



● احسان مصحفی

نمایشگاه نوردی پنجره ایرانیان

البته به هیچ وجه ادعا نداریم که با این گزارش‌ها تمامی جوانب این رویدادها را پوشش داده‌ایم، بلکه به حد استطاعت خود کوشیده‌ایم، انعکاسی باشیم از همین مقدار تحرک و تقلا که برای انگیزه‌بخشی به فعالان این بخش در نقاط مختلف ایران عزیزمان صورت می‌گیرد. روشن است که بسیاری از این نمایشگاه‌ها بازتاب رسانه‌ای ندارند یا اگر هم داشته باشند در حد رسانه‌های محلی هستند که برد و مخاطبان محدودی دارند. تلاش ما این بوده است که فعالان این صنعت در سراسر کشور از این رویدادها آگاه شوند و تلاش‌های عده‌ای هر چند کم‌شمار در گوشه‌ای از میهن پهناورمان به گوش همه اهالی صنعتمان برسد.

نباید از حق گذشت که نمایشگاه‌ها با همه کمی و کاستی‌هایی که دارند، در فضای موجود نقش خوب و موثری را می‌توانند ایفا کنند. کمترین نتیجه این رویدادها، تجدید دیدارهای درون صنفی است که در دل خود ثمرات بسیاری را برای مجموعه‌های مختلف می‌تواند به بار آورد. از سوی دیگر تبلیغاتی که می‌توانند در خصوص برگزاری یک نمایشگاه در یک شهر یا استان انجام شود، خود می‌تواند اثری روانی بر فضای رکود داشته باشد، چه، همانطور که می‌دانیم تاثیرات روانی بر فضای کسب و کار و رکود یا رونق حاکم بر آن نقش مهمی ایفا می‌کند. همچنین نمایشگاه‌ها

سه ماه نخست سال ۱۳۹۵ را در حالی پشت سر می‌گذاریم، که شاید مهمترین اخبار این مدت برای صنعت در و پنجره، خبرهای مرتبط با رویدادهای نمایشگاهی بوده است. نمایشگاه‌های تخصصی که قاعدتا باید نمایشی از دستاوردها و تازه‌های تولید و صنعت باشند، در این فضای رکود به روزنه امیدی برای بسیاری از مجموعه‌های سراسر کشور تبدیل شده است؛ روزنه امیدی برای اندکی تحرک و پویایی.

پنجره ایرانیان نیز با درک این شرایط تلاش خود را در انعکاس این رویدادها افزون کرد و قریب به اتفاق نمایشگاه‌های برگزار شده در اقصی نقاط کشورمان را از نزدیک مورد بازدید قرار داد؛ از همدان تا گرگان و از ارومیه تا شیراز را درنوردید تا گزارش این رویداد را تقدیم شما عزیزان کند. تا کنون گزارش ده نمایشگاه در سه شماره نشریه پنجره ایرانیان که امسال به چاپ رسیده، تنظیم شده است که به غیر از نمایشگاه‌های ایران پلاست و ایران پروژه، باقی آنها به صنعت ساختمان اختصاص داشته است. نمایشگاه‌های صنعت ساختمان مصلی تهران، تبریز، رشت، ارومیه، اردبیل، گرگان، شیراز و نمایشگاه در و پنجره همدان، مواردی بودند که گروه خبری پنجره ایرانیان بدان نقاط اعزام شدند و در حد توان خود گزارش‌های خبری و تصویری از آنها تهیه کردند.



البته در این میان استان اردبیل به نظر می‌رسید یک استثناء بود. به غیر از اینکه در نقاط مختلف شهر بیلوردها به چشم می‌آمدند، بیشتر غرفه‌داران نیز از این موضوع رضایت داشتند. اما همواره این علامت سوال در ذهن ما بوده و هست و به بهانه‌های مختلف نیز آن را مطرح کرده‌ایم، که واقعا هدف از برگزاری نمایشگاه‌ها چیست؟ غیر از این است که هزینه‌ای، آن هم نسبتا گزاف، از شرکت‌های مختلف اخذ می‌شود، به این امید که محصولات آنها در معرض دید افراد فراوانی قرار بگیرد؟ اگر هر متر از این غرفه‌ها با قیمت‌های بسیار بالا واگذار می‌شود، اگر شرکت‌ها هزینه‌های بسیاری را برای غرفه‌سازی و موارد مختلف متحمل می‌شوند، آیا هدفی غیر از تعامل با مصرف‌کنندگان دارند؟ اگر غیر از این بود چه نیاز به صرف این همه هزینه و تحمل این مقدار زحمت؟ به‌رحال همه شرکت‌ها حتما دفتر یا واحدی اداری دارند که در آن دور هم بنشینند.

روی سخن ما با برگزارکنندگان این نمایشگاه‌هاست. همه از زحمت و دشواری‌های برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی آگاه هستیم. همچنین می‌دانیم تلاش بسیاری برای ارتقاء سطح این نمایشگاه‌ها صورت می‌گیرد. اما آیا می‌دانید که اگر نمایشگاهی در بهترین شرایط ممکن و در حد استانداردهای جهانی برگزار شود، ولی اطلاع‌رسانی بسیار ضعیفی داشته باشد، همه آن زحمت‌ها بر باد است؟

ضمن اینکه اگر تبلیغاتی هم صورت می‌گیرد، نهایتا در سطح بیلوردهای شهری است، که بعید است باعث اطلاع‌رسانی به همه اهالی آن استان یا کشور شود، مگر آنکه هدف آن نمایشگاه فقط اهالی خیابان‌های منتهی به محل نمایشگاه در همان شهر خاص باشد.

اگر ما همواره از تبلیغات نمایشگاهی می‌گوییم و دیگر نقاط ضعف و قوت نمایشگاهی را کمتر مورد بررسی قرار می‌دهیم، به این دلیل است که از نظر ما مهمترین و مهمترین ویژگی یک نمایشگاه، تبلیغات موثر و گسترده درباره آن است. این ویژگی، همه خصوصیات دیگر یک نمایشگاه را تحت شعاع قرار می‌دهد.

امیدواریم مسئولان ذی‌ربط در رفع این نقیصه که به نظر ما زحمات بی‌دریغ آنها را کم‌رنگ و بی‌اثر می‌سازد، تلاش بیشتری از خود نشان بدهند. تردیدی نیست که همه در هر موقعیت و مسئولیتی که قرار دارند به اعتلای صنعت کشور می‌انديشند، و مطمئنا کم و کاستی‌ها معلول ناآگاهی یا مشکلات زیرساختی است، که امید داریم به زودی زود همگی آنها مرتفع شود و در پایان برگزاری هر نمایشگاهی در سرتاسر ایران عزیزمان، شاهد لبخند بر لبان غرفه‌گذاران باشیم.

می‌توانند نقطه اتصال آشنایی مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان معتبر باشد که در چنین فضایی خود غنیمتی ارزنده به شمار می‌آید؛ و به‌طور کلی برگزاری نمایشگاه‌ها می‌تواند سرزندگی و انگیزه را به بخش تولید و بازرگانی کشورمان تزریق کند.

حال در نظر بگیرید که کم و کاستی‌های برگزاری این نمایشگاه‌ها برطرف شود و نقاط قوت تقویت گردند، روشن است که در این صورت ثمرات و نتایج بسیار بیشتری عاید صنعت و اهالی آن خواهد شد. از این منظر است که پنجره ایرانیان همواره رویکردی انتقادی به نمایشگاه‌های سراسر کشور داشته است و هر نکته ناخوشایند، هر چند کوچکی، را منعکس می‌سازد تا شاید به رفع مشکلات و ارتقای سطح نمایشگاهی کشور کمکی کرده باشد. بنابراین، هیچگاه نباید تصور شود که انتقادهای صورت گرفته در نشریه، از سر مخالفت یا برگزاری نمایشگاه‌هاست؛ برعکس پنجره ایرانیان رویکرد بسیار مثبتی به این رویدادها دارد و نمایشگاه‌های سراسر کشور را از خود می‌داند و حتی با بسیاری از مسئولان برگزارکننده در سراسر کشور تعامل نزدیک دارد و اگر دقت کرده باشید، بیشترین پوشش را برای اطلاع‌رسانی از نمایشگاه‌های مختلف به انجام می‌رساند؛ به حدی که امروز افتخار داریم، بسیاری از فعالان این صنعت از طریق پنجره ایرانیان از زمان و مکان برگزاری نمایشگاه‌های مختلف و اخبار آنها مطلع می‌شوند. از همین جهت است که احساس دلسوزی بیشتر داریم و انتقادات را شاید گاهی گزنده‌تر منتقل می‌کنیم.

به‌هرروی پنجره ایرانیان در سه ماه گذشته بیش از دوسوم ایران را در نوردید تا از نزدیک شاهد همه این رویدادها باشد. در این میان تعداد بسیار اندکی از این نمایشگاه‌ها وجود داشت که به دلیل همزمانی با رویدادهای دیگر یا برخی مشکلات مقطعی موفق به دیدار از آنها نشدیم.

بازگردیم به رویکرد انتقادی خود. اگر بخواهیم نگاهی کلی بر همه این نمایشگاه‌ها داشته باشیم باید اذعان کنیم، مانند همیشه، غالب آنها از ضعف، یا بهتر است بگوییم از "فقر" تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی رنج می‌برند. اگر می‌گوییم فقر به این دلیل است که در بسیاری موارد، از ضعف بسیار پایین‌تر رفته و تقریبا به هیچ رسیده‌ایم. حتی برخی از دوستان که خارج از نمایشگاه استان گلستان از قصد سفر ما می‌پرسیدند و ما از نمایشگاه می‌گفتیم آنچنان با تعجب نگاهمان می‌کردند که بر تعجب ما صد چندان افزوده می‌شد!! تقریبا همه افراد در همه شهرها از این موضوع گلایه‌مند بودند و ظاهرا اگر نبود اطلاع‌رسانی خود شرکت‌ها، با "هیچ" بزرگتری در بخش بازدیدکنندگان روبه‌رو می‌بودیم.