



صنعت نمایشگاهی؛ یک جریان موثر در رشد اقتصادی

گفت‌وگو با دکتر محمد میرجلیلی-مدیر نمایشگاه نساجی یزد و عامل شرکت مهندسی تحقیقاتی سیما نساج یزد

اشاره:

مدیر نمایشگاه نساجی یزد در مورد برگزاری دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی و پوشاک استان یزد ابراز داشت: «در برگزاری این نمایشگاه انجمن صنایع نساجی ایران و انجمن‌های تخصصی صنعت نساجی و پوشاک کشور همچون انجمن‌های استان‌های یزد، البرز، مازندران، آذربایجان شرقی، میز نساجی کشور و همچنین جامعه متخصصین نساجی ایران مشارکت داشته که خود در اطلاع‌رسانی به اعضا بسیار موثر بوده اند.»

به اعتقاد دکتر میرجلیلی، با تجهیز محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان یزد و استاندارد سازی آن مشکلات سالهای گذشته همچون سیستم تهویه رفع شده بود و شاهد رضایت بیشتر غرفه داران و بازدید کنندگان بودیم. بهره‌گیری از تجهیزات جدید غرفه سازی نیز یکی دیگر از تحولات نمایشگاه امسال بود. مشروح این گفت‌وگو از نظر تان می‌گذرد:



نمایشگاه امسال نساجی یزد از نظر تعداد شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان نسبت به دوره‌های گذشته چه تفاوت‌هایی داشت؟ آماری از تعداد شرکت‌کنندگان داخلی و خارجی این دوره ارائه نمائید.

دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی و پوشاک استان یزد که در تاریخ ۱۳ الی ۱۶ اردیبهشت ۱۴۰۲ برگزار شد نسبت به نمایشگاه دوره قبل شاهد مشارکت بیشتر واحدهای صنعت نساجی و پوشاک داخلی و به‌ویژه حضور بسیار با اهمیت و پررنگ تولیدکنندگان خارجی بود که مستقیماً در این نمایشگاه حضور پیدا کرده بودند.

بازدیدکنندگان این دوره با توجه به تبلیغات گسترده انجام شده در طول ۶ ماه فعالیت اطلاع‌رسانی در مجلات تخصصی، فضا مجازی، نصب بیلبرد در

شهرهای یزد، تهران و مشهد و همچنین ارسال دعوت‌نامه به متخصصین و فعالان این حوزه چشمگیر بود و شامل حضور موثر تجار داخلی و تجاری از کشورهای همسایه همچون عراق، پاکستان و افغانستان، صنعتگران، دانشجویان و تولیدکنندگان عزیز بودیم.

در این دوره شاهد حضور ۱۰۶ واحد فعال بودیم که خود شامل ۹۱ شرکت داخلی و ۱۵ شرکت خارجی از کشورهای چین، هند، تاجیکستان، ترکیه، ایتالیا اندونزی و سنگاپور بود.

بازدیدکنندگان اغلب از کدام اقشار بودند و استقبال دانشگاهیان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ بازدیدکنندگان این نمایشگاه بیشتر شامل دانشجویان رشته‌های مختلف صنعت نساجی و پوشاک، اساتید دانشگاه، تولیدکنندگان مواد اولیه،

قطعات و محصولات صنعت نساجی و پوشاک و همچنین تجار این صنعت از سراسر کشور بودند. بازدیدکنندگان محترم به‌واسطه حضور گسترده واحدهای نساجی و پوشاک از استان یزد و سایر استان‌های کشور و همچنین حضور شرکت‌های خارجی به‌ویژه از کشور چین بازدید از این نمایشگاه را فرصت مناسبی برای تامین نیازهای خود و تبادل اطلاعات دانسته بودند.

اطلاع‌رسانی و تبلیغات برگزاری این نمایشگاه از چه طریق انجام شد و فکر می‌کنید چند درصد از صنعتگران نساجی کشور در جریان برپایی آن قرار داشتند؟

بانک اطلاعات شرکت سیما نساج یزد به عنوان مجری نمایشگاه‌های بین‌المللی صنعت نساجی و پوشاک استان یزد شامل بیش از سه هزار کارخانه،

نساجی و پوشاک استان از این نمایشگاه همیشه قابل ستایش بوده است.

میزان مشارکت تشکلهای و انجمنهای تخصصی نساجی در اطلاع‌رسانی به اعضای خود جهت مشارکت در این نمایشگاه چگونه بود؟

در راستای برگزاری باشکوه‌تر نمایشگاه‌های نساجی در کل کشور انجام یک همفکری بین مجریان نمایشگاه‌ها و انجمن‌های نساجی کشور ضروری می‌باشد که تاکنون با پیگیری‌های مداوم ما هنوز به نتیجه مطلوبی نرسیده و بعضاً بی‌برنامه بودن در انتخاب تاریخ نمایشگاه و جابجایی آن در طول سال‌های مختلف در فصل‌های مختلف سال و نداشتن برنامه هماهنگ منجر به آسیب دیدن رسالت اصلی برگزاری نمایشگاه شده است.

برای رشد و اعتلای بخش بین‌الملل نمایشگاه و دعوت از شرکت‌های خارجی چه اقداماتی انجام شد و تا چه میزان به اهداف خود دست یافتید؟

همکاری در راستای اطلاع‌رسانی از سوی انجمن‌ها نسبتاً خوب بوده و جای تشکر دارد. البته حضور پررنگ‌تر اعضا اصلی انجمن‌های نساجی کشور در جریان برگزاری با وجود آمادگی مجری برای اختصاص غرفه رایگان به انجمن‌ها به عنوان یک رسالت اصلی، همیشه کم‌رنگ بوده است و باید مورد بازنگری قرار گیرد.

مطلب نهایی...

صنعت نساجی کشور در حال حاضر از پویایی و نوآوری خوبی برخوردار می‌باشد که عمدتاً حاصل تلاش سرمایه‌گذاران و صاحبان این صنعت و متخصصین متعهد آن در عرصه‌ای بدون حمایت واقعی بوده است، ولی با توجه به سرعت فزاینده رشد تکنولوژی در این صنعت حمایت جدی‌تر مسئولان از واحدهای نساجی و پوشاک بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود.



خوشبختانه با تجهیز محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان یزد و استاندارد سازی آن مشکلات سالهای گذشته همچون سیستم تهویه رفع شده بود و شاهد رضایت بیشتر غرفه داران و بازدید کنندگان بودیم. بهره‌گیری از تجهیزات جدید غرفه سازی نیز یکی دیگر از تحولات نمایشگاه امسال بود.

حمایت مسئولین محترم استان و همچنین مقامات مسئول کشوری نیز از این نمایشگاه قابل قدردانی هست به گونه‌ای که شاهد حضور آقای دکتر محسن گرگی مدیر کل دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صنعت، معدن و تجارت در این نمایشگاه و صحبت ایشان با اکثر غرفه‌داران و مدیران نساجی حاضر در نمایشگاه بودیم.

نکته دیگری که در راستای نمایشگاه نساجی یزد قابل تأمل می‌باشد؛ مشارکت محدود کارخانجات استان یزد در حد ۲۰ درصد برای اخذ غرفه می‌باشد در حالی که ما در این نمایشگاه بیشتر شاهد استقبال ۸۰ درصدی واحدهای خارج از استان برای حضور در نمایشگاه می‌باشیم.

در این راستا فرهنگ سازی از سوی مسئولان برای جمعی از مدیران کارخانجات نساجی استان یزد به گونه‌ای که صنعت نمایشگاهی را به عنوان یک جریان موثر در رشد اقتصادی، جذب مشتری و ارتباط با او و برندسازی بدانند نه یک منبع هزینه کرد قابل توجه می‌باشد.

البته باید اشاره کرد بازدید گسترده دانشجویان، مسئولان، مدیران، مهندسان و کارگران صنعت

کارگاه و مراکز فعال در این رشته می‌باشد که برای همه آنها دعوت نامه اطلاع‌رسانی ارسال شده است. ضمناً به واسطه همکاری ارزشمند مجلات تخصصی نساجی و پوشاک کشور به ویژه مجله نساجی امروز از دی ماه ۱۴۰۱ تا اردیبهشت ۱۴۰۲ همه ماه پوستر برگزاری نمایشگاه چاپ و در کشور اطلاع‌رسانی شده است.

قابل ذکر است در برگزاری این نمایشگاه انجمن صنایع نساجی ایران و انجمن‌های تخصصی صنعت نساجی و پوشاک کشور همچون انجمن‌های استان‌های یزد، البرز، مازندران، آذربایجان شرقی، میز نساجی کشور و همچنین جامعه متخصصین نساجی ایران مشارکت داشته که خود در اطلاع‌رسانی به اعضا بسیار موثر بوده اند.

بهره‌گیری گسترده و مداوم از فضای مجازی و همچنین نصب بیلپورد در شهرهای مختلف کشور به‌ویژه مراکز صنعتی استان یزد نیز از سایر فعالیت‌های اطلاع‌رسانی انجام شده بوده است.

ضمناً باید اشاره کنم ارسال دعوت‌نامه از سوی شرکت‌های حاضر در نمایشگاه برای مشتریان خود نیز نقش موثری در بازدید افراد از این نمایشگاه داشت.

به مشکلات و محدودیت‌های برگزاری نمایشگاه نساجی یزد اشاره نمائید و این که در روند برگزاری آن، حمایت‌هایی از سوی مسئولین دولتی انجام می‌شود یا خیر