



حمایت از کالای ایرانی باید موجب رقابت میان تولیدکنندگان شود

حمایت از کالای ایرانی رمز توسعه اقتصاد کشور است و پشتیبانی از تولید ملی به منزله حمایت از اشتغال، کار و سرمایه ملی و کارگر ایرانی است و بی‌شک این حمایت در جامعه‌ی تولیدمحور تحقق می‌یابد.

درواقع حمایت از کالای ایرانی باید موجب رقابت میان تولیدکنندگان شود و با انجام حمایت‌های هدفمند، هوشمند و مشروط، فضای رقابتی در کشور تقویت و فضای کسب و کار بهبود یابد. همچنین باید تلاش‌ها برای برنامه‌ریزی و حمایت از کالای ایرانی، ایجاد امکان و ظرفیت خرید کالای ایرانی با قیمت و کیفیت قابل رقابت با مشابه خارجی آن باشد.

طبیعی شعار "حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی" و قانون آن که در سال ۱۳۹۸ به تصویب رسید و تأکیدات رهبر معظم انقلاب اسلامی در این مورد، اقداماتی در حال انجام در این راستا است اما نباید فراموش کنیم که سیاست‌ها باید به گونه‌ای رقم بخورد که کالا یا خدمت تولیدشده برای تولیدکننده جذاب و سودآور و برای مصرف‌کننده مقرون به صرفه و با کیفیت باشد، تنها در این صورت است که کالا و خدمات داخلی ارائه شده توان رقابت و مصرفی پایدار پیدا می‌کنند و به جایگاه واقعی خود دست می‌یابند و حتی بازار صادراتی مطلوبی را از آن خود می‌کنند که البته این امر جز با اعمال برخی اصلاحات ساختاری، هوشمندی و هدف‌گذاری جامع امکان‌پذیر نیست.



ویژه نخستین نمایشگاه فروش اقساطی کالای ایرانی

پنج‌شنبه ۱۰ شهریور ۱۴۰۱ ■ اول سپتامبر ۲۰۲۲ ■ ۴ صفر ۱۴۴۴ ■ سال هفتم ■ شماره ۱۳۸ ■ صفحه



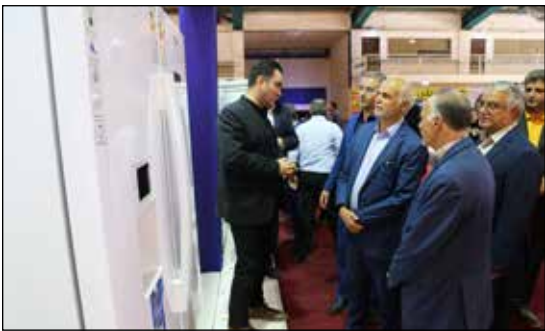
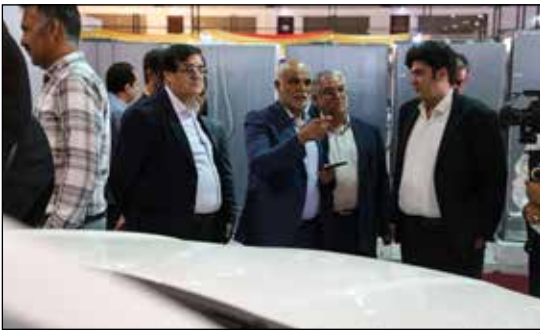
نخستین نمایشگاه فروش اقساطی کالای ایرانی برگزار شد

ایجاد تعامل و تکمیل زنجیره‌ی فروش

حضور داشتند و تولیدات داخلی خود را در گروه‌های کالایی از جمله لوازم خانگی، خودرو، دوچرخه و موتورسیکلت، کالای خواب، کالای دیجیتال، تجهیزات ساختمانی، لوستر و... ارائه کردند. اصلی‌ترین هدف این نمایشگاه ارائه شرایط اقساطی بود که برای تسهیل خرید بازدیدکنندگان در نظر گرفته شده بود. گفتنی است، اولین نمایشگاه فروش اقساطی کالای ایرانی هشتم تا ۱۱ شهریورماه از ساعت ۱۷ تا ۲۲ در محل دائمی نمایشگاه‌های استان برگزار شد.

مصرف کالا و خدمات، کمک می‌کند. در این راستا برای اولین بار به مدت ۴ روز نمایشگاه فروش اقساطی کالای ایرانی در یزد برگزار شد. این رویداد با حضور محمدرضا علمدار یزدی رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت یزد، سید مسعود عظیمی معاون هماهنگی اقتصادی استانداری و حسنی رییس اتاق اصناف حضور داشتند. در این رویداد تولیدکنندگان داخلی در قالب بیش از ۳۵ غرفه از شهرهای تهران، اصفهان، تبریز، مشهد و یزد

لیزینگ و فروش اقساطی کالا از رایج‌ترین روش‌های فروش کالا است که به واسطه آن علاوه بر این‌که متقاضی و عرضه‌کننده به راحتی می‌توانند وارد تعامل شوند، به زنجیره فروش کمک بسیاری می‌کند. لزوم تسهیل حضور تولیدکنندگان داخلی با کیفیت بالا در نمایشگاه‌های عرضه مستقیم کالا یکی از اقداماتی است که اگر به درستی صورت گیرد، با ظرفیت، نوآوری و کارایی منحصر به فردی که دارد تا حد قابل توجهی به چرخه تولید،



نمایشگاه‌ها

جلوهای از حقیقت بازار تولید

نمایشگاه‌ها جلوه‌ای از حقیقت بازار تولید هستند و یکی از رسالت‌های اصلی صنعت نمایشگاهی توسعه بازار است. به عبارتی غرفه‌هایی در نمایشگاه ایجاد می‌شوند که آخرین محصولات مراکز تولیدی را عرضه می‌کنند و از سوی دیگر به واسطه آن‌ها مذاکرات و تعاملات شکل می‌گیرد؛ یعنی همان مدل کسب و کار بی‌تو بی (B to B) که در واقع مخفف Business-to-Business و به معنای تجارت به تجارت است. در مدل بی‌تو بی، تمرکز بر فروش محصولات و خدمات به شرکت‌های دیگر است و برای قرارداد فروش در نمایشگاه به نتیجه می‌رسیم. بنابراین لازم است همواره در چنین رویدادهایی فارغ از انحصار، نگاه فرا استانی داشته باشیم تا از اثرات مثبت آن به واسطه رقابت در حوزه تولید و توزیع بهره‌مند شویم، زیرا یکی از عمده اهداف این نمایشگاه‌ها تحریک تولید برای ارتقاء سطح کمی و کیفی آن است. هدف‌گذاری برای افزایش تنوع محصولات و خدمات ارائه شده، کیفیت مطلوب، در نظر گرفتن نیازهای مردم، بررسی و استفاده درست از ظرفیت‌های صنعت نمایشگاهی و گسترش مراکز رفاهی، تفریحی و در نهایت اطلاع‌رسانی درست جهت آگاهی و استقبال قشرهای مختلف جامعه، همواره باید مورد توجه هیأت مدیره نمایشگاه‌ها قرار گیرد و با برگزاری جلسات مستمر نقاط ضعف را برطرف و نقاط قوت را به تعالی برسانند. امید که با تلاش، در آینده‌ای نزدیک یزد به جایگاه واقعی خود در صنعت نمایشگاهی دست یابد.



فعالیت بیش از ۳۰۰۰ کارخانه با تولید ۱۴۰۰ قلم کالا در یزد

نمایشگاه‌ها پلی است میان تولیدکننده، مصرف‌کننده و نخبگان جامعه و هر چه بیشتر شاهد برگزاری چنین رویدادهایی باشیم، شاهد رونق اقتصادی هر چه بیشتر استان خواهیم بود.

طبق آخرین آمار استان یزد با جمعیت حدود ۱ میلیون ۲۰۰ هزار نفر، دارای ۳۲۶۰ کارخانه است که ۱۴۰۰ قلم کالا را در حال حاضر تولید می‌کنند و ۹۰ کشور دنیا در حال استفاده از ۴۱۰۰ قلم کالای تولید شده هستند، در آینده‌ای نزدیک نیز ۱۰۰۰ کارخانه راه‌اندازی می‌شود که این آمار بیانگر رشد تولید و ظرفیت‌های توسعه اقتصادی استان است.

در همین راستا فروش کالای ایرانی به صورت لیزینگی و اقساطی، یکی از عنوان‌های نمایشگاهی جدیدی بود که امسال برای نخستین بار در تقویم نمایشگاهی جای گرفت که خوشبختانه با همکاری بانک‌ها اتفاقات خوبی را هم برای تولیدکننده و هم مصرف‌کننده رقم زد.

عمده هدف برگزاری این رویداد این بود که کالاهای مورد نیازی که بعضاً قدرت خرید نقدی از سوی مردم برای آن‌ها وجود ندارد، با ایجاد تفاهمی سه جانبه میان بانک، تولیدکننده و مصرف‌کننده به صورت اقساط ارائه شود که خوشبختانه طی بازدیدی که روز نخست از این نمایشگاه رخ داد، شاهد کیفیت مطلوب محصولات، رضایت تولیدکنندگان و همچنین مصرف‌کنندگان بودیم که قطعاً جای بسی خرسندی است.

لازم به ذکر است، ابتدای هر سال تقویم مجموعه نمایشگاهی یزد در کارگروه توسعه و صادرات غیرنفتی به ریاست استاندار و دبیری سازمان صمت استان یزد تنظیم و طبق برنامه‌ریزی صورت گرفته، طی یک سال حدوداً ۳۰۰ عنوان نمایشگاهی تعریف می‌شود که عمده‌ی آن‌ها در ۶ ماهه دوم سال برگزار می‌شود.

بی‌شک یکی از راه‌های مناسب معرفی کالاها برگزاری نمایشگاه‌ها است که خوشبختانه با تدبیری که اندیشیده شده، پیشرفت خوبی در این مسیر داشته‌ایم.

البته باید گفت تیم جدید مدیریت نمایشگاه بین‌المللی یزد سبب ایجاد تحولات قابل‌لمسی در حوزه زیرساخت‌ها شده‌اند و با توجه به ظرفیت‌های این مجموعه، اهدافی را تعریف کرده‌اند.

امید که رویدادهایی از این دست با قدرت در استان ادامه پیدا کنند.

ضرورتِ ارائه بسته‌های حمایتی از سوی دولت برای بالا بردن توان رقابت



علیرضا حسینی
رئیس اتاق اصناف یزد

باشد، زیرا در شرایط فعلی قیمت تمام شده محصولات برای تولیدکنندگان به دلیل نبود بازار مناسب، به صرفه نیست و همین امر توان رقابت با کالاهای وارداتی را از آن‌ها می‌گیرد، بنابراین در صورت حمایت دولت، تولیدکننده توان بالا بردن کیفیت کالاهای خود را پیدا می‌کند که این اتفاق پیش زمینه‌ی خوبی است برای جلوگیری از واردات بی‌رویه کالاهای مشابه، جلوگیری از قاچاق و به دنبال آن استقبال مردم از کالاهای داخلی و در نتیجه رونق تولید و اقتصاد کشور که اشتغال‌زایی و توسعه را رقم خواهد زد. هرچند خوشبختانه در همین یک سالی که از دولت جدید گذشته قدم‌های خوبی در حوزه اقتصاد برداشته شده که امید است در آینده‌ای نزدیک مردم نتایج مثبت آن را لمس کنیم.

فرهنگ‌سازی در مورد مصرف کالای ایرانی و بالا بردن کیفیت کالاها توسط تولیدکننده از نخستین قدم‌هایی است که در راستای حمایت از تولید داخلی باید برداشت، زیرا تا زمانی که تولیدکننده مجاب به بهبود کیفیت محصولاتش و مصرف‌کننده مجاب به استفاده از این تولیدات نشود، نمی‌توان با رونق بازار قاچاق و کالاهای وارداتی مقابله کرد. بی‌شک ارائه بسته‌های حمایتی از سوی دولت به تولیدکنندگان تا حدود بسیاری می‌تواند در این زمینه راه‌گشا

حمایت از تولیدات داخلی اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی را رقم خواهد زد



محمد آقا باقری
یکی از مدیران نمایشگاه

بسیاری داشت، کیفیت کالاهای ارائه شده در این نمایشگاه بود که از حساسیت زیادی برخوردار بود، زیرا هدف ارائه تولیدات داخلی و پررنگ کردن توان رقابت آن‌ها با محصولات مشابه وارداتی بود که خوشبختانه این اقدام تا حدود زیادی رضایت بازدیدکنندگان را در پی داشت.

حضور شهرهای دیگر نیز در این رویداد، سبب جلوگیری از ایجاد انحصار و ایجاد حس رقابت میان شرکت‌کنندگان شد. امید که در آینده‌ای نزدیک شاهد رشد هرچه بیشتر تولیدات داخلی و استقبال مردم از این تولیدات باشیم. بی‌شک حمایت از تولیدات داخلی، اشتغال‌زایی، جلوگیری از خروج ارز و رشد اقتصادی را در پی خواهد داشت که در صورت حمایت دولت و همراهی تولیدکنندگان این امر محقق خواهد شد.

همزمانی نمایشگاه لیزینگ با نمایشگاه کالای ایرانی اتفاقی مبارکی بود که اصلی‌ترین هدف از برگزاری آن را می‌توان تسهیل خرید اقشار مختلف جامعه دانست.

در این رویداد سعی شد تمام گروه‌های کالایی براساس نیاز مردم در نظر گرفته شود تا باتوجه به شرایط اقساطی برنامه‌ریزی شده، آن‌ها بتوانند خریدی مطمئن و رضایت‌بخش را تجربه کنند.

قابل ذکر است یکی از مواردی که در این رویداد اهمیت

تولید مساوی با اشتغال‌زایی



این زمینه انواع محصولات گرمایشی تجاری و خانگی، از جمله بخاری‌های فن‌دار، کم‌مصرف و بی‌صدا مخصوص خانه‌های ویلایی، آپارتمان‌ها، فروشگاه‌ها و اماکن اداری و محصولات تجاری با توان گرمایی بسیار بالا مخصوص گرمایش استخر، سالن همایش، کارخانه‌ها، گلخانه‌ها، مرغداری و سوله‌هایی با ابعاد بزرگ را تولید می‌کند.

اطلس نیرو

یکی از شرکت‌کننده‌های این نمایشگاه نماینده آسانسور و پله برقی GYG کره جنوبی بود. این برند توسط گروه Gumyung از کره جنوبی و Hollister-Whitney Elevator Corporation از آمریکا تأسیس و به عنوان یکی از نمایندگان پیشرو در صنعت تولید آسانسور و پله برقی در دنیا مطرح است.

صنایع چوب

صنایع چوبی همواره مورد استقبال قرار می‌گیرد، این نمایشگاه نیز میزبان صنایع چوب آنتیک (تولیدکننده میزغذاخوری، مبلمان اداری و مبلمان خانگی) و آرشان مبل بود.

کالای خواب

یکی از پرطرفدارترین غرفه‌های نمایشگاه‌های فروش کالا، معمولاً کالای خواب مانند تشک و بالشت‌های طبی هستند،



مبلمان تخت خواب‌شو در استان یزد است که در این نمایشگاه شرکت داشت.

فیروزه‌کوبی و میناکاری

این روزها برخی هنرها به دلیل طرفداران بسیار درآمدزایی و اشتغال‌زایی بالایی دارند از جمله این هنرها فیروزه‌کوبی و میناکاری است. یکی از غرفه‌های این دوره از نمایشگاه به آموزشگاه فنی و حرفه‌ای آزاد ترنج اختصاص داشت که علاوه بر این دو هنر ارزشمند، در زمینه آموزش صنایع چوب و فلز، سفال، شیشه و چرم هم فعالیت دارد.

مبلمان تخت خواب‌شو

چیدمان خانه‌های امروزی که اکثراً متراژ بالایی ندارند، سبک خاص خود را می‌طلبد، پس اگر خانه‌تان متراژ بالایی ندارد و یا هر چند وقت یکبار میزبان مهمانانی هستید که شب را در خانه شما سپری می‌کنند و یا نه اگر گاهی شب‌ها هوس خوابیدن جلوی تلویزیون را می‌کنید، مبلمان تخت خواب‌شو بهترین انتخاب برای شما است.

بن نوع مبلمان حاصلی نوآوری و خلاقیت در زمینه‌ی طراحی تخت خواب‌هاست که بیشتر کاربرد آن برای فضاهای کوچک است و مهم‌ترین و اصلی‌ترین مزیت آن‌ها بهینه‌سازی فضا است. مبلمان تخت خواب‌شو زیرمجموعه مبل‌های راحتی و دارای پایه‌های کوتاه، دسته‌های پهن و نشیمنگاه نرم هستند و معمولاً از وزن سبکی برخوردارند و در نتیجه استفاده و جابه‌جایی آن‌ها بسیار راحت است.

کم‌جاکنده نگین کویر اولین و تنها مرکز تخصصی فروش



نواوری، کیفیت و قیمت رقابتی سه معجزه گر رونق بازار لوازم خانگی داخلی



الکترواستیل

شرکت الکترواستیل هم بیش از ۵۰ سال است که در زمینه تولید وسایل برودتی از جمله یخچال فریزر، آب سرد کن و ... فعالیت است و جالب این‌که سه اختراع به نام این شرکت ثبت شده است. این شرکت قادر به تولید سالانه ۳۰۰۰۰ (سی هزار) عدد انواع یخچال، سردخانه، فریزرهای صنعتی و پانصد هزار عدد یخچال و فریزر خانگی می‌باشد.



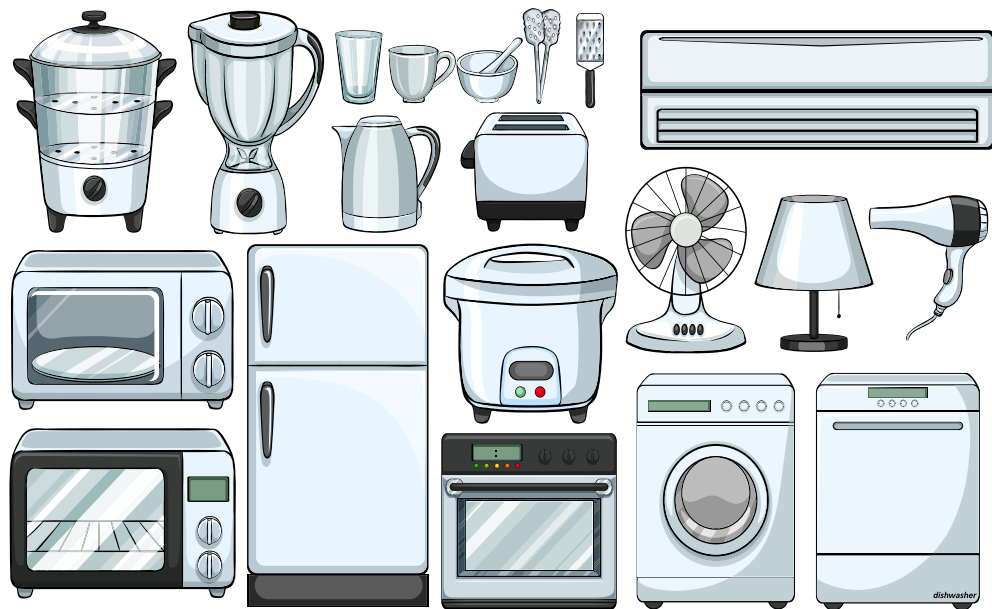
پاکشوما

پاکشوما در سال ۱۳۵۴ خورشیدی تحت برند لیدی واش (Lady Wash) با طراحی صنعتی و تولید انواع لباسشویی نیمه اتوماتیک کار خود را شروع کرد. در ادامه اما طی همکاری با شرکت فیلیپس (Philips) هلند و بعد از آن ال جی (LG) کره جنوبی، پاکشوما به توسعه محصول با آخرین تکنولوژی‌های روز دنیا در حوزه لوازم خانگی به ویژه ماشین لباسشویی پرداخت. گروه پاکشوما با همکاری شرکت‌های تولیدی لوازم خانگی دنیا از جمله هایر اروپا-ایتالیا (Haier Europe) که مشتمل بر برندهای کندی، هوور و زیرووات است و همچنین کمپانی مایدیا (Midea)، محصولات خود را به بازارهای داخلی و بین‌المللی عرضه می‌کند. خانواده محصولات پاکشوما در پنج گروه محصول یخچال و فریزر، ماشین لباسشویی، ماشین ظرفشویی، جاروبرقی و کولرگازی تولید می‌شوند.



همالیبا

همالیبا به‌عنوان یکی از برندهای شناخته شده ایرانی در بازار لوازم خانگی ایران، کار خود را از دهه ۵۰ با تولید یخچال فریزر آغاز کرد و بعد از آن در دهه ۶۰ فعالیت با عرضه یخچال‌های صنعتی و تولید فریزرهای صندوقی خانگی فعالیتش را گسترش داد، اما دهه ۷۰ نقطه عطف این برند بود و دوران طلایی‌اش نیز دهه ۸۰. در کارنامه کاری این برند طی این دهه همکاری با شرکت AEG آلمان و بتاکو ایتالیا، تجهیز خطوط تولید به دستگاه‌های پیشرفته و هوشمند، توسعه شبکه خدمات پس از فروش و ارائه ۳۰ ماه گارانتی برای محصولات دی ده می‌شود. این برند از دهه نود تا به امروز بیشتر بر روی توسعه کارخانه و تکمیل کردن سبد محصولات خود تمرکز کرده است.



ناسیونال ایران با استناد به این سابقه، اقدام به دریافت نمایندگی رسمی برند خوش‌نام پاناسونیک کرد، درواقع نام محصول ناسیونال با توجه به ارتباطات جهانی و تبلیغات در تمام دنیا از ناسیونال به پاناسونیک تبدیل شد و از اول سال ۱۳۸۳ کلیه محصولات ناسیونال با نام پاناسونیک تولید و به بازار عرضه گردید. با این تفاسیر احتمالا تا این لحظه به این نتیجه رسیده‌اید که برند تولیپس با چه پشتوانه‌ای به بازار ایران معرفی شده است.



ایکس ویژن

درسال ۱۳۸۵ مادیران با راه‌اندازی خط تولید تلویزیون‌های X.Vision وارد بازار تجهیزات صوتی و تصویری شد.

این برند ایرانی بوده و قیمت و کیفیت آن به گفته مصرف‌کنندگان در مقایسه با برندهای خارجی قابل قبول است. TCL نیز از برندهایی است که در شهریور ماه ۱۳۹۶ گروه مادیران با آن همکاری خود را شروع کرد. حضور هر دو این برندها (ایکس ویژن و TCL) مورد استقبال خوبی قرار گرفت.

مانیتورها و تلویزیون‌ها، لوازم خانگی (تولید و مونتاژ لوازم خانگی) و خدمات پس از فروش فعالیت می‌کند. گروه مادیران در سال ۱۳۴۳ تحت عنوان "شرکت امیری و شرکاء" بنیان‌گذاری شد و امروز صنایع بسیاری را از لوازم خانگی تا زیست تخریب، پلاستیک، سرمایه‌گذاری ساختمانی و... پوشش می‌دهد.



تولیپس

خیلی از ما نمی‌دانیم اما تولیپس یکی از برندهای تولید کننده لوازم خانگی ایرانی است که تحت نظر شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران شروع به کار کرده و اولین بار در سال ۱۳۸۰ توسط این برند معرفی شده است. رضایت خریداران نشان می‌دهد تولیپس لوازم با کیفیتی را به بازار عرضه کرده است.

جالب است بدانید که شرکت صنایع الکتریکی ناسیونال ایران یکی از قدیمی‌ترین شرکت‌های تولیدی ایرانی است که قدمتش به حدود نیم قرن می‌رسد و در آخرین روزهای دی ماه سال ۱۳۵۱ این شرکت با مشارکت ۷۰ درصدی کمپانی ژاپنی "ماتسوشیتا الکتریک" و دریافت نمایندگی شرکت ناسیونال ژاپن با نام تجاری ناسیونال فعالیت خود را آغاز کرد.

به گفته تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان، همواره یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های صنعت لوازم داخلی، نبود حمایت درست و کارشناسانه از سوی دولت و بانک‌ها بوده است. فعالان این صنعت سرمایه‌بر معتقدند در صورت حمایت بانک‌ها و واگذاری تسهیلات مناسب برای تامین سرمایه در گردش، سرمایه ثابت و خرید و به‌روز کردن ماشین‌آلات، بخشی زیادی از مشکلات آن‌ها حل خواهد شد. یکی دیگر از دغدغه‌های این حوزه که البته شاید بتوان به‌عنوان اصلی‌ترین دغدغه آن را بیان کرد، جلوگیری از واردات کالاهای مشابه و قاچاق کالا است که علی‌رغم درخواست‌های بسیار و در مواردی محدود شدن این روند، همچنان به‌عنوان چالشی جدی برای فعالان مطرح است، هرچند از نظر خریداران و حتی برخی کارشناسان این اتفاق باید زمانی به‌طور کامل رخ دهد که تولیدکنندگان کیفیت تولیدات خود را بالا ببرند و در حال حاضر تنها فضای رقابتی می‌تواند آن‌ها را مجبور به این کار کند. و اما مورد آخر اینکه در ماه‌های گذشته افزایش هزینه حمل و نقل، دستمزد نیروی کار، گران شدن نرخ برق تجاری، افزایش قیمت مواد اولیه و نوسات ارزی سبب شد قیمت تولیدات داخلی با جهشی جدی مواجه شود که همین امر بازار این صنعت را با رکود مواجه کرد، که این نیز به تنهایی معضلی غیرقابل انکار و جدی است.

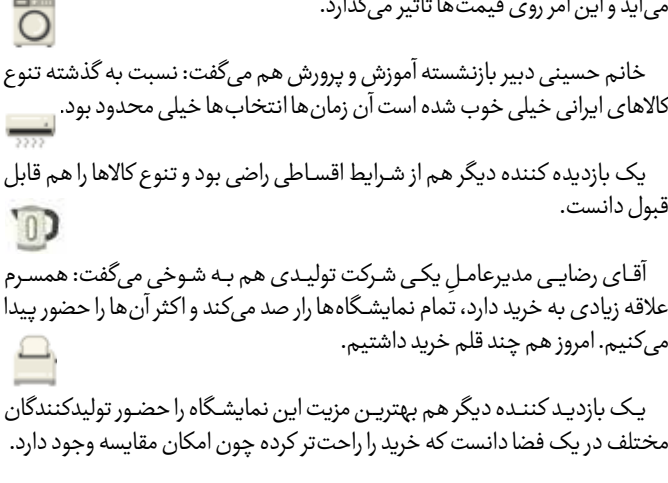
با این تفاسیر طبق آمارها در سال‌های اخیر باوجود تمام چالش‌های بیان شده، روند استقبال از لوازم خانگی تولید داخل تا حدود بسیاری افزایش یافته است که می‌تواند خبر خوبی برای فعالان این عرصه باشد، اما آیا تولیدکنندگان داخلی در آینده‌ای نه چندان دور خواهند توانست بازار لوازم خانگی کشور را به‌طور کامل تامین و رضایت خریداران را باز هم به‌طور کامل جلب کنند؟ در نخستین نمایشگاه فروش اقساطی کالا بانک به‌عنوان یکی از حامیان این صنعت با فعالان همراه شد تا شرایط خرید برای خریداران تسهیل شود. در ادامه در مورد برخی برندهای صنعت لوازم خانگی داخلی حاضر در نخستین نمایشگاه فروش اقساطی کالای ایرانی می‌خوانیم:



مادیران

نام گروه مادیران با سابقه حدود ۶۰ ساله در ابتدا به‌عنوان خدمات‌رسان و پشتیبان محصولات الکترونیک و ماشین‌های اداری شناخته می‌شد اما در حال حاضر این شرکت در ۳ حوزه صنایع الکترونیک (تولید و مونتاژ





فلاحی

گروه خودرویی

همون جاییه که با نشان اعتماد
انتخاب شما را تضمین میکنه

همراه با ۳ شعبه فعال در استان یزد:

شعبه ۱: میدان ابوذر به سمت شهدای محراب

شعبه ۲: میدان معلم به سمت سه راه حکیمیان

شعبه ۳: بلوار جمهوری بین کوچه ۶۸ و ۶۶

۰۳۵۳۵۲۶۳۵۰۰