



گزارش اختصاصی پنجره ایرانیان از دومین دوره نمایشگاه آلومینیوم اراک؛

گام‌های خسته صنعت در سرزمین آلومینیوم

اشاره

دومین دوره نمایشگاه بین‌المللی آلومینیوم اراک از ۲۷ تا ۳۱ شهریورماه ۹۶ در محل دائمی نمایشگاه‌های استان مرکزی برگزار شد. هم‌زمان با دومین دوره نمایشگاه بین‌المللی آلومینیوم اراک، شانزدهمین نمایشگاه تخصصی صنعت ساختمان، اولین نمایشگاه HSE و چهارمین نمایشگاه برق، آب و فاضلاب نیز برگزار شد. دومین نمایشگاه بین‌المللی آلومینیوم ایران در تاریخ یادشده با حضور بیش از ۶۰ شرکت مرتبط صنعت آلومینیوم، پروفیل و مواد اولیه این صنعت در فضایی به وسعت ۳۰۰۰ مترمربع با هدف ایجاد بستر مناسب جهت انعقاد تفاهم‌نامه‌های تجاری میان شرکت‌های حاضر در نمایشگاه و متخصصان این حوزه برگزار شد. شانزدهمین نمایشگاه تخصصی صنعت ساختمان، سیستم‌های سرمایشی و گرمایشی، تاسیسات، ماشین‌آلات و صنایع وابسته نیز در فضایی به وسعت ۵۰۰۰ مترمربع و با حضور بیش از ۷۰ شرکت‌کننده شامل شرکت‌های مرتبط با حوزه ساختمان، انبوه‌سازی، آسانسور و پله‌برقی، در و پنجره، سرمایش و گرمایش، شیرآلات، لوله و... و نمایندگی‌های شرکت‌های داخلی، خارجی مرتبط در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان مرکزی با هدف ایجاد فرصتی مناسب جهت نمایش آخرین دستاوردها و فناوری‌های نوین این عرصه‌ها و خدمات مربوطه و فراهم کردن زمینه لازم جهت مبادلات علمی، تخصصی و اقتصادی برگزار شد. اولین نمایشگاه HSE و چهارمین نمایشگاه صنعت برق، آب و فاضلاب نیز دو عنوان نمایشگاهی دیگر بود که هم‌زمان با این نمایشگاه‌ها، با رویکرد بهینه‌سازی مصرف انرژی و با حضور واحدهای مرتبط با سلامت و ایمنی، سازمان محیط‌زیست، شرکت پتروشیمی اراک و شرکت‌های مرتبط برگزار شد. در خلال برگزاری این نمایشگاه‌ها، ۱۳ کارگاه آموزشی و سمینار تخصصی با موضوعات مختلف مرتبط با موضوع نمایشگاه‌ها، توسط استادان به‌نام استانی و کشوری برگزار شد. گروه خبری نشریه پنجره ایرانیان به روال همیشگی ضمن برپایی غرفه در این نمایشگاه، با حضور در غرفه شرکت‌های مرتبط با صنعت در و پنجره، پای درد دل و اظهارنظرهای این عزیزان نشست که متن زیر ماحصل این گفتگوها است.

سوالات زیر به‌صورت مشترک از افراد حاضر در نمایشگاه پرسیده شد:

۱. شرکت و زمینه فعالیتتان را معرفی کنید؟ آیا محصول جدیدی در نمایشگاه ارائه کردید؟
۲. نمایشگاه امسال اراک را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ آیا از نحوه برگزاری و میزان استقبال بازدیدکنندگان راضی بودید؟
۳. آیا برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی بر رشد صنعت و رونق بازار تاثیری دارد؟

فرهود جباری | فولاد پیچ



۱. شرکت فولاد پیچ که سومین دوره حضور در نمایشگاه اراک را پشت سر می‌گذارد در زمینه یراق آلات یو.پی.وی.سی و لوازم شیشه‌های دوجداره فعالیت می‌کند.

۲. نمایشگاه نسبت به دوره‌های قبل پربارتر شده و شرکت‌های قوی‌تری در آن شرکت می‌کنند. وقتی شرکت‌های بیشتر و قوی‌تری در نمایشگاه شرکت کنند بالطبع رقابت بهتری در بازار شکل می‌گیرد و این رقابت به نفع همه خواهد بود و باعث رونق بیشتر بازار خواهد شد. نحوه برگزاری نمایشگاه نسبت به دو دوره قبلی که ما در نمایشگاه حضور داشتیم خیلی بهتر بود. میزان بازدید و استقبال از نمایشگاه هم نسبتاً خوب و راضی‌کننده بود.

۳. نمایشگاه صد درصد برای هر فعالیت صنعتی و تولیدی مفید است چراکه باعث آشنایی و ارتباط مصرف‌کننده و تولیدکننده می‌شود. مهم‌ترین دلیل حضور ما در نمایشگاه بحث برندسازی است و این‌که شاید به قول همکاران، شرکت ما را در استان مرکزی همه بشناسند ولی لازم است که برای تثبیت و حفظ جایگاه شرکت و برندگان همچنان در صحنه باشیم و نمایشگاه فرصت مناسبی برای این کار است که ما از آن به‌خوبی استفاده می‌کنیم.



زهره فرجی | آذر صنعت نورلو پلاست



۱. شرکت آذر صنعت نورلو پلاست که در زمینه تهیه و توزیع تیغه‌های پلی‌آمید و نوارهای پی.وی.سی مورد استفاده در پنجره‌های دوجداره یو.پی.وی.سی فعالیت دارد دومین سال حضور در نمایشگاه آلومینیوم اراک را تجربه می‌کند.

۲. واقعیت این است که انتظار ما از نمایشگاه اراک به‌عنوان مهد آلومینیوم کشور بسیار بیشتر است و عدم حضور شرکت‌های بزرگ به وجهه این نمایشگاه ضربه زده است. سال گذشته هم که در نمایشگاه حضور داشتیم بسیاری از شرکت‌های بزرگ و مطرح آلومینیوم کشور که در اراک و جاهای دیگر هستند در نمایشگاه مشارکت نداشتند و این یک نقطه‌ضعف بزرگ برای این نمایشگاه است. البته شاید این موضوع به ضعف مدیریت برگزارکننده نمایشگاه، عدم حمایت اسپانسرها، مشکلات شخصی شرکت‌ها یا شرایط رکود حاکم بر بازار مرتبط باشد ولی به هر دلیل که باشد این موضوع برای نمایشگاهی در این حد قابل قبول نیست و باید برای سال‌های آینده چاره اساسی برای آن اندیشیده شود. ازجمله دیگر نکات منفی این نمایشگاه برگزار کردن چهار عنوان مختلف نمایشگاهی با موضوعات متفاوت در یک‌زمان است که به نظر من این موضوع هم به برگزاری مطلوب این نمایشگاه‌های تخصصی ضربه وارد کرده است.

۳. به نظر من مهم‌ترین خفیه نمایشگاه‌ها ایجاد یک شور و هیجان است که به‌ویژه در این دوره رکود برای صنعت و بازار ما خیلی لازم و ضروری است. حضور صنعتگران، بازاریان، مصرف‌کنندگان، مردم عادی و مسئولان در یک فضای نمایشگاهی و دیدارهایی که شاید تکراری هم باشد ولی باعث ایجاد یک شور و شوق در افراد می‌شود تا با انرژی بیشتری به کار تولید و فروش و ... بپردازند و فضای کسب‌وکار رونقی نسبی بگیرد. نمایشگاه ویترو و آبروی هر صنعت است و همه فعالان آن صنعت باید به‌نوبه خود در بهتر برگزار شدن آن نمایشگاه تلاش کنند تا در سایه این همکاری و همفکری سال‌به‌سال شاهد نمایشگاه‌های بهتر و پربارتری باشیم.





حمیدرضا شریفی | اراک وین

۱. شرکت اراک وین نماینده انحصاری پروفیل آورتا در استان مرکزی و غرب کشور است. محصول جدید ما در این نمایشگاه توری‌های پلیسه بود.

۲. این نمایشگاه چون تخصصی است نسبت به

نمایشگاه‌های عمومی عرضه کالا بازدیدکننده کمتری دارد و این تا حدودی طبیعی است. با این حال میزان استقبال از نمایشگاه و حضور بازدیدکنندگان در غرفه ما خوب بود و راضی هستیم. نحوه تبلیغات و اطلاع‌رسانی به مردم خیلی ضعیف بود و اگر در این زمینه بهتر عمل می‌شد مطمئناً بازدیدکننده بیشتری در نمایشگاه حضور پیدا می‌کرد. یکی دیگر از ایراداتی که می‌توان به این نمایشگاه گرفت زمان برگزاری آن است که با ماه محرم و اول مهر هم‌زمان شده است.

۳. مهم‌ترین عامل حضور در نمایشگاه بحث معرفی محصولات ما به مصرف‌کنندگان است. ما در نمایشگاه می‌توانیم ضمن دیدن فناوری‌های جدید و محصولات سایر شرکت‌ها، مشتریان تازه پیدا کنیم و با معرفی محصولات خودمان بازارمان را گسترش دهیم. موضوع دیگری که در این شرایط بازار می‌تواند به رونق بازار ما کمک کند پرداختن به بحث تعویض پنجره‌های قدیمی با پنجره‌های دوجداره است.

چون همان‌طور که می‌دانید بازار ساخت‌وساز راکد است و ساختمان جدیدی ساخته نمی‌شود که نیاز به پنجره داشته باشد به همین دلیل ما تلاش می‌کنیم در بحث تعویض پنجره‌ها بیشتر وارد شویم تا به‌نوعی رکود حاکم بر بازارمان را از بین ببریم.



سید حسین جمال | تابش جام اراک

۱. مجموعه ما به‌عنوان دفتر فروش مرکزی شرکت صنایع شیشه تابش جام اراک بانام اراک سکوریت فعالیت می‌کند. شرکت ما در زمینه تولید انواع شیشه‌های ساختمانی، صنعتی، سکوریت، هود و گاز، ضدگلوله، ضد سرقت، خم، رنگی، فتو لمینیت و تمامی شیشه‌هایی که زمانی در خارج از ایران تولید می‌شد، فعالیت می‌کند. شیشه‌های فتو لمینیت و ضد سرقت جدیدترین محصولات ما در نمایشگاه امسال است.

۲. البته میزان اطلاع‌رسانی و تبلیغات محیطی این نمایشگاه در سطح شهر بسیار ضعیف است و خیلی‌ها از برگزاری نمایشگاه اطلاعی ندارند. با این حال چون بازدیدکننده این نمایشگاه نسبت به سایر نمایشگاه‌هایی مثل نمایشگاه‌های عرضه پوشاک که مصرفی هستند فرق می‌کند و بازدیدکننده تخصصی دارند نحوه اطلاع‌رسانی و تبلیغات هم باید متفاوت و تخصصی باشد.

ما در این نمایشگاه بازدیدکنندگانی از سلیمانیه عراق، مریوان، نیشابور و جاهای دیگر داشتیم که البته به‌صورت گذری از نمایشگاه اطلاع پیدا کرده بودند. نمایشگاه در مجموع با توجه به بضاعتی که صنعت و بازار ما دارد بد نیست و قابل قبول است.

۳. برگزاری نمایشگاه به رونق بازار و رفع رکود هیچ کمکی نمی‌تواند بکند چراکه این موضوع به دلایل دیگری مرتبط است و باید از جاهای دیگری کار درست شود. تنها حسن نمایشگاه این است که شرکت‌های مختلف محصولاتشان را با توجه به توانایی‌هایشان معرفی می‌کنند تا مصرف‌کنندگان محصولات مورد نظرشان را با اطمینان بیشتری انتخاب کنند.





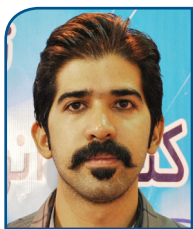
علی موتمن | صنایع توری کاشان

۱. صنایع توری کاشان که در زمینه تولید انواع توری از جنس آلومینیوم فعالیت دارد اولین سال حضور در نمایشگاه آلومینیوم اراک را تجربه می‌کند.

۲. واقعیت این است که ما به‌عنوان یک شرکت

غیربومی از نحوه برگزاری نمایشگاه راضی نیستیم. تمامی مراحل حضور ما از ثبت‌نام تا غرفه‌آرایی به شکل غیرحضور و تلفنی و اینترنتی انجام گرفت و متأسفانه وقتی در نمایشگاه حضور پیدا کردیم میان آن چیزی که از راه دور و از طریق عکس درباره غرفه‌مان در اینترنت دیده بودیم با چیزی که به ما تحویل دادند زمین تا آسمان تفاوت بود. متأسفانه استقبال شرکت‌های غیربومی از نمایشگاه اراک خیلی ضعیف بود و محدود شرکت‌هایی هم که در نمایشگاه حضور دارند متعلق به خود اراک و استان مرکزی هستند در صورتی که اراک به‌عنوان قطب آلومینیوم می‌توانست نمایشگاه پربارتری را برگزار کند.

۳. مخاطب این نمایشگاه مردم عادی جامعه نیستند و باید صنعتگران و بازرگانان در این نمایشگاه‌ها حضور پیدا کنند تا بر روی کسب‌وکار ما تأثیر بگذارد. متأسفانه باوجود این که این نمایشگاه با عنوان نمایشگاه بین‌المللی آلومینیوم اراک برگزار می‌شود اما به‌جز تعداد معدودی تراکت تبلیغاتی در شهر اراک در جای دیگری تبلیغ نشده و حتی صنعتگران تهران و سایر شهرهای اطراف هم از این نمایشگاه بی‌خبر هستند. هدف عمده ما از حضور در این نمایشگاه معرفی شرکت و محصولاتمان بود که تا حدودی به خواسته‌مان رسیدیم.



محمد رضا شاه صنی | زرین پروفیل اراک

۱. صنایع آلومینیوم زرین پروفیل اراک در زمینه تولید پیلست و انواع مقاطع صنعتی و ساختمانی آلومینیومی فعالیت می‌کند. محصول جدید ما در نمایشگاه آلومینیوم اراک پنجره‌های دوجداره نرمال و ترمال بریک بود.

۲. نحوه برگزاری نمایشگاه نسبتاً ضعیف بود و همان‌طور که می‌بینید تعداد زیادی از غرفه‌ها خالی هستند. آن‌طور که ما اطلاع داریم برخی شرکت‌ها یکی دو روز مانده به شروع نمایشگاه از حضور در نمایشگاه انصراف داده‌اند که این برای ما هم جای سوال دارد. این سالن‌های خالی و این نحوه برگزاری برای شهری که ادعای این را دارد که قطب آلومینیوم کشور است یک نقطه‌ضعف بزرگ محسوب می‌شود. در مجموع ما خیلی از این نمایشگاه راضی نیستیم و آن بازخوردی که انتظار داشتیم را برای ما نداشته است. زمان برگزاری نمایشگاه هم اصلاً مناسب نبود. همان‌طور که می‌دانید زمان برگزاری نمایشگاه در تاریخ دیگری بود ولی تغییر کرد که متأسفانه هم‌زمان شد با ماه محرم و شروع سال تحصیلی و این موضوع هم روی میزان استقبال بازدیدکنندگان تأثیر منفی داشت. بسیاری از شرکت‌های بزرگ که در اراک فعالیت می‌کنند در این نمایشگاه مشارکت نکرده‌اند که این نیز از جمله نکات ضعف نمایشگاه به‌حساب می‌آید.

۳. برگزاری نمایشگاه حتماً برای ما مفید است. این نمایشگاه باعث می‌شود که حداقل مردم اراک شرکت ما را بشناسند و بدانند شرکتی با این نام و این مشخصات در این شهر وجود دارد و توانایی تولید چنین محصولاتی را دارد. البته امیدواریم در دوره‌های بعد نمایشگاه آلومینیوم اراک به‌صورت تخصصی‌تر و به‌تنهایی برگزار شود نه در کنار چند عنوان نمایشگاهی دیگر و با شرکت‌های مختلفی که هر کدام در شاخه‌ای فعالیت می‌کنند.





سمیه لنجایی | ماهد آلومینیوم

۱. شرکت ماهد آلومینیوم در زمینه تولید انواع مقاطع آلومینیومی صنعتی و ساختمانی در شهر اراک فعالیت می‌کند. محصولات جدید ما در نمایشگاه امسال نرده‌های آلومینیومی ساختمانی بود ضمن این که مقاطع قبلی شرکت مدت یک سال است که تحت لیسانس و با قالب‌های شرکت FERRO ایتالیا تولید می‌شوند و تمامی این مقاطع با کیفیت بالاتر در نمایشگاه عرضه شده‌اند.

۲. نحوه اجرا و برگزاری نمایشگاه امسال نسبتاً خوب بود و ما مشکل خاصی نداشتیم اما در بحث تبلیغات و اطلاع‌رسانی مثل همیشه ضعف‌هایی وجود داشت که این مسئله روی میزان استقبال بازدیدکنندگان تأثیر منفی گذاشته بود. با توجه به این که اراک مهد آلومینیوم کشور است باید روی بحث تبلیغات نمایشگاه آلومینیوم در اراک بیشتر از آنچه هست کار شود تا بیشتر دیده شود.

متأسفانه نمایشگاه اراک به دو دلیل نسبت به نمایشگاه‌های شهرهای دیگری مثل تبریز، اصفهان، تهران، شیراز، مشهد و ... ضعیف‌تر است یکی همین بحث تبلیغات و اطلاع‌رسانی به مردم و دیگری زمان برگزاری نمایشگاه که بسیار نامناسب است.

۳. برگزاری نمایشگاه تأثیر خوبی روی صنعت ما دارد. این نمایشگاه دومین سال است که برگزار می‌شود و مطمئناً در سال‌های آینده می‌تواند با رفع کمبودها و بهبود شرایط به نحو مطلوب‌تری برگزار شود و تأثیر بیشتری بر صنعت آلومینیوم داشته باشد. شهر اراک به عنوان قطب آلومینیوم کشور پتانسیل مناسبی برای ارتقا صنعت آلومینیوم دارد که باید از طرف مسئولان، سرمایه‌گذاران و صنعت‌گران توجه بیشتری به آن صورت گیرد.



محسن رسولی | کوثر پروفیل

۱. شرکت کوثر پروفیل اراک بیش از هفت سال است که با احداث کارخانه‌ای در شهرک صنعتی شماره دو اراک، به تولید انواع مقاطع و محصولات آلومینیومی مشغول است.

۲. با وجود اینکه اراک پایتخت آلومینیوم ایران است ولی استقبال از نمایشگاه اینجا بسیار ضعیف و کمتر از نمایشگاه تهران است و این تا حدودی طبیعی است. با این حال چون نمایشگاه محلی است که ما برای بازار یک سال آینده‌مان در آن برنامه‌ریزی می‌کنیم تلاش داریم که بیشترین استفاده را از نمایشگاه ببریم و نحوه عرضه محصول و مراوده با مشتریانمان را برای یک سال آینده مشخص کنیم. خدمات عرضه‌شده و مدیریت نمایشگاه نسبتاً خوب و تبلیغات هم در حد معقول بود اما انتظار ما از دست‌اندرکاران نمایشگاه و مسئولان استان مرکزی بیشتر از این است.

۳. برگزاری و حضور در نمایشگاه صد درصد برای معرفی و شناخت شرکت‌ها، محصولات و فعالیت‌هایشان مفید است و انگیزه شخصی ما هم برای حضور در نمایشگاه همین موضوع است. ما می‌توانیم در نمایشگاه بدون واسطه و رودررو با برخی از مشتریان، همکاران و فعالان صنعتان ارتباط برقرار کنیم. نمایشگاه فرصت مناسبی است که ما تولیدکنندگان و صنعت‌گران دست‌اندرکار یک سال کاری خود را در آن ارائه می‌کنیم و بازخورد نمایشگاه می‌تواند برای برنامه‌ریزی کاری ما بسیار مهم باشد.





مصطفی دخیلی | آلومینیوم کهن بنیاد اراک

۱. شرکت آلومینیوم کهن بنیاد اراک که اولین دوره حضور در نمایشگاه آلومینیوم اراک را سپری می‌کند در زمینه تولید بیل، شمش و مقاطع آلومینیومی و خدمات تکمیلی شامل آنادایزینگ و رنگ الکترواستاتیک و دکورال با ظرفیت اصلی ۳۰ هزار تن در سال در اراک فعالیت می‌کند.

۲. زمان برگزاری نمایشگاه اصلا مناسب نیست چون از یک طرف پایان تعطیلات تابستانی و مسافرت‌های مردم است و از طرف دیگر شروع سال تحصیلی و درگیری مردم با شروع کلاس درس و مدرسه و دانشگاه است. تبلیغات هم ضعیف بود و در صداوسیما اراک یکبار هم اطلاع‌رسانی نمایشگاه صورت نگرفت. با این حال از میزان استقبال مردم از نمایشگاه کم‌وبیش راضی بودیم.

۳. نمایشگاه به دلیل این که ایجاد رقابت می‌کند خوب و تاثیرگذار است چون هر کاسی به رقابت نیاز دارد. ما در نمایشگاه محصولاتمان را به بازار و مشتریان معرفی می‌کنیم و مردم با شناخت ما و محصولاتمان بهتر می‌توانند خرید کنند.



رضا حمزه لویی | گروه تولیدی بابک

۱. گروه تولیدی صنعتی بابک در زمینه تولید و پنجره یو.پی.وی.سی فعالیت می‌کند و نماینده انحصاری پروفیل ایده آل و همچنین نمایندگی فروش پروفیل دکترین در اراک را نیز در اختیار دارد.

۲. اطلاع‌رسانی نمایشگاه خیلی ضعیف بود و توصیه من به مدیریت نمایشگاه این است که برای بهتر برگزار کردن نمایشگاه باید تبلیغات و اطلاع‌رسانی بیشتری انجام شود. ما خودمان به دوستان و همکاران اطلاع‌رسانی می‌کنیم و این برای نمایشگاه یک نقص است. میزان بازدیدکننده نسبت به سال‌های قبل ضعیف‌تر بود که یکی از دلایل آن همین ضعیف بودن بحث تبلیغات است. ۳. نمایشگاه محلی برای معرفی شرکت‌ها و محصولاتشان است. با توجه به نام‌گذاری امسال به نام اقتصاد مقاومتی؛ تولید ملی و اشتغال باید دولت از شرکت‌های تولیدی حمایت بیشتری انجام دهد تا ما هم بتوانیم حضور موثرتری در بازار داشته باشیم.



احمد سلیمانی | پارس وین مرکزی

۱. شرکت پارس وین مرکزی سومین دوره حضور در نمایشگاه‌های اراک را تجربه می‌کند. ما در زمینه تولید و پنجره یو.پی.وی.سی و ارائه انواع خم در استان مرکزی فعالیت می‌کنیم. محصولات جدید ما در نمایشگاه امسال

پنجره‌هایی است با خم‌های جدید از جمله خم ۴۴ سانتیمتری و خم هلالی کشویی، که تاکنون در کشور انجام نشده است. همچنین پنجره‌ای که باز شو آن از بیرون است و این هم ابتکار خودمان است.

۲. نمایشگاه امسال با توجه به اوضاع کلی بازار خوب بود و مشکل خاصی نداشت اما نسبت به گذشته، مانند سال‌ها ۸۸ و ۸۹، ضعیف‌تر بود.

۳. نمایشگاه محل مناسبی است که افراد با همدیگر آشنا می‌شوند و محصولات جدید به بازار معرفی می‌شود. نمایشگاه‌های شهرستان‌ها فرصت خوبی است برای ما که در شهرستان فعالیت می‌کنیم و امکاناتی را که در تهران وجود دارد در اختیار نداریم، تا خودمان و توانایی‌هایمان را به صنعت و بازار بهتر معرفی کنیم.





مهدی نظری | کهن درب آریا

۱. شرکت کهن درب آریا که نمایندگی پروفیل سیندژ در استان مرکزی را در اختیار دارد در زمینه تولید در و پنجره دوجداره یو.پی.وی.سی و آلومینیوم فعالیت می‌کند. محصول جدید ما در نمایشگاه امسال اراک پروفیل کشویی سیندژ بود.

۲. مدیریت و نحوه برگزاری نمایشگاه نسبت به سال‌های قبل بهتر بود هرچند میزان بازدیدکننده کمتر بود. البته آن‌طور که من دیدم میزان اطلاع‌رسانی و تبلیغات نسبت به دوره‌های قبل حتی بیشتر بود ولی علت این را که استقبال کمتری از نمایشگاه شده است من هم نمی‌دانم. شاید زمان برگزاری نمایشگاه کمی نامناسب بود و اگر مثلاً یکی دو ماه زودتر یا دیرتر برگزار می‌شد و در این تاریخ نبود شرایط بهتری داشت. به نظر می‌رسد هم‌زمانی نمایشگاه با اول ماه مهر و شروع مدارس و همچنین تقارن آن با ماه محرم از جمله عواملی بوده که روی میزان استقبال از نمایشگاه تأثیر منفی داشته است.

۳. برگزاری نمایشگاه به رونق کسب‌وکار و بهبود شرایط بازار کمک می‌کند به شرطی که دولت نیز از ما و صنعت ما حمایت کند. در همین نمایشگاه قیمتی که بابت غرفه‌ها از ما می‌گیرند بسیار زیاد است و برای ما که از هیچ جایی حمایت نمی‌شویم و شرایط فعلی بازار هم به نفع ما نیست خیلی سنگین است. اگر زمان برگزاری نمایشگاه در تاریخ‌هایی باشد که فصل کاری نباشد و تداخلی با ایامی مانند محرم و اول مهر نداشته باشد، بیشتر می‌توان از نمایشگاه استفاده کرد.



حمیدرضا افتخاری | اطلس پویا اراک

۱. شرکت اطلس پویا اراک در زمینه تولید مقاطع مختلف آلومینیومی و ساخت در و پنجره فعالیت می‌کند و دومین دوره حضور در نمایشگاه را تجربه می‌کند. محصول جدید ما در نمایشگاه امسال جام‌های بالکنی است که قبلاً از خارج وارد می‌شد ولی ما آن را به صورت بومی طراحی و تولید کردیم.

۲. با توجه به این که مدت زمان زیادی از راه‌اندازی نمایشگاه آلومینیوم اراک نمی‌گذرد نمی‌توان انتظار زیادی هم داشت. باید صبر کرد تا نمایشگاه در بین مردم و صنعتگران جا بیفتد و رفته‌رفته به‌عنوان یک نمایشگاه تخصصی در زمینه آلومینیوم در اراک که قطب آلومینیوم کشور است شناخته شود. برای این کار باید ضمن تلاش برای بهبود شرایط برگزاری، زمان ثابت و مشخصی به این نمایشگاه اختصاص پیدا کند و به‌هیچ‌عنوان تغییر نکند تا همه بدانند که هر سال در فلان زمان نمایشگاه آلومینیوم اراک برگزار می‌شود. زمان برگزاری نمایشگاه اراک پنج روز است و این کمی طولانی است به همین دلیل شاید میزان بازدیدکننده در این روزها پراکنده شود و کم به نظر برسد.

۳. نمایشگاه‌ها چون ارتباط بی‌واسطه بین تولیدکننده و مشتری می‌شود برای هر دو طرف خیلی خوب است. انگیزه ما هم برای حضور در نمایشگاه‌ها کسب بازارها و مشتریان جدید است تا از این طریق با گسترش فعالیت‌هایمان بتوانیم به رشد بیشتری دست پیدا کنیم.

نمایشگاه ویرترین صنعت و برآورد یک سال فعالیت یک صنف است. به همین دلیل باید جدیدترین محصولات و تکنولوژی‌های روز در نمایشگاه عرضه شود تا از این طریق موجبات رشد و توسعه صنعت فراهم شود.



