

در گفتگوی اختصاصی پنجره ایرانیان با شرکت کنندگان در هفتمین نمایشگاه در و پنجره تبریز عنوان شد:

سالن شهریار در آرامش کامل!

انتشار در:

سالن شهریار شهر تبریز میزبان هفتمین نمایشگاه بین‌المللی در و پنجره، ماشین‌آلات و تجهیزات وابسته این شهر از تاریخ ۲۷ تا ۳۰ مرداد ۹۴ بود. برگزاری این نمایشگاه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تبریز، هم‌زمان بود با برپایی اولین نمایشگاه بین‌المللی سازه‌ها، نماها و معماری ساختمان. در این دوره ۵۰ واحد تولیدی خدماتی و بازرگانی از استان‌های تهران، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اردبیل، فارس، البرز و نمایندگی‌هایی از کشورهای ترکیه، چین و آلمان تولیدات خود را در زمینه انواع پروفیل، یراق‌آلات، سیستم‌های هوشمند، ماشین‌آلات ساخت و تولید در و پنجره و نما، نماهای چوبی، فلزی، سنگی، آجری و غیره به نمایش گذاشتند.

پنجره ایرانیان نیز مانند همیشه حضوری پررنگ در این نمایشگاه داشت و تلاش کرد تا در حد توان این رویداد تخصصی را بازتاب دهد. اما از آنجا که پنجره ایرانیان همواره اعلام کرده که تربیون فعالان صنعت در و پنجره کشور است و از آنجا که یکی از وظایف اصلی خود را انعکاس دغدغه‌های این عزیزان می‌داند، ذکر چند نکته از نمایشگاه که بیش از همه در سخنان غرفه‌داران به گوش می‌خورد، در اینجا لازم می‌نماید. البته باید توجه داشت که هدف از طرح هر گونه انتقاد، تنها اصلاح و بهبود شرایط پیش رو می‌باشد؛ و بر اساس این رویکرد جا دارد به نحوه برگزاری نمایشگاه‌هایی از این دست، که جزو رویدادهای مهم این صنعت به شمار می‌آیند، نگاهی دقیق‌تر انداخته و بکوشیم تحلیلی انتقادی ارائه دهیم.

نمایشگاه این دوره نیز مانند همیشه با نقاط ضعف و قوت چندی همراه بود و نظرات متفاوتی را برانگیخت. اما دو نکته پیش از همه توجه‌ها را به خود جلب می‌کرد. نخست تاریخ برگزاری این نمایشگاه بود. نمایشگاه تبریز دقیقاً یک هفته پس از نمایشگاه صنعت ساختمان تهران و یک هفته پیش از نمایشگاه در و پنجره اصفهان برگزار می‌شد. البته از سازوکار انتخاب تاریخ این نمایشگاه اطلاع چندانی نداریم؛ اما آنچه مشخص است چنین زمانی برای برپایی چنین نمایشگاهی هرگز مناسب نبود. بدون تردید فرصت مهیا شدن برای شرکت در این نمایشگاه بسیار اندک بود. در واقع انتخاب چنین تاریخی، مشکلاتی را برای شرکت‌های علاقمند به حضور در این نمایشگاه به‌وجود آورد. همچنان که شاهد حضور کم‌شمار شرکت‌ها در این نمایشگاه بودیم. حتی برخی از بزرگترین تولیدکنندگان شهر تبریز نیز در این نمایشگاه شرکت نکرده بودند. البته مقصود آن نیست که تاریخ برگزاری نمایشگاه عامل اصلی کم‌شمار بودن شرکت‌کنندگان آن بوده، اما به‌هرحال یک از عوامل تأثیرگذار بوده است. از سوی دیگر، تأثیر این عامل بر حضور بازدیدکنندگان هم اندک نبود. در واقع این عامل سبب شده بود فرصت و نیز انگیزه آن دسته از فعالان صنعت در و پنجره که به‌صورت حرفه‌ای‌تر از نمایشگاه‌های سراسر کشور بازدید می‌کنند، برای حضور در این نمایشگاه کاهش یابد.

نکته دوم، تبلیغات بسیار ناچیز این نمایشگاه بود؛ نکته‌ای که کاملاً مشهود بوده و البته از زبان بسیاری از شرکت‌کنندگان در نمایشگاه تبریز نیز شنیده می‌شد. به جرات می‌توان گفت حجم تبلیغات صورت گرفته هرگز زینده تبریز، شهری با چنین توانمندی‌های صنعتی، نبود. به‌صورتی که اگر بندهای برخی از شرکت‌های حاضر در نمایشگاه در برخی نقاط شهر الصاق نشده بود، عملاً هیچ نشانی از برگزاری چنین نمایشگاهی در سطح شهر به چشم نمی‌خورد. به نظر می‌رسد یکی از نخستین وظایف برگزارکنندگان یک نمایشگاه اطلاع‌رسانی در مورد آن باشد، وگرنه حضور در چنین نمایشگاهی و به‌جان خریدن هزینه‌های بسیار، از جمله بهای غرفه‌ها و نیز هزینه‌های کمرشکن شرکت‌کنندگان از دیگر شهرهای کشور، با وجود بی‌اطلاعی اکثر شهروندان آن شهر چه معنا و فایده‌ای می‌تواند داشته باشد.

رئیس هیات مدیره و مدیر عامل نمایشگاه بین‌المللی تبریز، در کتاب این نمایشگاه به‌درستی و تیزبینی چنین آرزو کرده است: «امید است برپایی این گونه نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی زمینه‌ساز تبادل نظر و انتقال تجربه‌های متخصصان و کارشناسان بوده و امکان ارتباط مستقیم تولیدکنندگان و بازرگانان داخلی و خارجی را با انبوه‌سازان و پیمانکاران ساختمان و عموم مردم که مصرف‌کننده نهایی هستند به نحو احسن ایجاد نماییم.» در اینجا پرسشی که به ذهن متبادر می‌شود آن است که چه عاملی بیشتر از تبلیغات و آگاهی‌رسانی عمومی می‌تواند «امکان ارتباط مستقیم تولیدکنندگان و بازرگانان داخلی و خارجی را با انبوه‌سازان و پیمانکاران ساختمان و عموم مردم» فراهم کند؟ و این مهم بر عهده چه فرد یا نهادی است؟

بدون تردید دلیل اصلی چنین انتقادهایی آن است که از شهری مانند تبریز، به‌ویژه با امکانات نمایشگاهی فراوان، انتظار می‌رود تا به‌گونه‌ای ترتیبات برگزاری یک نمایشگاه را فراهم آورد که دست‌کم استقبال قابل‌قبولی از آن صورت گیرد. روی هم رفته، انتظارات از شهری که تلاش می‌کند خود را به «شهر نمایشگاهی خاورمیانه تبدیل کند» فراتر از این است. در پایان، پنجره ایرانیان باز هم آمادگی خود را برای انعکاس نظرات مختلف درباره این موضوع، به‌خصوص نظرات برگزارکنندگان محترم نمایشگاه تبریز با کمال میل اعلام می‌کند.

در نمایشگاه تبریز خبرنگار پنجره ایرانیان مانند همیشه، به سراغ غرفه‌داران صنعت در و پنجره رفت و گفتگویی با آنها انجام داد. آنچه در ادامه می‌خوانید پاسخ این عزیزان به سه پرسش زیر است.

پرسش ۱: در مورد فعالیت‌های شرکت خود توضیح دهید.

پرسش ۲: یا چه هدفی در نمایشگاه تبریز حضور به هم رساندید و آیا محصول جدیدی در این نمایشگاه ارائه کرده‌اید؟

پرسش ۳: ارزیابی شما از هفتمین نمایشگاه در و پنجره تبریز چیست؟

اوصاف می توانم از برگزاری نمایشگاه ابراز رضایت کنم. تنها یک مساله وجود دارد و آن نیز عدم تبلیغات مناسب است. بسیاری از فعالان این حوزه اساساً نمی دانند که چنین نمایشگاهی در حال برگزاری می باشد.

محمد نکته دان - نماینده فروش بست ویژن



پاسخ ۱: شرکت پتروپویا گرانول آریانا تولیدکننده پروفیل یو.پی.وی.سی با برند بست ویژن می باشد که در این نمایشگاه با نماینده خود حضور پیدا کرده است.

پاسخ ۲: ما متأسفانه در دوره پیشین این نمایشگاه نتوانستیم حضور داشته باشیم، اما در این دوره سعی کردیم تا با ارائه محصولات جدید خود بتوانیم سهم بیشتری از بازار را در این منطقه به دست آوریم. از جمله محصولات جدید پترو پویا که برای اولین بار در این نمایشگاه از آن رونمایی می شود، لمینیت های رنگی بست ویژن است.

پاسخ ۳: با توجه به این مهم که در دوره های پیشین این نمایشگاه حضور نداشته ام، به طبع نمی توانم ارزیابی مناسبی از عملکرد ستاد اجرایی داشته باشم. اما نسبت به نمایشگاه صنعت ساختمان که چندی پیش در تهران برگزار شد، می توانم بگویم که نمایشگاه ضعیف تری را شاهد هستیم.

محمود فریدی فخرپور - بن افراز



پاسخ ۱: گروه صنعتی بن افراز حدوداً ۴ سال است که در زمینه تولید در و پنجره آلومینیوم و ترمال بریک فعالیت دارد.

پاسخ ۲: با وجود چنین استقبال از نمایشگاه می توانم بگویم، به هیچ یک از اهدافمان در این نمایشگاه نرسیده ایم. البته منکر تلاش ستاد برگزاری نمایشگاه نیستم، اما عدم تبلیغات و اطلاع رسانی مناسب نمایشگاه و همچنین رکود بازار مسکن به این خلوتی دامن زده است. البته ما حاصل حضور ما در اینجا پس از نمایشگاه مشخص می شود. همانطور که می دانید تولید در و پنجره دوجداره آلومینیومی چیزی نیست که بتوان

رسول استادی - طراحی و مهندسی آران



پاسخ ۱: گروه صنعتی آرا حدوداً دو سال است که فعالیت خود را در زمینه طراحی و تولید ماشین آلات موتاژ در و پنجره یو.پی.وی.سی آغاز کرده است.

پاسخ ۲: با توجه به اینکه گروه صنعتی آرا یک شرکت تازه تاسیس است، با هدف معرفی و شناساندن محصولات خود به فعالان صنعت در و پنجره و نیز ارائه و عرضه محصولات به بازدیدکنندگان، در این نمایشگاه شرکت کرده ایم. ضمن اینکه برای اولین بار است که در نمایشگاه حضور پیدا می کنیم.

پاسخ ۳: تصور می کنم برگزاری این دست از نمایشگاه ها به خصوص در فضای پسا تحریم، باعث خواهد شد تا صنعت از رکودی که در آن اسیر آمده، خلاص شود. اما با توجه به اینکه حوزه تخصصی فعالیت ما ساخت ماشین آلات می باشد، در فضای پساتحریم برای تولید نیازمند حمایت دولت هستیم. اگر اندکی چتر حمایت دولت بر سر تولیدکننده به خصوص تولیدکنندگان ماشین آلات باز شود، شاهد شکوفایی در این حوزه خواهیم بود.

ناصر مسکنی - آلوم آذر اولدوز



پاسخ ۱: ما فعالیت خود را از سال ۱۳۸۶ در حوزه در و پنجره دوجداره آلومینیومی آغاز کرده ایم. همچنین مقاطع مختلف آلومینیوم رنگی و کرکره های برقی و درهای اتوماتیک از جمله دیگر فعالیت های ما می باشد. ضمناً هر گونه سفارش با مقاطع آلومینیوم را برای مشتریان تولید می کنیم.

پاسخ ۲: در این نمایشگاه به منظور معرفی کامل سبد محصولات خود به مشتریانمان و همچنین جذب مشتری بیشتر و فروش محصولات خود حضور پیدا کرده ایم؛ و باید اذعان کنم که تا ۷۰ درصد به اهداف و خواسته های خود در نمایشگاه دست پیدا کرده ایم.

پاسخ ۳: هفتمین نمایشگاه در و پنجره تبریز نمایشگاه نسبتاً خوبی است. گرچه بسیار خلوت است، اما بازدیدکنندگان نمایشگاه تخصصی می باشند. با این

علیرضا رضوانی - آلومینیوم کوپال اصفهان



پاسخ ۱: شرکت آلومینیوم کوپال اصفهان جزو نخستین شرکت های فعال در مرکز ایران می باشد که در سال ۱۳۷۹ در شهرک صنعتی منتظره نجف آباد اصفهان با ظرفیت اولیه ۱۲۰۰ تن پروفیل احداث گردید. این شرکت در مدت فعالیت خود، با استفاده از تکنولوژی روز دنیا و همکاری متخصصان خارجی (آلمان و ترکیه) و تکیه بر دانش و تجربه مدیران مجموعه خود، توانسته بیشترین حجم تولید پروفیل های اختصاصی و ST آلومینیوم کشور را به خود اختصاص دهد. آلومینیوم کوپال اصفهان تولیدکننده انواع پروفیل های ST، اختصاصی و ترمال بریک، یراق آلات، انواع رنگ الکترواستاتیک، دکورال و آنادایز، ارائه مشاوره و راه اندازی خط تولید در و پنجره می باشد. آلومینیوم کوپال اصفهان با ظرفیت تولید ۴۰۰ تن در ماه، رتبه اول تولید کشوری را به خود اختصاص داده است.

پاسخ ۲: آلومینیوم کوپال با هدف معرفی محصولات خود و همچنین حضور مستمر در سطح اول صنعت کشور در نمایشگاه های مختلف شرکت می کند. همچنین جذب مشتریان جدید از دیگر اهداف این شرکت برای حضور در نمایشگاه هاست. اصولاً ما نمایشگاه های داخل کشور را به مثابه یک ویترین برای ارائه محصولات تولیدی خود می دانیم. هر نقطه ای که این ویترین کدر شود یا حتی لکه ای روی آن بیافتد پل ارتباطی ما با بازدیدکنندگان و مشتریان دچار مشکل خواهد شد. ما برای حضور در این نمایشگاه بسیار راغب بودیم، اما هم اکنون به این باور رسیده ایم که این نمایشگاه معایب بسیاری دارد. در خوشبینانه ترین حالت، می توان گفت که این معایب به دلیل نزدیکی زمانی با نمایشگاه صنعت ساختمان روی داده اند.

پاسخ ۳: شخصاً اعتقادی به انتقاد و اعتراض ندارم. اما عملکرد مجربان این نمایشگاه در امر تبلیغات به قدری ضعیف بود که حتی بنده را نیز به واکنش واداشته است. همانطور که خودتان شاهد هستید تعداد بازدیدکنندگان در روز افتتاحیه به شمار انگشتان یک دست می رسند. واقعا از حضور در این نمایشگاه ابراز پشیمانی و برای عدم تبلیغات و عدم اطلاع رسانی کافی ابراز تأسف می کنم.

علی ارشدی نژاد - بازرگانی سپهند



پاسخ ۱: فعالیت اصلی شرکت ما واردات انواع پیچ‌های سرمته‌ای و سرسوزنی از کشور مالزی می‌باشد. بازرگانی سپهند مدرن از سال ۱۳۹۲ همکاری خود را با شرکت MK مالزی آغاز کرده و محصولات این شرکت را در بازار ایران عرضه می‌کند، و تاکنون به فعالیت خود در این حوزه با قدرت ادامه داده است.

پاسخ ۲: هدف اصلی ما از حضور در این نمایشگاه فروش محصولات شرکت و معرفی آن به مشتریان و شناخت مشتریان جدید می‌باشد. همچنین از دیگر اهداف ما در این نمایشگاه برندسازی است و در صورت فراهم بودن شرایط لازم، برای همکاری با شرکتی به‌عنوان نماینده خود در تبریز آمادگی داریم.

پاسخ ۳: متأسفانه از محیط نمایشگاه رضایت کافی ندارم. حتی در مباحث ابتدایی همچون نظافت سالن و غرفه‌ها نیز دچار مشکل هستیم. حتی برای غرفه‌داران نیز امکانات بسیار ضعیفی تدارک دیده شده است. به‌طور کلی می‌توان گفت که اساساً برگزاری این نمایشگاه بسیار ضعیف می‌باشد. نکته دیگر اینکه با توجه به محوطه بسیار وسیع نمایشگاه، اخذ هزینه پارکینگ بسیار بی‌معناست. این نکته نیز به جهت عدم استقبال از نمایشگاه مزید بر علت شده است. بسیار عجیب است که غرفه‌ها هیچ نام یا شماره‌ای ندارند. حال تصور کنید شرکتی جهت تبلیغات یا برای دعوت از میهمانی بخواهد آدرس غرفه خود را بنویسد، به نظر شما چه اتفاقی می‌افتد؟

هادی غضنفری - کیان ره آورد



پاسخ ۱: ما چندین سال است که در زمینه عرضه پیراق‌آلات در و پنجره یوبی.وی.سی فعالیت می‌کنیم، اخیراً هم به‌عنوان نماینده رسمی پروفیل هافمن در استان آذربایجان شرقی و گیلان معرفی شده‌ایم. با همین عنوان نیز در نمایشگاه حضور داریم.

پاسخ ۲: کار اصلی شرکت کیان ره‌آورد ایرانیان واردات و عرضه پیراق‌آلات به مشتریان خود می‌باشد. به

دلیل تکمیل سبد کالای خود، پروفیل و گالوانیزه را نیز اخیراً به محصولات خود اضافه کرده‌ایم و دومین مشتری هافمن هستیم. ما در سال گذشته توانستیم حجم بالایی از پروفیل هافمن، بیش از ۴ میلیارد تومان، را به فروش برسانیم؛ این غرفه را نیز با همکاری هافمن تدارک دیده‌ایم.

پاسخ ۳: متأسفانه شاهد برگزاری نمایشگاه خوب و مناسبی نیستیم. شاید رکود بازار ساخت و ساز نیز در این مهم بی‌تأثیر نباشد. حقیقت این است که نمایشگاه، نمایشگاه پررونقی نیست. عدم اطلاع‌رسانی مناسب و تبلیغات خوب نیز بر این کسادی نمایشگاه افزوده است.

اوزجان شاهین - یلکن



پاسخ ۱: شرکت یلکن در سال ۱۹۹۰ تولید پیراق‌آلات خود را با برندهای FORNAX و PAVO آغاز کرد و تا به امروز توانسته است نقشی اساسی را در زمینه پیراق‌آلات در و پنجره ایفا کند و در عرصه جهانی نیز صادرات قابل توجهی به اروپا، آسیا و آفریقا داشته است. البته این شرکت با ورود به بازار ایران توانسته در مدت زمان کمی نظر فعالان این عرصه را به خود جلب کند و توسعه چشمگیری در عرصه پیراق‌آلات در ایران داشته باشد.

پاسخ ۲: با ورود در این نمایشگاه قصد داریم نشان دهیم که در این بازار حضوری پر قدرت داریم و در عین حال جدیدترین پیراق‌آلات و سیستم‌های در و پنجره‌ای خود را به بازار مصرف ایران عرضه کنیم. نمایشگاه فرصت بسیار مناسبی است که از نزدیک با مشتریان خود بنشینیم و گفتگو کنیم و به معایب خود پی برده و نیز در ارتقا خدمت‌رسانی و محاسن خود کوشا باشیم. حسن این نمایشگاه‌ها آن است که چون از اقصی نقاط کشور در آن حضور پیدا می‌کنند، از اوضاع و احوال کل بازار کشور می‌توانیم باخبر شویم. با مشتریان خود مشورت می‌کنیم که در این بازار چه سیاستی پیش بگیریم تا اوضاع رکود را هرچه سریع‌تر پشت سر بگذاریم. تمام تلاش ما این است که برای بالا بردن استاندارد صنعت پی.وی.سی ایده‌های خود را اجرا کنیم. متأسفانه در ایران افراد غیرمتخصص نیز به این صنعت راه پیدا کرده‌اند؛ ما قصد داریم تا جایی که می‌توانیم جهت این صنعت را به سمت افرادی هدایت کنیم که در این حوزه متخصص هستند. همواره به کلیه مشتریان خود و تولیدکنندگان و فروشندگان پروفیل که با ما در ارتباط هستند، عنوان می‌کنیم که در خصوص پنجره مهمترین مساله پیراق می‌باشد. از همین رو باید پیراق مناسبی را انتخاب کنند تا پروفیل زیر سوال نرود. بر همین اساس ما در نمایشگاه استان البرز نیز حضور خواهیم داشت. در واقع در هر نمایشگاهی که احساس نیاز

کنیم، حضور به هم خواهیم رساند.

پاسخ ۳: گرچه نمایشگاه اندکی خلوت بوده و از بازدیدکننده بسیار کمی برخوردار است، اما شخصاً این خلوت بودن را بیشتر می‌پسندم. چراکه به جای ۱۰۰ بازدیدکننده غیر تخصصی، ۱۰ بازدیدکننده متخصص از نمایشگاه بازدید می‌کند. متأسفانه ستاد اجرایی نمایشگاه در امر اطلاع‌رسانی و تبلیغات به‌خوبی عمل نکرده است. تصور می‌کنم بسیاری اصلاً از برپایی چنین نمایشگاهی بی‌خبر هستند.

محمدرضا عبدالله نژاد - ایده آل پن



پاسخ ۱: ایده‌آل پن فعالیت خود را از سال ۱۳۸۲ در زمینه تولید انواع در و پنجره یوبی.وی.سی آغاز کرد.

پاسخ ۲ و ۳: اجازه دهید سوال شما را با طرح یک انتقاد پاسخ دهم. متأسفانه قیمت واگذاری غرفه‌ها از سال پیش افزایش چشمگیری داشته است. سال پیش نمایشگاه خوبی را شاهد بودیم، اما امسال مسئولیت برگزاری آن را به یک شرکت خصوصی واگذار کردند و قیمت‌ها به‌یکباره حدود ۲۰ درصد افزایش پیدا کرد. ستاد برگزاری نمایشگاه هیچ تبلیغاتی نیز تدارک ندیده است. معمولاً این دست نمایشگاه‌ها از یک هفته قبل تبلیغات تلویزیونی و محیطی خود را شروع می‌کنند، اما این نمایشگاه تبلیغات بسیار ضعیفی داشته است. به‌طور کلی با توجه به هزینه‌ایی که برای حضور در این نمایشگاه پرداخت کرده‌ایم، متأسفانه بازخورد مناسبی دریافت نداشته‌ایم.

بهرروز خاتمی - فلزسازه اراک



پاسخ ۱: مجموعه فلزسازه اراک تولیدکننده مقاطع و پروفیل‌های آلومینیومی با برند آکروپال می‌باشد. کلیه مراحل تولید محصولات فلزسازه از مرحله اکستروژن تا مرحله پوشش‌های سطحی (دکورال، رنگ‌ها و آنادایز) صفر تا صد در این مجموعه انجام می‌شود.

پاسخ ۲: به دلایل مختلف از جمله اینکه آلومینیوم را فلز سبب (به علت سازگاری آن با محیط زیست) می‌دانند، صنعت پنجره‌های دوجداره آلومینیومی آینده بسیار خوبی

زهره فرجی - ایده‌آل مبتکر ماشین



پاسخ ۱: عمده فعالیت ما در شرکت ایده‌آل مبتکر ماشین، به واردات ماشین‌آلات شیشه دوجداره و همچنین ماشین‌آلات مونتاژ در و پنجره یوپی، وی، سی اختصاص دارد. همچنین در واردات مواد اولیه نیز فعالیت داریم. بخش اعظم سبک محصولات ما از کشور چین و ترکیه تامین می‌شود. ایده‌آل مبتکر ماشین سومین سال فعالیت خود را پشت سر می‌گذرد.

پاسخ ۲: ما در نمایشگاه به دنبال فروش نیستیم، بلکه اصلی‌ترین هدف ما از حضور در این نمایشگاه‌ها برندسازی می‌باشد؛ در عین حال ثبات حضور خود در این نمایشگاه‌ها، دیدار با اهالی صنف و معرفی و شناساندن محصولات خود را نیز دنبال می‌کنیم. در واقع ما با حضور نمایشگاهی خود قصد داریم به بازدیدکنندگان و اهالی صنف و همچنین مشتریان خود اعلام کنیم که ما با قدرت حضور داریم و به فعالیت خود ادامه می‌دهیم. همچنین سبک محصولات خود را به بازدیدکنندگان ارائه می‌دهیم تا با آخرین و جدیدترین محصولات ما آشنایی پیدا کنند. به بیانی دیگر نمایشگاه همواره برای ما ابزار اطلاع‌رسانی بوده است. از سوی دیگر این نمایشگاه در تبریز برگزار می‌شود و ما هم در این شهر فعالیت می‌کنیم، از همین رو حضور در این نمایشگاه برای ما ضروری است. در این نمایشگاه از دستگاه شیشه دوجداره که به‌تازگی از چین وارد کرده‌ایم، رونمایی کردیم. این محصول از نظر سرعت و کیفیت حرف‌های زیادی برای گفتن دارد. همچنین در این نمایشگاه علاوه بر این دستگاه، مواد اولیه مورد نیاز آن را نیز به مشتریان خود عرضه می‌کنیم.

پاسخ ۳: اگر استقبال کم بازدیدکننده را فاکتور بگیریم، تا کنون نمایشگاه نسبتاً خوبی را شاهد بوده‌ایم. عملکرد ستاد اجرایی نمایشگاه را مثبت ارزیابی می‌کنم.

کامبیز ابراهیمی - هافمن



پاسخ ۱: هافمن از تولیدکنندگان پروفیل در شهر تبریز می‌باشد که از سال ۱۳۸۶ در این عرصه مشغول به

خواهد داشت. از این جهت حضور در چنین نمایشگاه‌هایی برای ما از اهمیت برخوردار است. ما اخیراً روی سیستم‌های نما تمرکز کرده‌ایم. البته برخی از این محصولات را از روی چند شرکت خارجی الگوبرداری کرده‌ایم؛ اما این به آن معنا نیست که ما فرم محصول را کپی کرده‌ایم، بلکه ما تنها از محصولات چینی یا ترکیه‌ای الگو برداشته و محصولات خود را به شکل و فرم اختصاصی خودمان و با کیفیت بالا، تولید می‌کنیم.

پاسخ ۳: به نظرم ستاد برگزارکننده نمایشگاه تبریز نسبت به نمایشگاه تهران بهتر عمل کرده است. در نمایشگاه تهران سال‌ها غالباً با مشکل سرمایه‌ش، نظافت و تهویه روبرو بودند، در حالی که در این نمایشگاه با چنین مشکلاتی روبرو نبودیم. به‌طور کلی نمایشگاه قابل قبولی را تجربه می‌کنیم. البته تعداد کم بازدیدکنندگان نمایشگاه نیز به دلیل تخصصی بودن آن می‌باشد. در این نمایشگاه کلیه بازدیدکنندگان متخصص و از فعالان مرتبط با صنعت ساختمان می‌باشند.

موسی خسروشاهی - آکس وین



پاسخ ۱: شرکت ما از دو بخش متفاوت تشکیل شده است: مهر وین در زمینه عرضه پروفیل یوپی، وی، سی و آکس وین نیز در زمینه عرضه پراک‌آلات فعالیت می‌کند. آکس وین مجموعه نسبتاً جدیدی است که ۱۴ ماه پیش آغاز به کار کرده است. اما شرکت مهر وین حدود ۶ یا ۷ سال است که در صنعت در و پنجره‌های دوجداره یوپی، وی، سی فعالیت می‌کند.

پاسخ ۲: ما از این نمایشگاه انتظار چندانی نداریم و بیشتر جهت دیدار با همکاران خود و آشنایی با جدیدترین فعالیت‌ها و دستاوردها و محصولات همکاران به این نمایشگاه وارد شده‌ایم. همچنین برای تثبیت قرارداد با نمایندگان خود و استمرار حضور خود در صنعت در این نمایشگاه حضور داریم؛ وگرنه نمایشگاه در و پنجره تبریز نمایشگاه فعالی نیست و نسبت به نمایشگاه صنعت ساختمان تبریز با استقبال کمتری روبروست. ما تا ۷۰ درصد به اهداف خود در این نمایشگاه رسیده‌ایم؛ از جمله دیدار و برگزاری نشست و جلسات مختلف با نمایندگان و دوستان خود در شهرهای مختلف و همچنین جذب مشتریان جدید.

پاسخ ۳: این نمایشگاه هم‌اکنون توسط بخش خصوصی برگزار می‌شود، و من تصور می‌کنم نمایشگاه به شکل مناسب و استاندارد برگزار شده است. این نمایشگاه نسبت به سال گذشته نمایشگاه بسیار بهتری است.

تولید و فعالیت است.

پاسخ ۲: طبیعتاً جهت شناساندن نشان تجاری هافمن و معرفی سبک محصولاتمان، با سه نماینده خود در این نمایشگاه حضور پیدا کرده‌ایم. سه نماینده هافمن، در این نمایشگاه عبارتند از: آقایان ناصر داوران از آبی‌گستران، علیرضا داوران از آذرخزر و امجدپور از گروه صنعتی امجدپور، که آخرین دستاوردهای هافمن را در محصولات خود استفاده کرده‌اند. در این نمایشگاه از پروفیل‌های لمینیت هافمن رونمایی شد، این محصول به صورت ۱۰۰ درصد در مقابل اشعه‌ی یووی خورشید مقاومت دارد. از دیگر ویژگی‌های این محصول، مغز رنگی آنها می‌باشد و همچنین این قابلیت وجود دارد که به سفارش مشتری در هر رنگی تولید می‌شود.

پاسخ ۳: به نظر می‌رسد شرکت برگزارکننده این نمایشگاه، منافع غرفه‌داران را به‌هیچ وجه در نظر نگرفته است. زیرا همانطور که می‌بینید هیچ تبلیغاتی در سطح شهر وجود ندارد، این در شرایطی است که زمان برگزاری نمایشگاه برای تبریز به بهترین زمان ممکن انتقال داده شده است. همچنین در جانی‌های غرفه‌ها نیز بسیار بد عمل شده است. در واقع شرکت برگزارکننده به شرکت‌کننده‌های بزرگی که در این نمایشگاه هزینه کرده‌اند، هیچ توجهی نداشته و می‌توانیم بگوییم که برگزاری نمایشگاه افتضاح بود.

هادی محمدصادقی - در وین



پاسخ ۱: شرکت در وین از سال ۱۳۸۷ فعالیت خود را با ارائه پروفیل‌های ترک آغاز کرد. اما از سال ۱۳۸۹ با توجه به کیفیت و مرغوبیت پروفیل‌های ایرانی، تغییر جهت داده و به سمت پروفیل‌های ساخت داخل رفتیم. اکنون به‌عنوان نماینده انحصاری پروفیل وانا وین در استان زنجان، قزوین، آذربایجان شرقی و اردبیل مشغول فعالیت هستیم. اما در سبک محصولات در وین پروفیل‌های سی‌وان و سی‌فور که از جمله محصولات تولیدی شرکت فناوری پلاستیک اصفهان می‌باشد، نیز وجود دارد.

پاسخ ۲: هدف ما در این نمایشگاه معرفی و شناساندن پروفیل واناوین بوده است. همچنین ثبات و استمرار حضور نمایشگاهی از جمله دیگر اهداف شرکت در وین می‌باشد.

پاسخ ۳: از آنجا که این نمایشگاه تخصصی است، بازدیدکنندگان آن نیز تخصصی هستند. از سویی با توجه به این مهم که ما اسپانسر نمایشگاه هستیم و همچنین تبلیغات گسترده محیطی ما در سطح شهر، می‌توانیم بگوییم از هفتمین نمایشگاه در و پنجره تبریز رضایت داریم.