

Товарный патриотизм

На выставке «Сделано в Казахстане», прошедшей в столице в минувшие выходные, предприятия легкой промышленности показывали товар лицом, а также собирали мнения и пожелания потребителей для дальнейшего совершенствования.

В холле Казахского агротехнического университета имени С.Сейфуллина компактно расположенные торговые места создавали иллюзию небольшой массы товара. Но при более глубоком погружении, примерках и выборе оказывалось, что представлены вещи крайне необходимые. Смешные жилетки в виде дракончиков, яркие курточки поражали своей дешевизной и хорошим качеством. По соседству располагались стойки с дождевиками, необходимыми для защиты от столичных осадков с ветром, когда зонт бесполезен. Рядом манили кокетливые шляпки, которые особо ни от чего не защищали, но дополняли и украшали. Руки сами тянулись к изящным головным уборам со стразами, цветами, перышками. А еще были на ярмарке прекрасные мужские и женские костюмы, рубашки, меховые изделия, трикотаж.

— Такого рода выставки-ярмарки организуют не первый год. Они проводились и государственными компаниями (например, АО «Национальное агентство по развитию местного содержания «NADLoC»), и НПП. Отличие данного мероприятия в том, что оно организовано без привлечения бюджетных средств, без какой-либо государственной помощи, силами самих производителей, — сказал председатель Ассоциации «Сделано в Казахстане» Кайрат БЕКТУРГЕНЕВ.

Организаторами выставки-ярмарки выступили Ассоциация товаропроизводителей «Сделано в Казахстане», Консорциум «Жасампаз», Союз предприятий легкой промышленности и КазАТУ.

— В этом году решили провести традиционную ярмарку «Сделано в Казахстане» в стенах университета, так как в Год молодежи хотели показать студентам, что у нас есть предприятия, которые выпускают достойную продукцию. Меня самого удивила информация о том, что шымкентские производители постельного белья поставляют товар для одной очень известной зарубежной фирмы, — пояснил Кайрат Бектургенев.

По его словам, в нынешней выставке участвовали 22 казахстанские компании из более 100, причем все они — МСБ. А основное преимущество малых и средних предприятий в том, что они могут производить товары малыми партиями с учетом пожеланий заказчиков.

— У вас прекрасные мужские рубашки, — обратилась к представителям швейного предприятия посетительница выставки. — Но часто такого типа блузки ищут, но не могут найти женщины.

Ответ последовал через 10 минут. Торговый представитель сообщила, что женские рубашки скоро будут сшиты, и если есть такое желание, могут даже привезти.

— Такие мероприятия нужны на системной основе для популяризации продукции, узнаваемости компаний. Важное значение имеет поддержка населения, установление контакта с покупателями, получение от них предложений по видам продукции, которую они хотели бы видеть и покупать, — сказал глава Ассоциации «Сделано в Казахстане».

По его словам, товарный патриотизм невозможен без активного продвижения продукции. Кроме того, представители легкой промышленности ждут реализации указания Елбасы о поддержке отрасли. Для защиты внутреннего рынка все страны используют различные меры защиты тарифной и нетарифной защиты.

— Без поддержки государства легкой промышленности невозможно будет развиваться дальше, так как в отрасли существуют системные проблемы — от таможенных пошлин на ввоз тканей, которые не производятся в Казахстане, производства нитей, переработки шерсти, обработки шкур и заканчивая доступом производителей к товарным полкам, — заметил наш собеседник.