

رویدادهای مشابه، چالش‌های جدی؛ رصد دقیق وضعیت نمایشگاه‌های صنعت مالی در ایران

قنبری: کشور ما نیازمند سیاست گذاری دقیق تری برای جلوگیری از تداخل عناوین و نمایشگاه‌های مشابه است

به گزارش خبرنگاران گروه بازاری سرمایه خبرگزاری گزارش خبر، در سال‌های اخیر، روندی در صنعت نمایشگاهی کشور شکل گرفته که می‌تواند به مرور زمان بنیان اعتبار و اصالت برندهای باسابقه را تضعیف کند. کپی برداری از نام و ساختار برندهای شناخته شده توسط شرکت‌های رقیب، بدون رعایت حقوق پدیدآورنده، به یک رویه در تقویم نمایشگاهی ایران تبدیل شده است.

این پدیده به ویژه زمانی پررنگ تر می‌شود که یک برند معتبر با سابقه چندین ساله، ناگهان با رویدادی مشابه و با همان نام یا موضوع در نقطه‌ای دیگر از کشور مواجه می‌شود. نمونه اخیر آن، نمایشگاه صنعت مالی (بانک، بورس، بیمه) در تهران است که پس از ۱۶ دوره متوالی برگزاری، حالا شاهد ظهور نمایشگاهی جدید با همان نام و موضوع در شهرهای دیگر است. نمایشگاه صنعت مالی حالا با موارد مشابهی در شیراز، مشهد و برخی دیگر کلان شهرها برگزار می‌شود و انگار حتی نظارتی هم روی تداخل زمانی آنها وجود ندارد!

نکته عجیب تر اینکه پوستر این نمایشگاه‌های نوپا، عنوان بین المللی را با آرم یوفی یدک می‌کشد اما با مراجعه به سایت نمایشگاهی مربوطه متوجه می‌شویم این عناوین مجوز بین المللی نداشته و تخصصی محسوب می‌شوند. این یعنی با اسم بین المللی اما صرفا با محتوا ملی!

پیرامون این موضوع و تاثیر آن بر صنعت نمایشگاهی با محمدجواد قنبری معاون امور نمایشگاهی شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین المللی تهران به گفت و گو نشستیم.

سابقه شانزده ساله نمایشگاه صنعت مالی

قنبری در این گفت و گو عنوان کرد: نمایشگاه صنعت مالی که پیش تر با عنوان نمایشگاه بورس، بانک و بیمه شناخته می‌شد، چند سال پیش و در دوره قبلی مسئولیت بنده، با هماهنگی وزارت امور اقتصادی و دارایی به نمایشگاه صنعت مالی تغییر نام داد تا فراگیری بیشتری در حوزه مالی کشور داشته باشد.

وی ادامه داد: امسال هفدهمین دوره این نمایشگاه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی تهران برگزار خواهد شد. همین موضوع به وضوح نشان می‌دهد که این نمایشگاه یک رویداد باسابقه و تثبیت شده است، نه یک رویداد جدید.

ضرورت ساختار نظارتی دقیق در صنعت نمایشگاهی

قنبری با اشاره به نبود ساختار نظارتی دقیق در صنعت نمایشگاهی کشور گفت: متأسفانه در حال حاضر سامانی وجود ندارد که به طور مؤثر این موارد را تنظیم یا بر آن‌ها نظارت کند. اگرچه وظایفی برای شرکت سهامی نمایشگاه‌ها در نظر گرفته شده، اما بخشی از آن‌ها ذیل مسئولیت نهادهای دیگر قرار گرفته و به درستی پیگیری نمی‌شود.

واگذاری اختیارات به شرکت سهامی نمایشگاه‌ها

وی افزود: خوشبختانه اخیرا وزارت صمت فرآیند واگذاری اختیاراتی را به شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین المللی آغاز کرده که در صورت تحقق کامل آن، ما قطعاً با جدیت بیشتری به این مسائل ورود خواهیم کرد. ما به یک نقشه راه برای صنعت نمایشگاهی کشور نیاز داریم؛ نقشه‌ای که مشخص کند در هر حوزه‌ای، مانند مواد غذایی یا صنعت مالی، چند نمایشگاه واقعا مورد نیاز است تا پاسخ گوی نیازهای تبلیغاتی، بازاریابی و توسعه بازار شرکت‌ها باشد.

معاون نمایشگاهی نمایشگاه‌های بین المللی تهران خاطرنشان کرد: برگزاری نمایشگاه نباید صرفا اجرای یک نمایش باشد. نمایشگاه باید بستری برای ایجاد شبکه‌های تجاری، معرفی توانمندی‌ها و شکل‌گیری تعامل مؤثر میان فعالان یک حوزه باشد. این نگاه باید توسط همه مراکز نمایشگاهی کشور مورد توجه قرار گیرد.

او همچنین با اشاره به هم زمانی نمایشگاه مشابهی با عنوان «صنعت مالی» در مشهد گفت: چنین هم‌زمانی‌هایی می‌تواند چالش‌هایی جدی برای شرکت‌ها، بازدیدکنندگان و حتی برخی نهادها ایجاد کند. تاریخ برگزاری نمایشگاه صنعت مالی تهران در سال‌های اخیر همواره در شش ماهه نخست سال و در بازه زمانی خرداد ماه بوده و طبیعی است که برنامه ریزی دیگر نمایشگاه‌ها باید با در نظر گرفتن این سوابق انجام شود.

قنبری همچنین تصریح کرد: ما برخی جلسات شورای سیاست گذاری نمایشگاه صنعت مالی را در وزارت امور اقتصادی و دارایی برگزار می کنیم و نظارت دقیقی از سوی این وزارتخانه بر روند برگزاری نمایشگاه در تهران وجود دارد. حال اینکه آیا افرادی که در مشهد و سایر مراکز استانی اقدام به برگزاری رویداد مشابه کرده اند، این موارد را مد نظر داشته اند یا نه، مشخص نیست.

وی در پایان گفت: کشور ما نیازمند سیاست گذاری دقیق تری برای جلوگیری از تداخل عناوین و نمایشگاه های مشابه است. صنعت نمایشگاهی نیاز به یک متولی متخصص و کارداران دارد که با نگاهی جامع این چالش ها را سامان دهد. همه فعالان این حوزه باید تلاش کنند با رعایت اصول حرفه ای، در مسیر توسعه صنعت نمایشگاهی و اقتصاد کشور گام بردارند، نه با تخریب دیگران.