

مدیرعامل پروفیل مرکزی در گفت‌وگو با پنجره‌ایرانیان؛

می‌خواهیم در بازارهای جهانی بدرخشیم



اشاره

پنجره‌ایرانیان؛ آلومینیوم جزو فلزات بسیار پرکاربرد در صنایع مختلف است. این فلز دامنه گسترده‌ای از استفاده در صنایع حساس و غیر حساس را دارد. از این فلز هم در کیت‌های الکترونیکی و هم در صنعت ساختمان استفاده می‌شود. آن طور که کارشناسان می‌گویند، ویژگی‌هایی چون شکل‌پذیری عالی، جوشکاری خوب، استحکام در برابر وزن بالا و خوردگی، سبب شده آلیاژهای آلومینیوم کاربرد گسترده‌ای در سازه‌ها و صنایع مختلف داشته باشند. در صنعت ساختمان نیز از این فلز پیش از این به صورت پروفیل‌های نرمال برای ساخت درو پنجره استفاده می‌شد و حالا با پیشرفت علم و فناوری، نمونه‌های نوتری از پروفیل‌های قدیمی آلومینیوم به بازار آمده تا هم از زیبایی این فلز در ساختمان‌ها استفاده شود و هم مصرف انرژی ساختمان تحت کنترل باشد.

در این زمینه البته تولیدکنندگان مختلفی با نشان‌های تجاری و و برندهای مختلف، محصولاتشان را روانه بازار کرده‌اند و در حال تامین نیاز بازار هستند. شانزدهمین نمایشگاه بین‌المللی درو پنجره و صنایع وابسته، فرصتی به وجود آورد تا بتوان با بخشی از این تولیدکنندگان گفت‌وگو کنیم و از کم و کیف محصولاتی که به بازار ارائه می‌کنند، اطلاعاتی به دست آوریم. شرکت گلبار پروفیل مرکزی، یکی از این تولیدکنندگان است که با آقای مرتضی گل‌محمدی مدیرعامل آن، به تبادل نظر در زمینه محصولات تولیدی این مجموعه پرداخته‌ایم. آنچه در ادامه آمده است، مشروح پرسش‌های ما و پاسخ‌های آقای گل‌محمدی است:

ما در حدود سال ۱۳۹۰ در استان مرکزی کار را به صورت مدرن آغاز کردیم هر چند پیش از آن با یک دستگاه پرس اکستروژن، فعالیت داشتیم. و اکنون این مجموعه در زمینی به مساحت ۶ هزار مترمربع با سه سالن فعال و خط رنگ الکترواستاتیک تمام‌خودکار و چهار دستگاه پرس اکستروژن با ظرفیت ۴۰۰۰ هزار تن در حال فعالیت است و قرار است فاز جدید کارخانه با بیش از ۳۰ هزار مترمربع توسعه پیدا کند. ما در گلبار با استفاده از کادری مجرب و متخصص و همچنین ماشین‌آلات و خطوط تولید پیشرفته، ساخت انبوه محصولات و مقاطع آلومینیومی با برندهای خاص شرکت که شامل «گلبار پروفیل مرکزی»، «ست آلومین» و «آگل» است، می‌کوشیم تا همان‌طور که تا به امروز هدفمان جلب رضایت مشتری‌های عزیز بوده است همچنان این ویژگی در دستور کار شرکت قرار دارد. باید تاکید کنم حضور گسترده محصولات گلبار در بازارهای داخلی و صادرات به کشورهای دیگر افتخاری است

بد نیست برای آغاز بحث، اطلاعاتی از مجموعه تحت مدیریتتان در اختیار مخاطبان نشریه تخصصی پنجره‌ایرانیان قرار دهید تا با محصولات این مجموعه بیشتر آشنا شوند...

موافقم. بگذارید از آغاز داستان شرکت گلبار پروفیل مرکزی بگویم. شرکتی که به‌عنوان یکی از تولیدکنندگان در حوزه صنعت آلومینیوم و تولیدکننده مقاطع اختصاصی ساختمانی و صنعتی فعال است. شرکت گلبار پروفیل مرکزی، با سابقه حدود ۱۵ ساله کار خود را با یک پرس اکستروژن آغاز کرد و در زمینه تولید مقاطع اختصاصی نرمال و ترمال فعال شد و اکنون بعد از ۱۵ سال با ۴ پرس اکستروژن و کوره ریخت دی‌سی با ظرفیت تولید ۳۵ تن بلیت ۶۰_۶۳ و نیز دو خط رنگ با ظرفیت روزی ۳۰ تن رنگ‌کاری و همچنین خط آنادایز تمام‌اتومات در حال فعالیت است.



بلیتهایی در سایزهای مختلف اعم از ۵، ۶ و ۸. ما علاوه بر مصرف مجموعه خودمان تا روزی ۳۰ تن می‌توانیم بلیت در اختیار همکاران قرار دهیم. موضوع دیگر این است که به هر حال ما داریم ۱۵ سال کار می‌کنیم. اگر یک پرس اکستروژن ما در این چند سال به ۴ پرس تبدیل شده است اگر ده مشتری ابتدایی ما به ۱۰۰ مشتری تبدیل شده و به همان ترتیب در حال افزایش است. اگر تولیدات ما از سطح داخلی فراتر رفت و علاوه بر ایران، به کشورهای مختلف خلیج فارس و افغانستان رسید. این‌ها همه موهون کیفیت محصولات ما بوده است و این ویژگی ماست.

در کار شما خدمات پس از فروش هم معنا دارد؟ اگر بله چه خدماتی ارائه می‌دهید؟

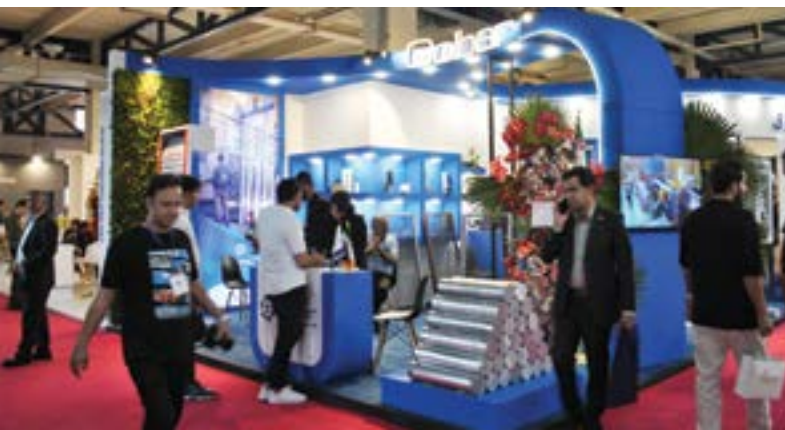
بله. یکی از ویژگی‌های ما در خدمات پس از فروش ما است به طوری که تمام محصولات ما چه محصولات ساختمانی، چه تیغه کرکره یا هر محصول دیگری که باشد، ضمانت دارند. ما خرده فروشی در مجموعه نداریم اما نمایندگان ما به پشتوانه مجموعه اصلی، برای هر محصول خدمات قابل توجهی دارند و اگر ایراد یا اشکالی در محصول وجود داشت حتما محصول قابل تعویض است.

در نمایشگاه، محصول جدیدی هم ارائه کرده‌اید؟

بله ما سیستم‌های جدید مقاطع دروپنجره را در این دوره ارائه داده‌ایم و علاوه بر آن، تیغه کرکره را به سبب محصولات اضافه کردیم. سیستم ترمال بریک، لامل لیفت را نیز به نمایشگاه آوردیم. درهای کرکره‌ای نیز جزو همین محصولات است که از یک سال نیم پیش‌تر تولید آن‌ها را در دستور کار داریم و در نمایشگاه نیز به مشتریان ارائه داده‌ایم.

معمولا شرکت‌های در حال رشد، برنامه‌های توسعه‌ای دارند. شما هم چنین برنامه‌ای دارید؟

قطعا. ما سال گذشته ۵۰ نیرو داشتیم و امروز بالای ۱۰۰ نفر در مجموعه ما استخدام شده‌اند. این خودش نشانه این است که شرکت در حال حرکت رو به جلو است. وقتی به کارگیری نیروی انسانی در عرض یک سال بیش از ۱۰۰ درصد رشد می‌کند یعنی پشت این اقدام، یک برنامه است. برای سال آینده نیز همین است. در فاز بعدی ما افزایش صادرات را در دستور کار داریم و می‌خواهیم محصولاتی تولید کنیم که کیفیت جهانی باشد تا ما را به بازار جهانی فکر می‌کنیم سوق دهند. ما می‌خواهیم در بازارهای جهانی بدرخشیم و با آنها رقابت داشته باشیم.



که به‌واسطه کیفیت بالا، نوآوری و مطابق با استانداردهای روز دنیا در محصولات به دست آورده‌ایم. ما تلاش می‌کنیم تا با انتقال دانش و تجربیات ارزشمند به دیگر صنایع، شرکای سازمانی و مشتریان و مخاطبین گلبار، زمینه‌ساز اعتلای صنعت کشور باشیم.

اگر قرار باشد لیستی از خدمات و محصولاتی که در گلبار پروفیل مرکزی انجام می‌شود، ارائه دهید، این لیست شامل چه مواردی است؟

ما در گلبار به ترتیب محصولات و خدمات زیر را ارائه می‌دهیم: تولید انواع مقاطع آلومینیومی برای کاربردهای گوناگون؛ خط رنگ الکترواستاتیک تمام اتوماتیک و رباتیک با امکان ارائه رنگ‌های متنوع و دکورال؛ عرضه انواع ورق آلومینیومی در ابعاد و ضخامت‌های متفاوت با توجه به نیاز مشتری؛ بازرگانی شمش و بیلت استاندارد ایرالکویی و بیلت دی‌سی در آلیاژهای مختلف؛ ارائه متنوع و گسترده‌ای از قالب‌های اکستروژن؛ ارائه خدمات آبداری و آنادایزینگ با کیفیت بالا؛ و نیز خرید و فروش انواع شمش و بیلت با مواد اولیه استاندارد و بازاریافتی. این نکته را باید عرض کنم که ما در این مجموعه از صفر شروع کرده‌ایم و از قضا کار در آن آغاز تقریباً یک و نیم دهه پیش به صورت سنتی شروع شد اما امروز تمام سیستم‌های آلومینیومی را با فناوری روز ارائه می‌دهیم.

در شانزدهمین دوره نمایشگاه در وینجره و صنایع پنجره حضور یافته‌اید.

سوال مشخص درباره این موضوع این است که چندمین دوره حضور شما در این نمایشگاه است و آیا انتظاری که قبلاً از حضور در نمایشگاه داشتید، برآورده شده است یا خیر؟

ما اولین دوره حضورمان در این نمایشگاه است و به نظرم این نمایشگاه عالی بود و برای ما بازخورد خوبی داشت. تصور من قبل از برگزاری چیزی بود که بعد از برگزاری کاملاً تغییر پیدا کرد. به نظرم بازخورد نمایشگاه دو یا سه برابر انتظار ما بود.

تمرکز شما در طول دوران فعالیت بر چه موضوعی بوده است؟

ما در گام نخست از همان روز اول بر موضوع کیفیت تمرکز کردیم دلیل این موضوع هم جلب رضایت مشتریان بود. اما همه این اقدامات، اقدامات اقتصادی است و ما علاوه بر تولید و سوددهی و بازدهی کیفیت، یک موضوع دیگر را هم در دستور کار داریم و آن عشق و علاقه است که برای تولید با کیفیت داریم. وقتی مشتری زنگ می‌زند و از کیفیت محصول، تعریف می‌کند، وقتی همه مرتبطان مجموعه از نصاب و مونتاژ کار گرفته تا دیگران، همه راضی‌اند، این انرژی‌ای به وجود می‌آورد که ما از کار می‌گیریم و برای ما اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد.

یکی از سوالات ما درباره بازار است. به هر حال در بازار همکاران شما محصولاتی مانند همین محصولات ارائه می‌کنند شما باید ویژگی یا ویژگی‌های خاصی داشته باشید تا من به عنوان مشتری سراغ شما بیایم. این ویژگی‌ها در مجموعه شما چیست؟

یکی از مواردی که ما در حوزه خودمان به آن ویژگی خاص می‌گوییم این است که می‌توانیم «بلیت» به همکارانی که اکستروژن دارند و دیگر تولیدکنندگان ارائه دهیم.