرحله بعد نبود حمایت از سوی سازمان های متولی و در وهله آخر مشکل تبادلات مالی موانعی هستند که بر سر راه صادرات قرار دارند.

چرم تبریز در صنعت کفش حرف اول را می زند

احمدرضا ستارخان، مدیرعامل شرکت تولیدی ستاری نیز از فواصل زمانی نزدیک نمایشگاه اصفهان و تبریز ابراز نارضایتی می کند و می گوید: ما همیشه از شرکت در نمایشگاه تبریز نتایج مطلوبی گرفته ایم، اما الان می بینیم که بسیاری از تولیدکنندگان نتوانسته اند در این نمایشگاه شرکت کنند. درحالی که برگزاری نمایشگاه ها شهرها را و تولیدکنندگان آن ها را به یکدیگر نزدیک می کند و ارتباط میان تولیدکننده و مشتریان، به ویژه مشتریان عمده، را راحت تر می کند.

وی در خصوص صنعت چرم و کفش تبریز تأکید می کند: تبریز در صنعت چرم حرف اول را می زند و شرایط بسیار مساعدی برای تولید کیف و کفش دارد و ما نیز همیشه ارتباط بسیار مناسبی با این شهر داشته ایم و به نظر برگزاری نمایشگاه در تبریز نیز یک اتفاق بسیار مبارک است اما به شرطی که تاریخ برگزاری با مدیریت وزارت سمت و اتاق های بازرگانی برنامه ریزی شود.

ستارخان در خصوص مشکلات صادرات می گوید: عمده ترین مشکل ما این است که نمی توانیم صادرات دلاری انجام بدهیم و تمام محصولات که کشورهای خارجی دادیم پرداختشان ریالی بود.

## به آینده این صنعت امیدواریم

افشین شادی مهر، مدیرمسئول اخبار صنعت چرم و کفش و عضو شورای سیاست گذاری نمایشگاه کیف و کفش در خصوص برگزاری سه نمایشگاه در یک ماه می گوید: نمایشگاه کیف و کفش تبریز قرار بود در تیرماه برگزار شود که به خاطر ایام سوگواری ماه محرم به تعویق افتاد، از طرفی تاریخ برگزاری نمایشگاه تهران مهرماه بود اما متأسفانه مرکز توسعه صادرات تاریخ را به مرداد موکول شد و اصفهان نیز حاضر به تغییر تاریخ برگزاری نمایشگاه نشد و بنابراین علیرغم رایزنی های بسیار و تلاشی که برای تنظیم این تاریخ ها انجام دادیم، موفق به این انجام این هماهنگی نشدیم و هیچ کدام استان ها زیر بار نرفتند.

وی در خصوص کیفیت برگزاری نمایشگاه می گوید: به نظر من نمایشگاه امسال در تبریز بسیار با کیفیت برگزار شد و به صراحت می گویم که طی این بیست و پنج سال، علیرغم تعطیلی نمایشگاه در ایام کرونا، روزبه روز بهتر عمل می کند.

شادی مهر تأکید می کند: امیدواریم در سال های بعد نمایشگاهی بسیار مطلوب تر از امسال داشته باشیم و حضور آقای پزشکیان را در رأس دولت را غنیمت می شماریم و از ایشان توقعات زیادی داری و چشم امید صنعت به رئیس جمهور است تا توان سی درصدی صنعت افزایش پیدا کند.

## مرداد ماه طلایی صنعت چرم و کفش

مسعود مودتی، رئیس اتحادیه چرم و لوازم کفش در خصوص همزمانی برگزاری سه نمایشگاه در سه شهر مختلف می گوید: در این خصوص نمی توان یک صنف یا یک استان را

مقصر دانست، چون شرایط به گونه ای شد که این موضوع اجتناب ناپذیر بود، اما ما از زاویه دیگری به این اتفاق نگاه می کنیم و نام مرداد ماه طلایی صنعت چرم و کفش را انتخاب کردیم که شروع خوبی برای نیمه دوم سال خواهد بود.

مودتی تأکید می کند: گروه های هدف هر نمایشگاه در هر شهر مجزا از یکدیگر هستند و لزوماً نمی توان گفت که برگزاری همزمان از کیفیت نمایشگاه کم می کند و زمینه شرکت تولیدکنندگان را مختل می کند و شاید ده درصد از شرکت کنندگان قصد شرکت در هر سه نمایشگاه را داشته باشند.

وی می افزاید: با توجه به این که نمایشگاه ها کم کم به سمت صنعتی شدن و تخصصی شدن پیش می روند، پیش بینی این است که شرکت کنندگان در نمایشگاه ها با توجه به ویژگی های خود و علاقه مندی هایی که دارند، دستشان باز است و می توانند شرکت داشته باشند.

مودتی می گوید: نزدیک شش ماه است برای برگزاری این نمایشگاه کار می کنیم و سعی کردیم از مشارکت اتحادیه ها بهره ببریم و یک همکاری متناسبی صورت گرفت و رضایت ما زمانی جلب می شود که در پایان نمایشگاه، همکاران و شرکت کنندگان از برگزاری نمایشگاه راضی باشند.

**گزارش: پری اشتری**

**گزارش تصویری: رضا خدایی**