

گزارش اختصاصی پنجره ایرانیان از نمایشگاه صنعت ساختمان تبریز



اشاره

بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات، لوازم و مصالح ساختمانی ایران - تبریز از ۱۱ تا ۱۴ اردیبهشت‌ماه ۹۷ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی آذربایجان شرقی برگزار شد. امسال مطابق رسم سال‌های اخیر به نام حمایت از کالای ایرانی نام‌گذاری شده است. اتفاقی که امیدواریم در حد شعار باقی نماند و با تمهیدات و سیاست‌گذاری‌هایی که در سطح کلان مملکت اتخاذ می‌شود قدمی هرچند کوچک در راه ارتقاء سطح کمی و کیفی محصولات و تولیدات داخلی برداشته شود. برپایی نمایشگاه از جمله فرصت‌های مناسب برای معرفی کالای داخلی به مشتریان داخلی و خارجی است. استفاده از پتانسیل مناطقی مانند استان آذربایجان شرقی و شهر تبریز در شرایطی که رکود فراگیری صنعت و بازار ساختمان کشور را در خود فرو برده است می‌تواند به بهبود شرایط تا حدودی کمک کند. بیست و سومین نمایشگاه ساختمان تبریز در شرایطی برگزار شد که علاوه بر بارندگی و شرایط نامساعد جوی با چند روز تعطیلی هم‌زمان شد با این حال میزان استقبال از نمایشگاه قابل قبول بود و شرکت‌های مختلفی از سراسر کشور به‌منظور ارائه آخرین دستاوردهایشان در این نمایشگاه مشارکت داشتند. گروه خبری نشریه پنجره ایرانیان نیز در این رویداد نمایشگاهی حضور یافت و پای درد دل غرفه‌داران و مدیران مجموعه‌های در و پنجره حاضر در نمایشگاه نشست که در ادامه توجه شما را به مشروح این گپ و گفت‌ها جلب می‌کنیم:

سوالات زیر به‌صورت مشترک از مصاحبه‌شوندگان پرسیده شد:

۱. ابتدا خود و مجموعه‌تان را معرفی کنید. چندمین دوره حضور در نمایشگاه تبریز را تجربه می‌کنید و در این نمایشگاه چه محصول جدیدی عرضه کردید؟
۲. نمایشگاه امسال را از نظر نحوه برگزاری و میزان استقبال چگونه ارزیابی می‌کنید؟
۳. آیا نام‌گذاری سال ۹۷ به نام حمایت از کالای داخلی می‌تواند تاثیر مثبتی روی رونق بازار در و پنجره و از بین رفتن رکود صنعت ساختمان داشته باشد؟



رضا امجدپور | گروه صنعتی امجدپور

۱. گروه تولیدی صنعتی امجدپور که امسال نیز مانند سال‌های گذشته حضور پررنگی در نمایشگاه دارد در زمینه تولید انواع در و پنجره آلومینیوم و یو.پی.وی.سی در تبریز فعالیت می‌کند. این مجموعه همچنین نمایندگی رسمی پروفیل‌های وین‌تک و ویتانوا را در اختیار دارد.

۲. نمایشگاه همیشه خوب بوده و نمی‌توان گفت بد است با اینکه هر سال شاهد افت کیفیت و میزان استقبال مردمی از نمایشگاه‌ها هستیم با این حال ما وظیفه خودمان می‌دانیم که با تمام قوا در نمایشگاه حضور پیدا کنیم. چون در کار ما هم رونق هست هم رکود و ما باید در همه شرایط از فرصتی که نمایشگاه برای کمک به بهبود فضای کسب و کار ما ایجاد می‌کند استفاده کنیم.

۳. ما هم امیدواریم که این نام‌گذاری باعث اتفاقات مثبت در صنعت در و پنجره شود. پنجره محصولی نیست که بشود آن را از خارج وارد کرد (به‌استثنای پنجره‌های خاص که بسیار محدود هستند) ولی پروفیل که مواد اولیه اصلی پنجره است بعضاً از خارج وارد می‌شود که با افزایش میزان گمرکی این محصول شاید به تولیدکنندگان داخلی پروفیل کمک بشود. ما هم همیشه از پروفیل داخلی استفاده می‌کنیم چون نه تنها چیزی از نمونه‌های خارجی کم ندارد که در برخی مولفه‌ها حتی باکیفیت‌تر است. استفاده از محصولات داخلی کمک به ایران و فرزندان این مملکت است.



ناصر داوران | گروه صنعتی آبی گستران

۱. گروه صنعتی آبی گستران در زمینه تولید در و پنجره یو.پی.وی.سی و ترمال بریک و شیشه دوجداره در تبریز فعالیت دارد. آبی گستران در تمامی نمایشگاه‌های ۵ سال گذشته تبریز حضور داشته است.

۲. نمایشگاه امسال به نظر من بهتر از سال قبل بود چون با توجه به تحرک نسبی که در بازار ساختمان به وجود آمده است میزان حضور مردم و استقبال از نمایشگاه نسبت به سال قبل افزایش داشت. البته نتیجه نمایشگاه را باید در روزهای پس از برگزاری دید ولی با توجه به میزان استقبال مردمی و تجربه سال‌های گذشته می‌توان امیدوار بود که شاهد بازخورد خوبی از نمایشگاه باشیم.

۳. نام‌گذاری به‌تنهایی چیزی را عوض نمی‌کند ولی اگر سیاست‌های کلان دولت بر این باشد که حداقل در سازمان‌ها و زیرمجموعه‌های خود از این سیاست پیروی کند و از کالای ایرانی و داخلی استفاده شود می‌توان امیدوار بود که اتفاقات مثبتی بیفتد. حمایت از کالای ایرانی باعث می‌شود شرایط بازار تا حدودی مرمت شود.



ابراهیم اصلی | تور آذر

۱. شرکت تور آذر در زمینه تولید و عرضه انواع پرده و تورای ثابت، رولینگ و پلیسه فعالیت می‌کند. پرده‌های پلیسه در طرح‌های مختلف از جمله محصولات جدید تور آذر در نمایشگاه امسال تبریز بود.

۲. نمایشگاه امسال نسبت به سال قبل بهتر بود و خدمات داخلی نمایشگاه هم مناسب بود و ما راضی هستیم. هم‌زمان شدن نمایشگاه امسال با چند روز تعطیلی به‌ویژه نیمه شعبان اتفاق مثبتی بود که باعث شد میزان استقبال از نمایشگاه افزایش پیدا کند.

۳. اگر تولیدکننده داخلی به کیفیت محصولش توجه بیشتری کند و با استفاده از مواد اولیه باکیفیت کالای استاندارد به بازار عرضه کند مطمئناً مشتری هم از کالای ایرانی و تولید داخلی استفاده می‌کند.





علیرضا داوران | آذر خزر

۱. گروه صنعتی آذر خزر از سال ۸۴ در زمینه تولید در و پنجره یو.پی.وی.سی و آلومینیوم در تبریز فعالیت می‌کند. آذر خزر که هشتمین دوره حضور در نمایشگاه تبریز را تجربه می‌کند ضمن در اختیار داشتن نمایندگی رسمی هافمن، امسال پروفیل چهار کانال کسندو تولید کارخانه ماوی (mavi) ماکو را به عنوان محصول جدید در نمایشگاه رونمایی کرد.

۲. ضمن تشکر از برگزارکنندگان نمایشگاه انتقاداتی به روند برگزاری نمایشگاه وارد است از جمله این که سال به سال از تعداد شرکت‌های بزرگ و برندهای مطرح در نمایشگاه کم می‌شود. همان طور که می‌بینید تعداد همکاران ما در این نمایشگاه بسیار کم است و بسیاری از همکاران از حضور در نمایشگاه خودداری کرده‌اند. از لحاظ خدمات داخل نمایشگاه کم و کسری‌هایی مانند همیشه وجود داشت و البته نکات مثبتی هم در اجرای نمایشگاه بود مانند سیستم روشنایی و نظافت محیط که قابل تقدیر است. اما در مجموع خدماتی که ارائه می‌شود نسبت به هزینه‌ای که دریافت می‌شود ناچیز است.

۳. مطمئناً این نام‌گذاری تأثیر مثبتی دارد چون ما می‌بینیم سازمان‌ها و ادارات که برای سفارش کار به ما مراجعه می‌کنند تأکید دارند از پروفیل ایرانی استفاده کنیم، لذا این موضوع برای تولیدکنندگان داخلی بسیار مفید است. افزایش گمرکی پروفیل وارداتی نیز به این مسئله کمک کرده تا استفاده از پروفیل ایرانی که بسیار باکیفیت‌تر از بسیاری از پروفیل‌های ترک و خارجی است بیشتر شود.



علی طباطبایی | تولیدی طباطبایی

۱. شرکت تولیدی طباطبایی در زمینه تولید در و پنجره یو.پی.وی.سی در تبریز فعالیت می‌کند. گروه تولیدی طباطبایی پنجمین دوره حضور در نمایشگاه تبریز را پشت سر می‌گذارد.

۲. متأسفانه اطلاع‌رسانی مناسبی در مورد تغییر زمان نمایشگاه صورت نگرفت به همین خاطر میزان مشارکت همکاران و استقبال بازدیدکنندگان چندان خوب نبود. از سوی دیگر هم‌زمان شدن نمایشگاه با تعطیلات نیمه شعبان و مسافرت رفتن مردم هم باعث شد تا نمایشگاه خلوت‌تر شود. نوسانات بازار ارز و مشکلات اقتصادی کشور هم مزید بر علت شده تا شاهد نمایشگاه چندان پررونقی نباشیم.

۳. بازار را نمی‌توان با شعار و حرف تکان داد. باید برای این موارد طرح و برنامه داشته باشیم و سیاست‌گذاری کلان اقتصادی توسط کارشناسان و صاحب‌نظران تدوین و اجرا شود تا شرایط بهبود یابد. در حال حاضر بسیاری از کارخانه‌ها و کارگاه‌های بزرگ در حال تعدیل نیرو هستند و با کمترین ظرفیت کار می‌کنند.



علیرضا فرزانه | پاپاوین (آرین وین)

۱. شرکت آرین وین نماینده انحصاری پروفیل یو.پی.وی.سی پاپاوین در استان آذربایجان شرقی است.

۲. نمایشگاه امسال تبریز که اولین تجربه حضور شرکت آرین وین و آقای محمدزاده به عنوان نماینده پاپاوین است برای ما تجربه خوبی بود و از این حضور راضی هستیم.

۳. نام‌گذاری امسال به نام حمایت از کالای ایرانی که از منویات رهبری است اقدام بسیار مثبتی است. پروفیل پاپاوین هم بر همین اساس تولید و بهره‌برداری آن از سال گذشته در استان البرز و در شرکت کاروانسرای نازنین شروع شده و امیدواریم که با حمایت همه مردم کشور از کالای ایرانی، اقتصاد و صنعت ما موفق باشد.





هادی محمدصادقی | دروین

۱. شرکت دروین در زمینه تهیه و توزیع یراق آلات در و پنجره دوجداره در تبریز فعالیت می‌کند. دروین که نماینده انحصاری پروفیل سی‌وان و سی‌فور را در منطقه شمال غرب کشور نیز در اختیار دارد ۸ دوره حضور در نمایشگاه تبریز را در کارنامه دارد.

۲. میزان بازدید و استقبال مردمی از نمایشگاه امسال نسبتاً خوب و قابل قبول بود ولی مشکل همیشگی نمایشگاه‌های تبریز بحث تبلیغات و اطلاع‌رسانی است که متأسفانه این مسئله چندان جدی گرفته نمی‌شود. متأسفانه سال به سال رقابت ضعیف‌تر می‌شود و دیگر انگیزه‌ای برای رقابت میان همکاران وجود ندارد.

۳. حمایت از کالای ایرانی صد درصد مفید و لازم است و این مسئله به‌ویژه به پروفیل‌های ایرانی کمک زیادی خواهد کرد. ما هم از این موضوع استقبال کردیم و همان‌طور که می‌بینید شعار امسال غرفه ما هم حمایت از کالای ایرانی است چون با این کار به بنیان اقتصاد و صنعت کشور کمک می‌شود و در نهایت کارگر ایرانی از آن سود می‌برد.



لقمان درویشی | کایکو

۱. نمایندگی پروفیل در و پنجره یو.پی.وی.سی کایکو در استان آذربایجان شرقی است. کایکو که از جمله اولین پروفیل‌های نانو یو.پی.وی.سی در کشور است برای اولین بار در نمایشگاه تبریز حضور پیدا کرده است.

۲. خدمات نمایشگاه نسبتاً خوب بود ولی میزان تبلیغات و اطلاع‌رسانی نمایشگاه در سطح شهر ضعیف بود. بسیاری از همکاران از طریق شرکت‌هایی که در نمایشگاه مشارکت کرده‌اند از زمان نمایشگاه مطلع شده‌اند.

۳. بسیاری از شرکت‌های تولیدی مواد اولیه‌شان را از خارج وارد می‌کنند باید حمایت ویژه‌ای از این شرکت‌ها انجام شود تا بتوانند محصولاتشان را به خارج صادر کنند و با این کار برای اقتصاد کشور مفید باشند و ارزآوری صورت بگیرد. برخی کشورهای همسایه به شرکت‌هایی که بتوانند صادرات داشته باشند علاوه بر معافیت‌های مالیاتی و ... جوایز ویژه‌ای هم اختصاص می‌دهند تا تشویق شوند ولی متأسفانه در کشور ما تنها حمایتی از تولیدکننده صورت نمی‌گیرد در برخی موارد سنگ‌اندازی و سختگیری هم می‌کنند.



محمود فریدی | بن افراز

۱. گروه صنعتی بن افراز در زمینه تولید در و پنجره یو.پی.وی.سی و ترمال بریک فعالیت می‌کند. بن افراز چهارمین دوره حضور در نمایشگاه ساختمان تبریز را تجربه می‌کند.

۲. نمره نمایشگاه پایین‌تر از متوسط بود. مهم‌ترین ایراد نمایشگاه بحث تبلیغات و اطلاع‌رسانی است که متأسفانه در این زمینه خیلی ضعیف عمل کردند به‌گونه‌ای که حتی بسیاری از همکاران و فعالان صنعت ساختمان از برگزاری نمایشگاه مطلع نبودند. البته بحث رکود بازار و شرایط آب‌وهوا و بارندگی در عدم اقبال نمایشگاه بی‌تأثیر نبود ولی می‌توانستند با تمهیداتی به‌ویژه در زمینه تبلیغات و اطلاع‌رسانی این نقیصه را رفع کنند.

۳. نام‌گذاری سال به‌تنهایی نمی‌تواند تأثیر آن‌چنانی داشته باشد و برای چنین حرکتی باید زیرساخت‌ها فراهم باشد تا شاهد یک حرکت تأثیرگذار باشیم. به‌عنوان مثال تا بخش ساخت‌وساز در کشور فعال نشود نمی‌توان انتظار داشت صنعت در و پنجره رونق پیدا کند.





نیما بهمنش | به‌بقا

۱. گروه صنعتی به‌بقا در زمینه تولید در و پنجره دوجداره یو.پی.وی.سی و آلومینیوم فعالیت می‌کند. محصول جدید به‌بقا در نمایشگاه امسال پنجره‌های آکاردئونی ترمال بریک و دکوراتیو شیشه است.

۲. نمایشگاه امسال نسبت به سال‌های گذشته تا حدودی بهتر بود چون در زمینه تبلیغات و اطلاع‌رسانی نسبتاً خوب عمل کردند و با ارسال پیامک و نصب بیلبورد تلاش کردند افراد بیشتری از برگزاری نمایشگاه مطلع شوند. تبلیغات مناسب و قوی کمک می‌کند تا میزان بازدید از نمایشگاه افزایش یابد و هر چه میزان استقبال از نمایشگاه بیشتر شود مسلماً اثرگذاری نمایشگاه هم بیشتر می‌شود.

۳. واقعیت این است که ما صنعتگران و فعالان عرصه صنعت کشور هیچ تفاوتی در رویکردها و برنامه‌های دولت احساس نمی‌کنیم و مثلاً در همین سالی که به نام حمایت از کالای ایرانی است می‌بینیم که عملاً حمایت خاصی از محصولات و کالاهای ایرانی صورت نمی‌گیرد.



مهدی عبدی | تور آذران

۱. گروه صنعتی تور آذران در زمینه تولید انواع توری ثابت، رولینگ و پلیسه و دکوراتیو شیشه در تبریز فعالیت می‌کند. تور آذران که ۵ دوره در نمایشگاه تبریز حضور داشته، در نمایشگاه امسال

پروفل پلیسه تک فریم آلپلاست را به‌عنوان محصول جدید رونمایی کرد.

۲. نحوه برگزاری نمایشگاه امسال نسبتاً خوب بود. البته میزان استقبال از نمایشگاه سال به سال ضعیف‌تر می‌شود و شرکت‌های بزرگ تمایلی به حضور و مشارکت در نمایشگاه ندارند. میزان استقبال و بازدید مردمی از نمایشگاه چندان قابل قبول نبود ولی حضور همکاران و صنعتگران در غرفه ما خوب بود.

۳. این نام‌گذاری زمانی تأثیرگذار است که دولت به‌صورت عملی از ما و همه صنعتگران حمایت کند و در برنامه‌های کلان اقتصادی به تولیدکنندگان داخلی توجه بیشتری نشان دهد در غیر این صورت، به‌صرف نام‌گذاری یک سال اتفاق خاصی برای تولید داخلی نمی‌افتد.



عبدالله‌زاده | آلوم جام

۱. شرکت آلوم جام در زمینه تولید در و پنجره یو.پی.وی.سی و نمای آلومینیوم در منطقه آزاد ماکو فعالیت می‌کند. آلوم جام که ششمین دوره حضور در نمایشگاه تبریز را تجربه می‌کند در نمایشگاه امسال

دستگاه‌های ایلماز که نمایندگی آن را در اختیار دارد ارائه کرده است.

۲. نمایشگاه امسال نسبت به سال‌های قبل بهتر بود و بازدیدکنندگان با توجه به سیستم‌های جدید و ماشین‌آلات مدرنی که در غرفه ما ارائه شده بود استقبال خوبی داشتند.

۳. نام‌گذاری سال به نام حمایت از کالای ایرانی خیلی مفید است و باید مردم ایران به فکر صنعت و تولید داخلی باشند. حتی یک کارگاه کوچک که فعال باشد حداقل ۳-۴ نفر در آن مشغول به کار می‌شوند و کارگر ایرانی بیکار نمی‌ماند.





مجید اطهری | آتاتک

۱. شرکت آتاتک در زمینه تولید پروفیل و یراق آلات در و پنجره یو.پی.وی.سی فعالیت می‌کند. آتاتک توسط نماینده‌اش در استان آذربایجان شرقی در این نمایشگاه حضور پیدا کرده است.

۲. نمایشگاه تبریز هم‌سطح نمایشگاه تهران بود و برای ما بازخورد خوبی داشت. میزان استقبال از نمایشگاه باوجود بارندگی و تعطیلی قابل قبول بود و غرفه ما با انبوهی از مراجعه‌کنندگانی مواجه بود که از نقاط مختلف برای بازدید از نمایشگاه آمده بودند. تبریز مهد صنعت یو.پی.وی.سی است به همین خاطر ما از نمایشگاه‌های تبریز استقبال می‌کنیم. ۳. اگر نام‌گذاری به‌صورت عملی حمایت شود خیلی خوب است. چرا باید پروفیل یو.پی.وی.سی از خارج کشور وارد شود و در گمرک تعرفه بخورد، دلال سودش را بکشد روی قیمت و آخرسر بشود هم‌قیمت پروفیل داخلی که با این شرایط تولید می‌شود. چرا باید با واردات کالای خارجی به صنعت و اقتصاد کشورهای دیگر کمک کنیم و کارگر ایرانی که در سخت‌ترین شرایط زندگی می‌کند از کار بی‌کار شود؟! از سوی دیگر پروفیل یو.پی.وی.سی که در داخل تولید می‌شود چون با شرایط آب و هوایی و اقلیمی ایران سازگارتر است از نمونه خارجی آن بسیار باکیفیت‌تر و به‌صرفه‌تر است.

