

در گفتگو پنجره ایرانیان با امیر مسگر نژاد مطرح شد؛

فضا آرام می‌شود با پروفیل دروپنجره آبایان



اشاره

پنجره ایرانیان؛ شرکت آبایان پلیمر صنعت جنوب پارس حدود یک و نیم دهه پیش در زمانی که بحث‌های مربوط به مبحث ۱۹ و صرفه‌جویی مصرف انرژی در صنعت ساختمان روی بورس بود، در زمینه تولید دروپنجره یوپی‌وی‌سی اقدامات خود را برای تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی آغاز کرد و پس از راه‌اندازی کارخانه تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی با برند «آبایان» کم‌کم زمینه حضور خود در بازار پروفیل را فراهم کرد. آن طور که «امیر مسگر نژاد»، مدیرعامل و سهامدار این شرکت گفته است: سیاست اصلی شرکت آبایان بر پایه کیفیت، استاندارد و رعایت حقوق مصرف‌کننده است که با به‌کارگیری ماشین‌آلات مدرن، مواد اولیه درجه‌یک و پرسنل متخصص و باتجربه، محصولی با کیفیت و استاندارد به بازار عرضه کرده است.

بنا به گفته آقای مسگر نژاد، مجموعه آبایان از اواخر سال ۹۶ که فعالیت تولیدی‌اش را آغاز کرد، همواره در حال توسعه بوده و با برنامه‌ریزی‌های مداوم و زیرساخت‌هایی که فراهم کرده به زودی تعداد خطوط تولید خود را خط افزایش خواهد داد. در زمان برگزاری شانزدهمین نمایشگاه دروپنجره تهران، با «امیر مسگر نژاد»، مدیرعامل آبایان گفت‌وگویی انجام داده‌ایم که در ادامه مشروح آن را می‌خوانیم:

تعدد را به عنوان یک فرصت در نظر گرفته‌ایم و موضوعی است که باعث فعالیت بیشتر در مجموعه آبایان شده چون بازارهای مختلفی ایجاد کرده‌ایم. این موقعیت به ما فرصت می‌دهد که در یک بازار محدود نشویم و وقتی در یک بازار تقاضا کم باشد، در همان حال تقاضا از محصول دیگر بیشتر می‌شود و ما می‌توانیم در بازار موازنه ایجاد کنیم.

در منابع رسمی تاکید می‌شود عرضه در بازار پروفیل، بسیار بیش‌تر از تقاضا است. طبیعی است در این صورت، شرایط بازار تغییر می‌کند. آبایان برای این موضوع چه تدابیری اندیشیده است؟

واقعیت این است من به عنوان کسی که ده تا دوازده سال در این صنعت هستم به این موضوع اعتقادی ندارم که عرضه پروفیل یوپی‌وی‌سی بیشتر از تقاضا است. ما در کشورمان متأسفانه آمار دقیقی نداریم که بخواهیم مستند حرف بزنیم. به نظر من این تصور به این دلیل به وجود آمده که تنوع برندهای تولیدکننده پروفیل زیاد است و این موضوع باعث چنین تصویری شده است اما وقتی ما پای صحبت مشتری‌ها می‌نشینیم از تأخیر در تحویل گله‌مند هستند، این نشان می‌دهد عرضه آن‌چنان که می‌گویند نیست چون اگر می‌بود تأخیر در تحویل به وجود نمی‌آمد. این حالت یعنی اینکه تقاضا بیشتر از عرضه است نه عرضه بیشتر از تقاضا. به نظر من مشکل اساسی ما در بازار پروفیل یوپی‌وی‌سی، این است هنوز نتوانسته‌ایم به بازار پروفیل اصالت بدهیم. در صنعتی مانند آلومینیوم ما بازار اصیل‌تری داریم که شامل تمام مراتب آن از مشتریان تا تولیدکنندگان می‌شود. ما در صنعت پروفیل یوپی‌وی‌سی، شاهد حضور افراد نوپایی بوده‌ایم که صرفاً خواسته‌اند، وارد یک صنعت بشوند. متأسفانه مدیریت هم ضعیف بوده و امور بازار در دست این گروه قرار گرفته است.

به هر روی می‌خواهم این را بگویم که من اعتقادی به این که عرضه بیشتر از تقاضا

همان‌طور که اطلاع دارید، ما در هر شماره مخاطبان جدید داریم که ممکن است به‌رغم شناخت دیگران از مجموعه آبایان، هنوز این مجموعه را نشناسند بنابراین سوال آغازین این است که شرکت آبایان چه محصولاتی تولید می‌کند؟

آبایان در این سال‌ها با تولید و فروش مقاطع متنوع پروفیل یوپی‌وی‌سی همیشه در تلاش بوده تا فعالیت تولیدی و خدمات خود را با نگاه و نظرات مخاطبان همراه کند. رعایت کیفیت در تولید و ایجاد ارزش‌افزوده بیشتر برای مصرف‌کننده از جمله مسئولیت‌هایی است که آبایان در قبال جامعه مخاطبان خود و هم‌راستا با شرایط بازار و نیاز جامعه احساس می‌کند. بر همین اساس، شرکت آبایان در حال حاضر سه رده پروفیل با نام تجاری آبایان پلاس، آبایان گرین و آبایان اکو تولید و به بازار عرضه می‌کند. به تازگی نیز سه محصول جدید به سبد کالایی ما اضافه شده است. سقف کاذب، تایل ۶۰ در ۶۰؛ ورق فومیزه با ضخامت ۸ تا ۱۶ میل که برای ساخت کمد‌های ضدآب استفاده می‌شود. علاوه بر آن تولید لاستیک درزگیر را نیز در دستور کار قرار داده‌ایم پیشرفت کار این طور است که اکنون ماشین‌آلات تولید این خط رسیده و تولید آزمایشی آن نیز انجام شده و به امید خدا در چند ماه آینده به تولید انبوه می‌رسد.

با این توضیح که دادید به نظر می‌رسد تعدد محصول دارید. این تولیدات هر کدام ماشین‌آلات مختص به خود دارد. سوال این است وقتی تمرکز روی یک محصول نباشد از نظر مدیریتی مشکلی پیش نمی‌آید؟

ببینید! اگر در دو یا چند حوزه مختلف کار انجام شود ممکن است حرف شما درست باشد اما پایه تمام محصولات ما پلیمری است. یعنی ما از یک صنعت به صنعت دیگر ورود نکرده‌ایم. این‌ها همه با هم مرتبط هستند و همه مربوط به ساختمان است. اتفاقاً ما این



است ندارم و در مجموعه آبیان هم صرفاً بر روی توسعه محصولات تمرکز کرده‌ایم. در بازار پروفیل یوپی‌وی‌سی، تعداد زیادی از تولیدکنندگان حضور دارند. در چنین بازاری شما باید، ویژگی‌هایی داشته باشید تا یک مشتری سراغ‌تان بیاید. آبیان چه ویژگی‌هایی دارد که بخواهد مشتریان را جذب کند؟

بی هیچ مقدمه‌ای عرض می‌کنم داشتن تیم خوب در چنین شرایطی بسیار مهم است؛ آبیان همیشه به تیم خوش افتخار کرده است و توانسته است با مشتریان ارتباط مناسبی برقرار کند طوری که آن‌ها نیز این تیم را دوست دارند. از همه مهم‌تر کیفیت محصولات ما است که همیشه در دستور کار بوده است. ما در چالش‌های بازار، هیچ زمان کیفیت را کاهش نداده‌ایم و این موضوع اولویت اول مان بوده است. به تبع آن، قیمت هم مهم است. ما توانسته‌ایم هم‌زمان با کیفیت، قیمت را متعادل کنیم که این موضوع نیز بسیار مهم است. ما با این موارد توانسته‌ایم مشتریان وفاداری داشته باشیم و مشتری جدید بیشتری هم به همکاری با ما ترغیب شده‌اند.

در حال حاضر در شانزدهمین نمایشگاه صنعت در و پنجره حضور داریم. مجموعه شما با چه دستور کاری، در نمایشگاه حاضر شده است؟

ما امسال از نظر تبلیغاتی با یک سناریوی خاصی وارد نمایشگاه شده‌ایم. سناریوی ما این بود که به اهالی این صنعت کیفیت بالای محصولات آبیان را یادآوری کنیم. بر این اساس تم تبلیغاتی ما با پایه فضا طراحی شد تا این پیام را برساند که آوازه محصولات آبیان فراتر از زمین رفته و به فضا رسیده است. ان‌شاءالله تیزر این تبلیغات را هم در صدا و سیما و فضای مجازی، منتشر می‌کنیم. اگر دقت کنید، غرفه آبیان را نیز بر همین اساس طراحی کرده‌ایم و در تمام محیط از پارامترهایی که شباهت به سفینه فضایی دارد، استفاده شده است.

آیا در این نمایشگاه، محصول جدید هم ارائه کرده‌اید؟

ما در مجموعه آبیان مدام تغییر و تحول داریم. اواخر سال گذشته قالب‌هایی اضافه کردیم و قالب‌های قدیمی را تکمیل کرده‌ایم. حتی برخی از قالب‌های موجود را برای افزایش کیفیت، بازتعریف کرده‌ایم. بحث این است که ما مدام توسعه در زمینه قالب‌ها و مقاطع در دستور کار داریم. این خبر را هم بدهم که ظرفیت تولید ما در حال تکمیل است. ماشین‌آلات مورد نیاز خط‌های جدید رسیده و در حال نصب و تکمیل است. به امید خدا، امسال ظرفیت ما ۴ برابر می‌شود و به زودی نیاز مشتری‌های موجود را که از تحویل با تاخیر گله داشتند برآورده می‌کنیم.

سوالات من تمام شده است اگر موضوعی قابل تأکیدی مانده یا سخن پایانی بفرمایید.

تأکیدی که من دارم این است که این صنعت درست نمی‌شود مگر این که فکری به

حال اصالت آن کنیم. ما در صنعت آلومینیوم می‌بینیم که همه بر قیمت، کیفیت و دیگر پارامترهای تولید، متحد هستند. در زمینه شرایط پرداخت، و... نیز تصمیمات یکسان دارند اما در زمینه پروفیل یوپی‌وی‌سی فعالان می‌خواهند افزایش فروش را با ارزان‌تر کردن قیمت، کاهش کیفیت و تحویل دیرتر یا شرایط پرداخت درازمدت، تامین کنند. این گروه سعی دارند، رقابت را با این شیوه‌ها پیش ببرند اما این عملکرد باعث می‌شود مشتریان نسبت به این صنعت بی‌اعتماد شوند. قیمت پایین، کیفیت را کاهش می‌دهد و مشتریان را بی‌اعتمادی خواهد کرد به همین دلیل است که می‌بینید محصولی که در دنیا حرف اول را می‌زند در ایران ما در حال ضعیف شدن است و دارد حذف شود. اگر کسی این مباحث را کنترل نکند، نمی‌شود کار دیگری برای این صنعت انجام داد. ما سعی داریم در مجموعه خودمان در حد مقدرات، این اصالت را ایجاد کنیم و با جذب مشتریانی که وفادار هستند و بر استراتژی‌های ما تأکید دارند و از آن حمایت می‌کنند، مسیر رسیدن به اصالت بیشتر را طی کنیم.

