

گزارش اختصاصی پنجره ایرانیان  
از هفتمین نمایشگاه  
در و پنجره و صنایع وابسته مشهد؛

Mashad International  
Expo Exhibition  
Company ufi  
Member

## سوسوی کهر مق خورشید پاییزی صنعت خراسان

### اشاره

هفتمین دوره نمایشگاه تخصصی در و پنجره، ماشین‌آلات و صنایع وابسته مشهد از ۱۸ تا ۲۱ آبان ماه ۹۵ در محل دائمی نمایشگاه‌های شهر مشهد برگزار شد. این نمایشگاه که در تقویم نمایشگاهی مشهد با سه نمایشگاه با عناوین: سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی مسکن، انبوه‌سازان و فرصت‌های سرمایه‌گذاری؛ ششمین نمایشگاه بین‌المللی صنعتی سازی و فناوری‌های نوین صنعت ساختمان و بیستمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت ساختمان و تاسیسات با گرایش برج‌ها و ساختمان‌های مرتفع همراه بود، عملاً در یک سالن از مجموعه سالن‌های محل دائمی نمایشگاه‌های مشهد برگزار شد. هرچند رکود حاکم بر بازار ساختمان بر همگان روشن است اما زیننده کلان‌شهر مشهد و صنعت آن نیست که چند عنوان نمایشگاهی که همگی پسوند بین‌المللی را نیز با خود به همراه دارند، به این شکل اجرا شوند. خلاصه کردن چند عنوان نمایشگاهی مهم در یک نمایشگاه و یک سالن و عدم حضور بسیاری از شرکت‌های معتبر این صنایع، ضایعه و خسران بزرگی بود که مطمئناً اثرات نامطلوبی بر تاریخچه برگزاری این گونه نمایشگاه‌ها در شهر مشهد خواهد گذاشت. چنین اتفاقاتی باعث می‌شود تلاشی که در سطح ملی برای ترویج تولید ملی و اقتصاد مقاومتی در حال شکل‌گیری است با مشکل مواجه شود و دلسردی و ناامیدی مردم و فعالان صنعت را به همراه خواهد داشت. بی‌شک مجریان نمایشگاه و مسئولان مربوطه در استان خراسان تلاششان را برای هرچه بهتر برگزاری این نمایشگاه‌ها انجام داده‌اند اما به نظر می‌رسد برای گرفتن نتیجه بهتر باید از تمامی ظرفیت‌ها و توانمندی‌های صنعت استان استفاده کرد؛ موضوعی که در میان صحبت‌های برخی مدیران صنایع حاضر در نمایشگاه نیز اشاراتی به آن شد و گلایه‌هایی در این زمینه ارائه دادند. انتقاد و گلایه‌های همیشگی عنوان شده از سوی مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه مشهد نیز به خوبی گویای ابعاد و زوایایی اتفاقات این نمایشگاه بود. بزرگ‌ترین ضعف و کاستی همیشگی نمایشگاه‌ها در تمام نقاط کشور موضوع تبلیغات و اطلاع‌رسانی است که متأسفانه در این نمایشگاه نیز چنین نارسایی کاملاً مشهود بود. بدیهی است نمایشگاه، بدون حضور بازدیدکننده مفهومی ندارد و هرچه میزان استقبال و حضور مردمی بیشتر باشد بازدید نمایشگاه نیز بیشتر می‌شود. هیچ نمایشگاهی بدون استفاده از ابزار تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی حرفه‌ای نمی‌تواند مخاطبان انبوه خود را پوشش دهد. آیا استفاده از چند بنر و بیلبورد در یک شهر دومیونی می‌تواند جوابگو باشد؟ پخش چند تیزر کوتاه تلویزیونی از شبکه‌های استانی یا چاپ آگهی در چند نشریه محلی چه میزان در اطلاع‌رسانی یک نمایشگاه و جذب بازدیدکننده می‌تواند تاثیرگذار باشد؟ بی‌شک مجریان چنین نمایشگاه‌هایی با اندکی مدیریت می‌توانند از چنین امکاناتی در هرچه پر بارتر شدن نمایشگاهشان نهایت استفاده را ببرند. هرچند مسائلی از این دست در بسیاری از نمایشگاه‌ها اتفاقی تکراری است که مشارکت‌کنندگان از آن شکایت دارند و بارها آنها را به مسئولان و مجریان گوشزد می‌کنند اما متأسفانه به دلایلی که ما از آن بی‌اطلاع هستیم، بارها و بارها در نمایشگاه‌های مختلف باز شاهد همان موارد هستیم و انگار قرار نیست تغییری حاصل شود.

نشریه پنجره ضمن حضور در اغلب نمایشگاه‌های صنعت ساختمان و در و پنجره وظیفه خود می‌داند در انتقال گلایه‌ها و انتقادات دلسوزانه اهالی این صنعت چون امانت‌داری امین و محرم عمل کند و با انجام گفتگو با این عزیزان و باز نشر مطالب آنان قدمی هرچند کوچک در راه بهتر شدن شرایط و بهبود اوضاع بردارد. گروه خبری پنجره ایرانیان مانند همه نمایشگاه‌های در و پنجره و ساختمان کشور علاوه بر برپایی غرفه مطبوعاتی در این نمایشگاه، به سراغ غرفه‌های مربوط به صنعت در و پنجره رفت و با این عزیزان پیرامون نحوه برگزاری و حضورشان در نمایشگاه گفتگوهایی انجام داد. چهار سوال مشترک از مشارکت‌کنندگان در هفتمین نمایشگاه در و پنجره و صنایع وابسته مشهد پرسیده شد که در ادامه، پاسخ این عزیزان را با هم می‌خوانیم.

۱. لطفاً شرکت و مجموعه خود را معرفی کنید و بفرمایید آیا محصول جدیدی در نمایشگاه امسال داشتید؟
۲. میزان استقبال مردم و مشارکت‌کنندگان را از نمایشگاه امسال چگونه ارزیابی می‌کنید؟
۳. نظراتان در خصوص نحوه ارائه خدمات مجری برگزاری نمایشگاه چیست؟
۴. با توجه به رکود حاکم بر بازار، پیش‌بینی‌تان از اوضاع و شرایط بازار ساختمان در سال آینده چیست؟



# فربد



کیفیت، غالب است



## جواد سعادت منش | پنجره عایق پردیس

۱. شرکت پنجره عایق پردیس وابسته به «مجتمع صنعتی اسرار پویای شرق» باهدف اشتغال‌زایی و کمک به بهینه‌سازی مصرف سوخت و انرژی در کشور، در زمینی به مساحت ۹ هزار مترمربع و با زیر بنایی معادل ۳ هزار مترمربع، در شهرک صنعتی سبزووار، در سال ۱۳۸۷ به بهره‌برداری رسیده و در زمینه تولید انواع در و پنجره یو.وی.سی، شیشه‌های دوجداره و چند جداره و یراق آلات فعالیت دارد.

۲. میزان استقبال از نمایشگاه چندان راضی‌کننده نبود و همان‌طور که می‌دانید رکود حاکم بر بازار ساختمان همچنان ادامه دارد و از تعداد مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه امسال به‌راحتی این موضوع احساس می‌شود. با این حال، ما در مجموعه پنجره عایق پردیس تمامی تلاشمان را برای ارائه کار باکیفیت و به‌روز انجام می‌دهیم و حضور مفید و مستمر در نمایشگاه‌ها را لازم می‌دانیم.

۳. تبلیغات و اطلاع‌رسانی مهم‌ترین و اصلی‌ترین موضوعی است که در برگزاری باشکوه یک نمایشگاه نقش تعیین‌کننده و اساسی دارد. ولی متأسفانه در نمایشگاه امسال، تبلیغات به شکل بسیار ضعیفی اجرا شد و بنر و بیلبوردهای سطح شهر نیز بسیار محدود و ناچیز بود. استفاده از رسانه‌های جمعی مانند روزنامه‌ها و صداوسیما استان در آگاهی‌رسانی به عموم هم استانی‌ها می‌توانست تأثیر مثبت‌تری داشته باشد. سایر خدمات نمایشگاه نیز در حد متوسط به پایین بود.

۴. وضعیت بازار و صنعت ساختمان واقعا غیرقابل‌پیش‌بینی است و نشانه‌هایی مبنی بر بهبود اوضاع در ماه‌های اخیر مشاهده نشده است اما امیدواریم با تلاش همه فعالان صنعت ساختمان و مسئولان ذی‌ربط تدابیری اندیشیده شود تا شرایط کمی بهتر شود. بیشترین ضرر در شرایط فعلی متوجه تولیدکنندگان است چون هیچ حمایتی از این قشر نمی‌شود. برای ایجاد تغییر در بازار و صنعت ساختمان لازم است که دولت با تزریق نقدینگی و اعطای تسهیلات بانکی به این بخش قدم مفیدی بردارد.



## آرش موسوی نیا | پویان تجارت

۱. شرکت پویان تجارت نمایندگی رسمی پخش پروفیل بوتیا صنعت در سه استان خراسان است. محصول جدید ما در نمایشگاه امسال مدل‌های مختلف پروفیل‌های لمینیت در رنگ‌های متنوع بود و به‌زودی پروفیل‌های یو.وی.سی با کاور آلومینیوم را به مشتریان ارائه می‌دهیم.

۲. با توجه به شرایط بازار و رکودی که وجود دارد میزان استقبال از نمایشگاه قابل‌قبول است و ما نسبتاً راضی بودیم هرچند از نمایشگاه سال قبل ضعیف‌تر بود.

۳. به‌جز بحث تبلیغات که بسیار مهم است و متأسفانه در این نمایشگاه خیلی ضعیف بود سایر موارد نسبتاً خوب بود و راضی هستیم. سال‌های گذشته بنرهای زیادی در سطح شهر نصب می‌شد و مردم چند روز قبل از برگزاری از زمان و مکان نمایشگاه اطلاع پیدا می‌کردند ولی امسال تعداد این بنرها و بیلبوردها خیلی کمتر بود و چندان به چشم نمی‌آمد.

۴. واقعیت این است که کارشناسان خبره اقتصادی هم نمی‌توانند در مورد وضعیت بازار ایران پیش‌بینی درستی داشته باشند و با اطمینان بگویند که مثلاً شش ماه یا یک سال دیگر چه اتفاقی در بازار می‌افتد و به همین دلیل من هم نمی‌توانم نظری در این مورد ارائه بدهم ولی امیدوارم شرایط به سمت بهبود پیش برود. از سوی دیگر اگر تکانی هم در بازار ساختمان اتفاق بیفتد تقریباً یک سال بعد اثراتش به ما و فعالان صنف در و پنجره می‌رسد؛ به همین خاطر حداقل می‌دانیم که تا یک سال آینده همین وضعیت را خواهیم داشت چراکه در سایر بخش‌های ساختمان هم اتفاقی نیفتاده است.







## اسماعیل دوزنده | پارت

۱. گروه تولیدی پارت از سال ۱۳۹۰ در زمینه تولید در و پنجره دوجداره یو.پی.وی.سی و توری و همچنین فروش پروفیل در مشهد فعالیت دارد. گروه تولیدی پارت اولین و بزرگترین تولیدکننده توری جمع شونده در استان خراسان است که تولید در و پنجره را نیز از سال ۹۵ شروع کرده است.

۲. متاسفانه امسال هم تعداد غرفه‌ها و شرکت‌های حاضر در نمایشگاه هم میزان استقبال مردمی نسبت به سال قبل کمتر بود. با این حال ما باز خورد خوبی داشتیم و تعداد مراجعه‌کننده به غرفه ما خوب بود.

۳. میزان رضایتمندی ما از شرکت برگزارکننده نمایشگاه کمتر از ۵۰ درصد است. بیشترین دلیل این عدم رضایتمندی به میزان و نوع تبلیغات و اطلاع‌رسانی نمایشگاه برمی‌گردد که متاسفانه در سطح شهر مشهد و استان خیلی ضعیف بود. حتی بسیاری از دوستان و همکاران ما در این صنعت از زمان و مکان برگزاری نمایشگاه امسال اطلاع نداشتند. در سایر زمینه‌ها نیز عملکرد مجری نمایشگاه متوسط بود.

۴. رکود در اقتصاد و بازار کشور به سیاست‌های دولت مرتبط است و ما نمی‌توانیم پیش‌بینی درستی در این مورد داشته باشیم. شرایط ما و تمامی کسانی که در بخش تولید فعالیت دارند بسیار سخت و طاقت‌فرساست و اگر دولت از تولیدکنندگان حمایت نکند این شرایط رکود همچنان ادامه خواهد داشت و روزه‌روز بدتر نیز خواهد شد. امیدواریم با توجه به توافق هسته‌ای و به نتیجه رسیدن برجام با حمایت و همکاری دولت، شاهد رونق دوباره بخش تولید و بازار گسترده و مهم ساختمان در کشور باشیم.



## مهدی لری | شیشه ایمن انرژی تابان شرق

۱. شرکت شیشه ایمن انرژی تابان شرق در زمینه توزیع و فروش انواع پنجره یو.پی.وی.سی، سی، شیشه دوجداره و آینه در استان خراسان فعالیت دارد. محصول جدید ما در نمایشگاه امسال در کنار در و پنجره‌های دوجداره، آینه‌های پازل است.

۲. امسال دومین دوره است که در نمایشگاه در و پنجره مشهد شرکت کردیم. تا امروز میزان استقبال و حضور مشتریان در غرفه خوب بوده، البته بیشتر مشتریان برای دیدن آینه‌های پازل وارد غرفه ما می‌شدند نه پنجره؛ چون بازار ساختمان دچار رکود است و ساخت و سازی وجود ندارد.

۳. تبلیغات و اطلاع‌رسانی برای نمایشگاه‌ها خیلی مهم است و اگر تبلیغات درستی صورت نگیرد میزان استقبال از نمایشگاه بسیار پایین می‌آید. متاسفانه تبلیغات این نمایشگاه هم خیلی ضعیف بود و یکی از دلایل اصلی میزان استقبال نه‌چندان خوب از این نمایشگاه همین مورد بود. با این شرایط رکود بازار و بیکاری که در جامعه وجود دارد، مسئولان باید به نمایشگاه‌ها و مواردی که به رونق بازار و اشتغال‌زایی جوانان کمک می‌کند اهمیت بیشتری بدهند.

۴. به نظر من تا خردادماه سال آینده وضعیت بازار به همین شکل است و تغییر آن چنانی نخواهد کرد. شاید در پیش بودن انتخابات ریاست جمهوری بتواند باعث یک سری تغییراتی شود که البته با توجه به انتخابات آمریکا و پیروزی ترامپ به این مسئله هم چندان خوش‌بین نیستیم. دولت باید از تولیدکنندگان که در شرایط بسیار سختی قرار دارند حمایت کند، در غیر این صورت وضعیت رکود بازار همچنان ادامه خواهد داشت.







### سعید عطایی | پارس زاماک

۱. شرکت پارس زاماک در زمینه فروش پروفیل و براق آلات در استان خراسان فعالیت دارد. محصول جدید ما در نمایشگاه پروفیل نوایتا بود که به‌عنوان نماینده رسمی فروش آن در استان خراسان این محصول را به مشتریانمان معرفی کردیم.

۲. استقبال از نمایشگاه خیلی بد نبود اما از سال‌های قبل ضعیف‌تر شده است. همان‌طور که می‌بینید کل نمایشگاه در یک سالن برگزار شده است و برخی از غرفه‌ها نیز خالی هستند در صورتی که در سال‌های گذشته، این نمایشگاه در سه یا چهار سالن به‌صورت هم‌زمان برگزار می‌شد و اکثر غرفه‌ها پر بود.

۳. خدمات نمایشگاهی نسبتاً خوب بود ولی تبلیغات سطح شهر و رسانه‌ای برای نمایشگاهی در این سطح خیلی ضعیف بود. استفاده از روزنامه‌های محلی و بیلبوردهای سطح شهر بهترین و ساده‌ترین راه برای تبلیغ و اطلاع‌رسانی نمایشگاه است که مجری نمایشگاه باید به این مسئله توجه بیشتری می‌کرد. صداوسیما ملی و تلویزیون، محل مناسبی برای چنین تبلیغاتی نیست چون مردم و فعالان این صنعت فرصت تماشای تلویزیون را ندارند!

۴. بازار ساختمان نسبت به چند ماه قبل کمی تکان خورده است و نشانه‌هایی از شروع تغییر در آن مشاهده می‌شود ولی رکود وقتی از بین می‌رود که ما تورم مناسب و کنترل‌شده‌ای در بازار و اقتصادمان داشته باشیم. در حال حاضر چون تورم کم است وضعیت بازار و تولید دچار رکود شده است باید یک تورم و رشد قیمتی در بازار اتفاق بیفتد تا شاهد رونق فضای کسب‌وکار باشیم. راه دیگر از بین بردن رکود بازار، شروع به کار پروژه‌های دولتی است. دولت باید با تزریق نقدینگی که مساوی با ایجاد تورم است یک تکانی در بازار ایجاد کند چون بخش خصوصی توانایی ایجاد چنین تکان و حرکتی را ندارد.



### فرخ ظفرفرخی | گروتیمان

۱. شرکت پنجم پانچره آسمان (مجموعه گروتیمان) در زمینه تولید پروفیل آلومینیوم در و پنچره دوجداره فعالیت دارد و پروفیل گروتیمان و محصولات شرکت آساش را به‌عنوان محصول جدید خود در نمایشگاه در و پنچره مشهد رونمایی کرد.

۲. نمایشگاه امسال مشهد نمایشگاه ضعیفی است که یک دلیل آن رکود حاکم بر بازار است و دلیل دیگر آن ضعف مجری برگزارکننده و عملکرد نمایشگاهی است. البته ما برای رونمایی و معرفی محصولاتمان حضور پیدا کردیم و قصد فروش محصول نداشتیم که تا حدودی توانستیم به خواسته‌هایمان دست پیدا کنیم اما کسانی که برای فروش و فعالیت‌های تجاری در نمایشگاه حضور پیدا کردند مطمئناً به اهدافشان نرسیدند.

۳. در بخش تبلیغات که مهم‌ترین مسئله در نمایشگاه است چون در سطح شهر حضور نداشتیم و از نحوه و میزان تبلیغات محیطی نمایشگاه اطلاعی ندارم نمی‌توانم نظری بدهم. ولی در مورد سایر موارد و خدماتی که باید ارائه می‌دادند نسبتاً خوب عمل کرده‌اند و ما مشکل خاصی نداشتیم. باید تعداد نمایشگاه‌های تخصصی کمتر و کیفیت آنها بیشتر شود. امسال دو نمایشگاه در و پنچره در مشهد برگزار شد که به‌اندازه یک نمایشگاه متوسط بازخورد و نتیجه نداشت. نمایشگاه تخصصی صنعت محل ارائه جدیدترین دستاوردها و فناوری‌ها است؛ کدام صنعت ما در طی شش ماه یا حتی یک سال دستاورد جدید و آن‌چنانی دارد که نیاز به نمایشگاه داشته باشد؟ در این شرایط حتی اگر نمایشگاه به شکل دوسالانه برگزار شود ولی کیفیت و راندمان خوبی داشته باشد خیلی بهتر است و هم مردم و هم شرکت‌ها استقبال بیشتری می‌کنند.

۴. چون سال آینده انتخابات را در پیش‌رو داریم و تا تعیین تکلیف رئیس‌جمهور نمی‌توان انتظار تغییر و تحول مثبت و آن‌چنانی داشت. در مجموع شرایط کلی بازار در حد میانه است و نه رکود بسیار شدید و غیرقابل تحمل است و نه رونق آن‌چنانی. احتمالاً سال آینده هم به همین منوال با یک شیب مثبت‌تر ادامه خواهد داشت.







## محمد حاجی زاده | نگین فرم خاوران

۱. شرکت نگین فرم خاوران از سال ۹۰ در زمینه تولید در و پنجره دوجداره یوپی.وی.سی در استان خراسان جنوبی فعالیت دارد. کارخانه نگین فرم خاوران در زمینی به مساحت ۳۰۰۰ مترمربع با سه خط تولید پروفیل، شیشه و توری در شهر بیرجند واقع است. واحد مشهد این شرکت نیز از سال ۹۴ در حال ارائه خدمات به مشتریان است. در نمایشگاه امسال محصول جدیدی نداشتیم اما خدماتی مانند حمل و نصب رایگان ویژه بازدیدکنندگان نمایشگاه را ارائه دادیم.

۲. سال گذشته علاوه بر سالن فعلی دو سالن عطار و مولوی نیز به نمایشگاه در و پنجره اختصاص داشت و میزان استقبال از نمایشگاه بسیار بیشتر بود. این در حالی است که نمایشگاه امسال اختصاصا در و پنجره نیست و تعداد محدودی شرکت در و پنجره در غرفه‌ها حضور دارند و بقیه غرفه‌ها متعلق به سایر صنفاها است. اگر وضعیت به همین شکل پیش برود ما و بسیاری از شرکت‌های دیگر هم در نمایشگاه‌های بعدی شرکت نمی‌کنیم.

۳. گرفتن مبلغ ورودی از بازدیدکنندگان از جمله مواردی است که ما نسبت به آن معترض هستیم چراکه برگزارکننده از قبیل از مشارکت‌کنندگان پول گرفته‌اند و دیگر گرفتن پول برای ورودی پذیرفتنی نیست. این کار در ابتدای ورود باعث وارد کردن یک انرژی منفی به بازدیدکننده می‌شود و آن شخص با خودش فکر می‌کند که برای ورود این مقدار (که البته مبلغ زیادی نیست) پول گرفتند وای به حال این که بخواهیم خرید کنیم!

۴. با توجه به کم کردن میزان سود بانکی خوشبختانه شاهد تغییرات هرچند جزئی اما مثبتی در بازار و بخش تولید بودیم. امیدواریم دولت و سازمان‌هایی که در مسیر تولید از تولیدکنندگان هزینه‌هایی دریافت می‌کنند با کم کردن این هزینه‌ها به رونق فضای کسب و کار کمک کنند.



## امیر حسین جهانشیری | پاسارگاد

۱. شرکت پاسارگاد تولیدکننده در و پنجره یوپی.وی.سی. نماینده پخش و فروش پروفیل آتاک در استان خراسان است. محصول جدید ما در نمایشگاه امسال، پروفیل پنج حفره سری ۶۰ آتاک بود که جدیدترین محصول صنعت یوپی.وی.سی در کشور است.

۲. متأسفانه نمایشگاه در و پنجره امسال مشهد ما را هم دچار سردرگمی کرد که این نمایشگاه در و پنجره است یا سرمایش گرمایش و شیرآلات و وسایل آشپزخانه و حمام و ... چون همه بخش‌های صنعت ساختمان در کنار ۴.۵ تا شرکت در و پنجره‌ای حضور داشتند! در هفتمین نمایشگاه تخصصی و بین‌المللی در و پنجره یک عدد دستگاه تولید در و پنجره وجود ندارد!

۳. تبلیغات و اطلاع‌رسانی نمایشگاه خیلی ضعیف بود. حتی چند عدد بنر و بیلبوردی که سال‌های گذشته در سطح شهر نصب می‌شد در این دوره وجود نداشت و ما که در نمایشگاه شرکت کرده‌ایم و می‌دانستیم هم هرچه گشتیم چیزی در سطح شهر ندیدیم چطور می‌توانیم انتظار داشته باشیم مردم عادی توجه کنند و ببینند.

۴. پیش‌بینی کردن این که چه زمانی رکود تمام می‌شود واقعا کار مشکلی است و با این وضعیتی که وجود دارد بعید می‌دانم به این زودی وضعیت بازار تغییر آن‌چنانی بکند. البته تغییر در شرایط بازار در مرحله اول به عملکرد خودمان ربط دارد. وقتی پروفیل ترک با کیفیت ضعیف‌تر و قیمت بالاتر از محصول داخلی به راحتی در بازار وارد می‌شود و مردم هم بیشتر استقبال می‌کنند چه انتظاری داریم که تولید داخلی بتواند با این شرایط بازار رقابت کند و خودش را حفظ کند. مدیریت بحث تعرفه‌های گمرکی و واردات این محصولات نیز در این میان مهم است که همه باهم باید کمک کنیم تا شرایط بازار به وضعیت رونق بازگردد.

