گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۵۸۰۹
دوشنبه ۳۰ شهریور ۱۴۰۵ ۱۰:۲۱

احسان ایرانی، مدیر مجموعه دکو فراز:

تلفیق خلاقیت و نوآوری؛ کلید فتح بازارهای جهانی در صنعت درب‌های ضدسرقت

صادرات تکیه بر ظرفیت‌های تولید داخلی، بهره‌گیری از مواد اولیه بومی، توجه به خلاقیت و نوآوری در طراحی و رفع موانع صادراتی، از مهم‌ترین محورهای مطرح‌شده در حوزه صنعت درب‌های داخلی و ضدسرقت است؛ رویکردی که می‌تواند زمینه حضور گسترده‌تر تولیدکنندگان ایرانی در بازارهای منطقه و توسعه صادرات این صنعت را فراهم کند.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، احسان ایرانی، با اشاره به فعالیت خود در حوزه تولید درب‌های داخلی و ضدسرقت، ظرفیت‌های موجود در کشور را قابل توجه دانست و اظهار کرد: این صنعت از نظر دسترسی به مواد اولیه، به‌ویژه آهن و فولاد، از ظرفیت مناسبی برخوردار است.

ظرفیت‌های داخلی؛ پشتوانه‌ای برای توسعه صنعت

ایرانی توضیح داد: تولید درب ضدسرقت به مجموعه‌ای از محصولات و مواد اولیه نیاز دارد و بخش مهمی از این نیازها در داخل کشور قابل تأمین است. به گفته وی، در حوزه آهن و فولاد، تولیدات داخلی از ظرفیت مناسبی برخوردارند و امکان استفاده از مواد اولیه تولید داخل وجود دارد.

وی همچنین با اشاره به ظرفیت کشور در زمینه چوب طبیعی بیان کرد: ایران به دلیل برخورداری از تنوع اقلیمی، به انواع مختلف چوب طبیعی دسترسی دارد و این موضوع از نظر کیفیت و صرفه اقتصادی می‌تواند یک مزیت برای صنعت درب محسوب شود.

این فعال حوزه تولید معتقد است ترکیب ظرفیت‌های موجود در بخش فولاد، چوب و سایر مواد اولیه، در صورت ایجاد حمایت‌های لازم، می‌تواند زمینه رقابت تولیدکنندگان ایرانی در بازارهای منطقه را تقویت کند و به افزایش ارزآوری منجر شود.

تسهیل صادرات؛ گامی برای حضور پررنگ‌تر در بازارهای جهانی

ایرانی در ادامه درباره راهکارهای توسعه صادرات این صنعت، بر ضرورت حمایت بیشتر از صادرکنندگان تأکید کرد و گفت که این حمایت باید در بخش‌های مختلف زنجیره صادرات مورد توجه قرار گیرد.

وی حمل‌ونقل، فرآیندهای گمرکی و دادوستدهای مالی با بانک‌های کشورهای همسایه را از جمله حوزه‌هایی دانست که تسهیل آن‌ها می‌تواند مسیر فعالیت صادرکنندگان را هموارتر کند.

به گفته ایرانی، اگر در این سه حوزه شرایط برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان آسان‌تر و شفاف‌تر شود، امکان حضور گسترده‌تر محصولات ایرانی در بازار کشورهای همسایه فراهم خواهد شد.

بازارهای منطقه و ظرفیت رقابت تولیدکنندگان ایرانی

ایرانی با اشاره به بازار عراق، ساخت‌وساز در این کشور را یکی از ظرفیت‌های قابل توجه برای توسعه صادرات دانست و توضیح داد: در حال حاضر بخش قابل توجهی از درب‌های مورد استفاده در بازار عراق از ترکیه تأمین می‌شود.

وی با مقایسه شرایط تولیدکنندگان ایرانی و ترکیه‌ای عنوان کرد: از نظر کیفیت، تفاوت چشمگیری میان محصولات وجود ندارد، اما اختلاف قیمت می‌تواند قابل توجه باشد. از نگاه وی، تسهیل فرآیندهای مالی و صادراتی می‌تواند فرصت بیشتری برای حضور تولیدکنندگان ایرانی در چنین بازارهایی ایجاد کند.

او همچنین به ظرفیت کشورهای شرقی و کشورهای حاشیه خلیج فارس اشاره کرد و افغانستان و عمان را از جمله بازارهایی دانست که می‌توان در آن‌ها زمینه فعالیت بیشتری در حوزه‌های مرتبط با صنعت ساختمان ایجاد کرد.

خلاقیت و نوآوری؛ رویکردی در طراحی محصولات ساختمانی

مدیر مجموعه دکو فراز در بخش دیگری از سخنان خود، خلاقیت و نوآوری را از مؤلفه‌های مهم در صنعت ساختمان دانست و اظهار کرد: تحولات این حوزه طی دو دهه اخیر، توجه به ایده‌های نو و ابتکار در طراحی و تولید را بیش از گذشته مورد توجه قرار داده است.

ایرانی افزود: با وجود محدودیت‌های موجود، تلاش شده است ظرفیت‌های خلاقانه در طراحی و تولید برخی محصولات مورد استفاده قرار گیرد. وی در همین زمینه به طراحی چند مدل درب با الهام از هنر و معماری ایرانی اشاره کرد و گفت این طرح‌ها با تکیه بر دانش و توانمندی داخلی شکل گرفته‌اند. به گفته وی، در کنار استفاده از الگوهای کلاسیک، توجه به طراحی‌های مدرن با رویکرد اسلامی نیز از جمله محورهایی بوده که در فرآیند طراحی

محصولات مورد توجه قرار گرفته است.

رسانه؛ پل ارتباطی میان تولید و بازار ایرانی

در بخش پایانی این گفت‌وگو، نقش رسانه را در معرفی ظرفیت‌های تولیدی و تخصصی کشور مهم دانست و تأکید کرد که اطلاع‌رسانی دقیق و حرفه‌ای می‌تواند زمینه آشنایی بیشتر مخاطبان با توانمندی‌های واحدهای تولیدی را فراهم کند.

وی با اشاره به توسعه فعالیت‌های رسانه‌ای و حضور گسترده کسب‌وکارها در فضای مجازی، بر اهمیت انتشار اطلاعات دقیق و قابل استناد تأکید کرد و افزود: معرفی ظرفیت‌های واقعی تولید، زمانی اثرگذارتر خواهد بود که بر پایه مشاهده و شناخت مستقیم از فرآیندهای تولید انجام شود.

ایرانی، همچنین حضور رسانه‌ها در واحدهای تولیدی و تهیه گزارش از خطوط و فرآیندهای واقعی تولید را فرصتی برای معرفی شفاف‌تر توانمندی‌های صنعتی کشور دانست؛ رویکردی که می‌تواند به شناخت بهتر بازار از ظرفیت‌های تولید داخلی و ایجاد ارتباط مؤثرتر میان تولیدکنندگان و مخاطبان کمک کند.

ایرانی معتقد است معرفی ظرفیت‌های تولیدی از طریق رسانه، علاوه بر آثار داخلی، می‌تواند در سطح بین‌المللی نیز به شناخته‌شدن توانمندی‌های صنعتی کشور کمک کند و مسیر ارتباط میان ظرفیت‌های تولید و بازارهای خارجی را تقویت سازد.