



در گفتگوی اختصاصی خبرنگار پنجره ایرانیان با مدیر بازرگانی دکتر وین مطرح شد

## آسیای میانه؛ در انتظار تولیدکنندگان ایرانی

از زمان فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و ظهور جمهوری‌های تازه تاسیس، این کشورها همواره ظرفیت بالایی برای فعالیت شرکت‌های خارجی داشته‌اند. در این میان، همسایگی ایران با این منطقه، به‌ویژه کشورهای آسیای میانه، مزیت بسیار بالایی را برای کالاهای ایرانی جهت حضور در این بازارها فراهم آورده است. با این حال، در طول این سال‌ها و به دلایل گوناگون، توان تولیدی و تجاری کشورمان، هرگز نتوانسته است از همه این ظرفیت‌ها بهره بگیرد؛ تا جایی که عموماً بازار این کشورها را در حوزه‌های مختلف، به کشورهای دیگر واگذار کرده‌ایم. صنعت نسبتاً نوپای پروفیل، نیز در کنار دیگر بخش‌های توانمند صنعتی کشور، قابلیت حضوری مقتدر در این بازارها را دارد. نمی‌توان تردید داشت که در کنار کمیت پروفیل‌های ایرانی، کیفیت آنها نیز در این سال‌ها به شدت ارتقاء یافته است و امروز از توان رقابتی بسیار بالایی در مقابل انواع مشابه خارجی برخوردار می‌باشند. فارغ از آنچه در سطح کلان سیاستگذاری اقتصادی و صادراتی کشور می‌گذرد، فعالان این حوزه باید با کسب خودآگاهی از توانمندی‌های خود، برنامه‌هایی را برای فرارفتن از مرزها در دستور کار قرار دهند. بدون تردید کشورهای آسیای میانه و نیز، همسایگانی مانند افغانستان و عراق بهترین نقطه برای آغاز این تلاش‌ها هستند؛ زیرا نزدیکی مسافت و همچنین اشتراکات فرهنگی و بعضاً زبانی، هموارکننده بسیاری از موانع تجاری و بازاریابی خواهد بود. پروفیل دکتروین، یکی از برندهای نام‌آشنای کشورمان به‌عنوان یکی از خط‌شکنان این جبهه، و در تلاش برای گسترش بازار خود و از همه مهم‌تر افزودن بر سهم تجاری ایران در بازارهای بین‌المللی، برنامه‌ریزی‌های فراگیری را برای حضوری فعال در بازار کشورهای منطقه انجام داده است. از این جهت و نیز به بهانه حضور این شرکت در نمایشگاه قزاقستان، به‌عنوان تنها نماینده صنعت در و پنجره ایران، پنجره ایرانیان گفتگویی با مهندس محمدحسین حقانی، مدیر بازرگانی این شرکت، ترتیب داد. آنچه در ادامه می‌آید گوشه‌ای است از فعالیت‌های این شرکت در زمینه صادرات، از زبان مهندس حقانی:

اشاره:

بازار آسیای میانه به شرط حمایت‌های دولتی برای تجار و تولیدکنندگان ایرانی می‌تواند بازار بسیار خوبی باشد. این کشورها به لحاظ اقتصادی وابستگی کاملی

■ اخیراً اقداماتی جهت صادرات پروفیل دکتروین به آسیای میانه انجام داده‌اید. بازار این کشورها را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

متاسفانه ما که به عنوان تولیدکننده در این حوزه فعالیت داریم، از هیچ حمایت دولتی برخوردار نیستیم و هیچ گونه حمایت و سوبسیدی از دولت دریافت نمی‌کنیم.

**■ لطفا کمی پیرامون نمایشگاه اختصاصی جمهوری اسلامی ایران در قزاقستان، که دکتروین نیز در آن حضور داشت، توضیح دهید. چه شد که تصمیم به حضور در این نمایشگاه گرفتید؟**

این نمایشگاه در بندر آکتائو، بزرگترین بندر قزاقستان برگزار شد. باید بگویم با اینکه این نمایشگاه تخصصی نبود اما شرایط بسیار خوبی بر آن حاکم بود. این نمایشگاه به همت گروه مینا برگزار شد و شرکت‌های بزرگی مانند ایران خودرو نیز در آن حضور داشتند.

شرکت مینا همچنین ۱۰ تابلوی تبلیغاتی نیز در مناطق پرتردد شهر آکتائو نصب کرده بود، که روی این تابلوهای تبلیغاتی، ایران اکسپو ۲۰۱۵ نقش بسته بود. سابقه همکاری ما با این شرکت به نمایشگاه افغانستان بازمی‌گردد که اتفاقاً تجربه‌ای بسیار موفقی بود؛ و این یکی از عواملی بود که ما را به سمت شرکت در این نمایشگاه سوق داد.

البته انگیزه اصلی حضور ما در این نمایشگاه به جلسه‌ای بازمی‌گشت که با جناب آقای افخمی معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت داشتیم و ایشان پیشنهاد حضور در این نمایشگاه را مطرح کردند.

**کیفیت پروفیل‌های ایرانی به مراتب بهتر از پروفیل‌های ترک است. با این حال، شرکت‌های ترک به مدد حمایت‌های دولتی تاکنون توانسته‌اند بر بازار تسلط یابند. متاسفانه ما که به عنوان تولیدکننده در این حوزه فعالیت داریم، از هیچ حمایت دولتی برخوردار نیستیم و هیچ گونه حمایت و سوبسیدی از دولت دریافت نمی‌کنیم.**

**■ آیا سطح برگزاری این نمایشگاه مطلوب بود؟**

بنده شخصا پی‌گیر نمایشگاه‌های خارج از کشور هستیم، اما این نمایشگاه به عنوان نخستین نمایشگاه ایرانی که در کشور قزاقستان برگزار می‌شد، بسیار حائز اهمیت بود. ما هیچ گونه از مشکلاتی را که همواره در هر نمایشگاهی با آن روبرو هستیم در این نمایشگاه ندیدیم.

در اینجا باید از مدیریت آن جناب آقای صدرزاده تشکر کنم.

**■ در کل بازار قزاقستان را برای تولیدکنندگان ایرانی چگونه یافتید؟**

روز نخست نمایشگاه، استاندار آکتائو با حضور در میان فعالان نمایشگاه، نکته‌ای را بیان کرد که موجب تعجب همگان شد: اعلام درخواست ۱۵۰ تاجر ایرانی برای فعالیت اقتصادی در بندر آکتائو.

البته حضور در هر بازاری باید بر اساس تقاضاهای موجود باشد. هدف ما نیز از شرکت در این نمایشگاه تثبیت بیش از پیش دکتروین در این کشور بود. نکته جالب اینکه، در قزاقستان حتی آب معدنی نیز از ترکیه وارد می‌شود، که این نشان‌دهنده حجم مطالبات گسترده و متنوع بازار این کشور در زمینه واردات و تسلط کالاهای خارجی، و متاسفانه، بیانگر تسلط ترکیه بر این بازار است.

این در حالی است که با عرض تاسف باید بگویم هیچ شرکت تولیدکننده پروفیل دیگری در نمایشگاه شرکت نکرده بود. در کنار نمایندگان بخش‌های دیگر ساختمانی، از بخش پنجره فقط دکتروین حضور داشت. ما در شرکت کاروانسرای نازنین علاقه داریم، که این گونه بازارها در تسخیر تولیدکننده‌های ایرانی قرار بگیرد.

به کشور روسیه دارند، همچنین از این نظر که بعد مسافتی این کشورها نسبت به یکدیگر چندان زیاد نیست، بازار آنها از ارزش ویژه‌ای برخوردار است. همانطور که می‌دانید حمل و نقل یکی از مهمترین عوامل در بحث صادرات به‌شمار می‌آید، زیرا این عامل تاثیر بالایی در قیمت تمام شده کالاهای وارداتی دارد. در این میان بعضی از تولیدکنندگان منطقه‌ای با کیفیت پایین محصولات خود و نیز پایین آوردن قیمت، در این بازار وارد شده‌اند. اما دکتروین فارغ از همه این مسائل و بدون توجه به رقاباتی چون ترکیه، هدف و چشم‌انداز خود را در زمینه صادرات بر کشورهای آسیای میانه متمرکز کرده است.

**■ معیار انتخاب شما برای این کشورها چه بوده است؟**

همانطور که پیش‌تر اشاره کردیم، در بحث صادرات، حمل و نقل مقوله بسیار مهمی است؛ به همین منظور دکتروین صادرات را از کشور همسایه افغانستان آغاز کرده است.

همزبانی و اشتراکات فرهنگی نیز بسیار حائز اهمیت می‌باشد. از معیارهای دیگر انتخاب مقصد صادرات پروفیل، رونق بازار هدف بوده است. به‌طور کلی کشورهای آسیای میانه و افغانستان از بازارهای بسیار پرونقی برخوردار هستند. من به عنوان یک فعال صنعتی، به کلیه همکاران پیشنهاد می‌کنم که به بازار این کشورها وارد شوند و برنامه‌ریزی خاصی در این زمینه انجام دهند.

**■ شما در این بازارها با چه کشورهایی رقابت دارید؟**

نخستین رقیب ما کشور همسایه، ترکیه است. البته این کشور به دلیل دسترسی بیشتر و بهتر به تکنولوژی، به‌نوعی تلاش دارد هدایت و رهبری این صنعت را در منطقه به دست بگیرد. تولیدکنندگان این کشور با برخورداری از برخی تکنولوژی‌های جدید و بعضی از ترندها توانسته‌اند قیمت تمام شده کالاهای خود را کاهش دهند، البته این کاهش قیمت بعضا با افت شدید کیفیت نیز همراه بوده است.

در کشورهای آسیای میانه و نیز افغانستان، همانند کشور خودمان، مردم به دنبال جنس ارزان قیمت می‌باشند و قیمت تمام شده کالا از هرچیز دیگری برای آنها مهمتر است.

**■ آیا در این کشورها، شرکت‌های تولیدکننده پروفیل نیز فعال هستند؟**

در کشورهای آسیای میانه به خصوص قزاقستان هیچ شرکت تولیدکننده پروفیلی وجود ندارد. در این میان تنها یک شرکت هست که البته سرمایه‌گذار آن نیز یک شرکت ترک می‌باشد. تنها رقیب ما در این عرصه شرکت‌های ترک می‌باشند. ما به تنهایی و با تکیه بر توان خود توانسته‌ایم به اهداف خود برسیم.

در این میان ممکن است، به شکل موردی و پروژه‌های شرکت‌های دیگری نیز از ایران حضور پیدا کنند، اما شرکتی که در بازار رقابت حضور فعال داشته باشد، روی مسائل مختلف این بازار کار کرده باشد و با چالش‌های بازار آشنا باشد بسیار نادر است.

با وجود رقابتی بودن بازار، ما برای رقابت با شرکت‌های کشورهای رقیب طرح‌هایی در دست داریم که زیر نظر بخش تحقیق و توسعه دکتروین مشغول بررسی است. لازم است عنوان کنم که به محض اجرایی شدن این طرح حضور ما فعال تر خواهد بود.

**■ برای حفظ بازار موجود و تصاحب سهم بیشتری از بازار این کشورها، چه برنامه‌ای در دست اجرا دارید؟**

ما برای این بازار برنامه‌های بسیاری داریم. البته این برنامه‌ها در دو پتل کوتاه‌مدت و بلندمدت اجرا خواهند شد. در پتل کوتاه‌مدت، بر شناخت محصول و معرفی و تثبیت برند دکتروین متمرکز خواهیم بود. به‌گونه‌ای که هرگاه نام دکتروین برده شود، یادآور نام ایران باشد، و نام ایران نیز دکتروین را برای آنها تداعی کند. دکتروین در برنامه‌های ۵ ساله خود، با بهره گرفتن از امتیازات همزبانی و اشتراکات فرهنگی در پی حضوری فعال‌تر در این کشورها خواهد بود.

**■ چه عاملی ممکن است پروفیل‌های ترک را به پروفیل‌های ایرانی چیره کند؟**

کیفیت پروفیل‌های ایرانی به مراتب بهتر از پروفیل‌های ترک است. با این حال، شرکت‌های ترک به مدد حمایت‌های دولتی تاکنون توانسته‌اند بر بازار تسلط یابند.