

تخصصی ترین نمایشگاه فناوری اطلاعات کشور و انتظاراتی که برآورده نشد



به طور طبیعی زمانی که یک

نمایشگاه تقریباً تخصصی در صنعت IT پا به چهاردهمین دوره برگزاری خود می گذارد به نظر می رسد که باید دوران آزمایش وی تجربه را سپری کرده و با محتوایی قابل قبول و قوی ظاهر شده باشد، آن هم نمایشگاهی که به واقع قصد دارد با نمایشگاه های مهم و بین المللی در حوزه IT همچون سبیت، جتیکس، کامپیوتکس و... به رقابت پردازد.

چهاردهمین نمایشگاه الکامپ (الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک) امسال با هدف ارایه جدیدترین خدمات و محصولات حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات در حالی از روز شنبه کار خود را آغاز کرده است که به نظر می رسد هنوز نمی توان از آن به عنوان یک نمایشگاه حرفه ای و قابل قبول نام برد. گذشته از مکان برگزاری نمایشگاه، وضعیت شلوغ و درهم و برهم سالن ها که به بسیاری از مخاطبان حتی فرصت ورود هم نمی دهد و از بعد تخصصی و ارایه خدمات و محصولات جدید نیز جز مواردی انگشت شمار، چهاردهمین نمایشگاه الکامپ تقریباً حرفی برای گفتن نداشت. نکته جالب این است که برخی از بازدیدکنندگان از نمایشگاه الکامپ حال و هوا و فضای این نمایشگاه را دروهله اول تداعی کننده فضای نمایشگاه رسانه های دیجیتال عنوان می کردند.

جوانان مخاطبان اصلی چهاردهمین نمایشگاه الکامپ را تشکیل می دادند و شاید بتوان یکی از دلایل این حضور پررنگ جوانان را صرف نظر از جذابیت های خاص ونهفته در حوزه IT، اتخاذ تدابیری همچون ارایه هدایای تبلیغاتی، تخفیف فروش و ارایه خدمات پس از فروش از سوی غرفه داران و صاحبان شرکت های حاضر در نمایشگاه عنوان کرد. این نکته زمانی بر ایمان به یقین تبدیل شد که در گفت و گو با تعدادی از بازدیدکنندگانی که بنا به تخصص حرفه ای خود در نمایشگاه حضور پیدا کرده بودند، متوجه شدیم که آنان نیز نمایشگاه چهاردهم را چندان پاسخ گوی نیازهای تخصصی خود نمی دیدند و معتقد بودند که این نمایشگاه صرفاً به محلی برای عرضه محصولات شرکت های خارجی تبدیل شده است و دستاوردهای داخلی در آن کمتر به چشم می خورد.

یکی از بازدیدکنندگان، الکامپ چهاردهم را به مراتب پرمخاطب تر از نمایشگاه سال قبل عنوان می کند. وی معتقد است متأسفانه تعداد غرفه هایی که در هر سالن جای داده شده، بسیار زیاد است و این یکی از نقایص نمایشگاه است که به دلیل نبود سیستم تهویه مناسب عملاً نمایشگاه را برای مخاطبان غیر قابل استفاده می کند. نکته دیگری که این بازدیدکننده به آن اشاره می کند، قرار گرفتن غرفه های تخصصی و غیر تخصصی در مجاورت یکدیگر است که این کار برای مخاطبان تخصصی نمایشگاه اتلاف وقت و سردرگمی را به همراه می آورد. در حالی که به نظر می رسد غرفه های تخصصی باید در یک سالن مجزا قرار داشته باشد تا بازدیدکنندگان خاص خود را جذب کند، در این صورت نمایشگاه بازده بیشتری خواهد داشت.

وی می گوید: من در بخش انفورماتیک یک موسسه مالی مشغول به کار هستم و امروز با این هدف به نمایشگاه آمدم تا از

مدیران شرکت هایی که در زمینه دیتاسترها فعالیت می کنند، برای دریافت خدمات مورد نیازمان اطلاعاتی کسب کنیم اما وضعیت آشفته نمایشگاه تنها امکان استفاده ۲۰ درصدی را از این خدمات برآیمان فراهم کرد.

فرد دیگری از بازدیدکنندگان حاضر در نمایشگاه «ایران الکامپ ۲۰۰۸» معتقد است که این نمایشگاه از سال های آینده باید در سطح تخصصی تری برگزار شود و بسیاری از بخش های غیر ضروری آن حذف شود. وی همچنین به نکته قابل توجه دیگری اشاره می کند و می گوید: در اغلب موارد متاسفانه صاحبان غرفه ها اطلاعات کافی و مناسبی در مورد خدمات شرکت به مخاطبان و بازدیدکنندگان نمی دهند و بسیاری از سوالات مخاطبان متخصص و حتی مخاطبان عادی را بی جواب می گذارند و در مقابل تنها با ارائه یک CD حاوی اطلاعات مربوط به خدمات شرکت یا محصولات ارائه شده مخاطبان را از سر باز می کنند. در حالی که به نظر می رسد شرکت هایی که برای معرفی بیشتر خود در نمایشگاه حضور پیدا کرده اند، باید هنر جذب مخاطب را داشته باشند و این میسر نمی شود مگر در شرایطی که حداقل بتوانند خودشان را به خوبی معرفی کنند.

خانمی کارشناس کامپیوتر دانشگاه امیرکبیر از بازدیدکنندگانی است که ارزیابی خوبی از نمایشگاه دارد و می گوید: نمایشگاه امسال از جهاتی در مقایسه با نمایشگاه سال های قبل از وضعیت بهتری برخوردار است اما نکته قابل توجه این است که درصد بالایی از محصولات ارائه شده را محصولات خارجی تشکیل می دهد و در جریان بازدید از نمایشگاه خلاء ناشی از پایین بودن تعداد دستاوردهای ایرانی عرضه شده را می توان به خوبی حس کرد.

در نمایشگاه الکامپ امسال طبق اعلام روابط عمومی نمایشگاه، ۳۵۸ شرکت داخلی و ۶۸ شرکت کننده خارجی حضور دارند. در نمایشگاه الکامپ امسال همچنین برخی دستاوردهای مربوط به حوزه IT نیز در معرض دید بازدیدکنندگان قرار گرفت که از جمله آن ها می توان به سیم کارت خودرو، نسل جدید سیستم های حضور و غیاب و کنترل تردد، نسل جدید چاپگرهای لیزری و سیم کارت قاصدک با قابلیت ارائه خدمات چندگانه و خودروی ارتباطات در شرایط بحران اشاره کرد.

ارایه نسل جدید سیستم های حضور و غیاب و کنترل تردد در نمایشگاه از جمله دستاوردهای ارائه شده بود که علی اسکویی طراح این سیستم در معرفی آن می گوید: سیستم جدید ثبت حضور و غیاب از عملکرد دو وجهی آنلایند-آفلاین برخوردار است به طوری که این سیستم هوشمند نوع ارتباط را به طور هوشمند تشخیص می دهد و در صورت متصل بودن به رایانه اطلاعات را به طور مستقیم روی رایانه تخلیه می کند و در غیر این صورت اطلاعات را روی حافظه نگه می دارد و در اولین ارتباط با رایانه آن ها را تخلیه می کند. سیم کارت مخصوص خودرو نیز از جمله دستاوردهای داخلی عرضه شده در نمایشگاه بود که با اتکا به توان علمی محققان کشور طراحی شده است.

این سیم کارت با سامانه ردیاب (GPS/GPRS/GSM) در قالب یک جعبه سخت افزاری روی خودرو نصب می شود و می توان از طریق ارسال و دریافت پیامک از طریق سیم کارت تعبیه شده در سامانه حفاظتی و کنترلی علاوه بر کنترل خودرو موقعیت جغرافیایی آن را نیز تعیین کرد. سیم کارت جدید قاصدک نیز محصول جدیدی از شرکت ارتباطات سیار است که البته خبر تولید این سیم کارت پیشتر از سوی مسئولان شرکت اعلام شده بود اما در نمایشگاه الکامپ مسئولان شرکت ارتباطات سیار با این رویکرد این سیم کارت را به نمایش گذاشته بودند که ظاهراً قرار است در آینده خدمات آموزشی، ورزشی، تفریحی، سرگرمی و اقتصادی، گردشگری، سیاسی، پزشکی و... را از طریق این سیم کارت به کاربران ارائه کنند. فناوری دیگری که محققان کشورمان موفق به بومی سازی آن شده اند طراحی خودروی ارتباطات بحران با قابلیت برقراری ارتباط با ستادهای بحران در شرایط خاص و بحرانی همچون بروز زلزله و... است.

منبع: روزنامه خراسان با اندکی تغییر