

مدیر عامل نمای شهر در گفت‌وگو با پنجره ایرانیان مطرح شد:

گواهی A++ شرکت بزرگ آکپا را داریم



اشاره

پنجره ایرانیان: شرکت بنا نمای شهر تبریز از سال ۱۳۸۳ با عنوان تجاری نمای شهر، فعالیت خود را در زمینه طراحی و اجرای نمای مدرن ساختمان، تولید در و پنجره ترمال بریک و نرمل و انواع سازه‌های فلزی آغاز کرده است و آن طور که آقای پیمان سلطانی مدیرعامل این شرکت توضیح داده است: تا کنون با بیش از ۳۰۰ پروژه بزرگ و کوچک را اجرا کرده و تعدادی پروژه مطرح پنجره ترمال بریک را در اقصی نقاط کشور انجام داده است. سلطانی می‌گوید: ما در این سال‌ها خواسته‌ایم سهمی هر چند کوچک در آبادانی شهرهای کشور عزیزمان ایران داشته باشیم و برای نیل به اهداف سازمانی شرکت و بالا بردن کیفیت و جذب رضایت مشتری، اقدام به تأسیس کارخانه تمام اتوماتیک ساخت و مونتاژ در و پنجره ترمال بریک، نرمل، اختصاصی و انواع سیستم‌های نمای مدرن کرده‌ایم. با آقای سلطانی در غرفه این شرکت در نمایشگاه در و پنجره تبریز به گفت‌وگو نشستیم که شرح آن در ادامه می‌آید:

این پنجره‌ها چه ویژگی‌ای دارند که نام هوشمند روی آنها گذاشته‌اید؟ این پنجره‌ها روی بوی گاز حساس هستند. وقتی گاز در محیط خانه از حد استاندارد بیشتر شود، این پنجره‌ها خطر را احساس می‌کنند و به صورت اتومات باز می‌شوند.

چه شد که دنبال تولید این نوع پنجره رفتید؟

ما نماینده رسمی و مجاز کارخانه آکپا هستیم. این کارخانه طی سال‌های فعالیت خود همواره تلاش کرده است، در رقابت با شرکت‌های خارجی محصولات نوین را وارد چرخه تولید کند. این کار را همیشه ما و دیگر همکاران تحسین کرده‌ایم و باعث افتخار ماست. آکپا به جای اینکه بیاورد با تولید کنندگان داخلی رقابت کند، همیشه سعی کرده رقابت را در سطحی بالاتر و با شرکت‌های خارجی صاحب نام پیش ببرد. این باعث ایجاد مزیت برای آکپا شده است که همیشه از دیگر تولیدکنندگان داخلی، یک گام جلوتر است. بنابراین تولید این پنجره‌ها ایده خود ما نیست و در اصل الهام گرفته از اقداماتی است که آنها انجام داده‌اند.

دوره‌های قبل هم در این نمایشگاه شرکت کرده‌اید؟

بله. ما در تمام دوره‌های نمایشگاه صنعت ساختمان در تبریز و تهران، شرکت کرده‌ایم. **با توجه به اینکه تجربه خوبی از حضور در نمایشگاه‌ها دارید، اگر بخواهید این دوره از نمایشگاه را با دوره‌های دیگر مقایسه کنید، به نظر تان چگونه است؟**

به نظر من یکی از نقاط قوت، فصل برگزاری نمایشگاه است. افرادی که در این فصل از سال به نمایشگاه می‌آیند، افرادی نیستند که برای گذراندن وقت و زمان به نمایشگاه آمده باشند، این افراد در اصل مشتریان بالقوه هستند که نیاز واقعی دارند. اما در زمانی که نمایشگاه در تیر یا خرداد برگزار می‌شود، به وفور افرادی را دیده‌ایم که باری به هر جهت به نمایشگاه می‌آیند یا افرادی هستند که صرفاً برای بالابردن اطلاعات خودشان به نمایشگاه می‌آیند. برخی هم هستند که فقط برای بررسی شرایط و تحلیل اوضاع و احوال

در آغاز گفتگو بد نیست درباره‌ی شرکت و اینکه چه محصولاتی تولید می‌کنید، اطلاعاتی برای مخاطبان ارائه دهید؟

شرکت بنا نمای شهر هستیم که حدود ۱۰ سال است در زمینه تولیدات در و پنجره کار می‌کنیم و ۱۸ سال هم در زمینه نماهای خشک. محصولاتمان هم، محصولات آلومینیومی ترمال برک و نرمل است و همانطور که می‌دانید، این محصولات در زمینه شکست حرارتی و عایق‌بندی صوتی و حرارتی کاربرد دارد. بیشتر محصولاتمان از کارخانجات داخلی مثل کارخانه آکپا است که هم نمایندگی آن را داریم و هم برای تولید پنجره و هم برای اجرای نما با آنها همکاری می‌کنیم. از نظر بازار هم محصولاتمان بیشتر در داخل کشور فروش می‌رود اما به کشورهایمانند عراق، آذربایجان و افغانستان هم صادرات داشته‌ایم.

سوالاتی که مطرح می‌شود این است که چرا نمای شهر؟ چطور شد این نام را برای شرکت انتخاب کردید؟

این نام همان‌طور که توجه کرده‌اید بی دلیل انتخاب نشده است. اصلی‌ترین دلیل ما این بوده که هر فعالیت ما، روی نمای شهر و دید بصری شهرمان تاثیر می‌گذارد. بنابراین سعی کرده‌ایم با انتخاب این نام ارتباط کاری خودمان را با زیباسازی نمای شهرمان نشان دهیم و اعلام کنیم هر کاری که ما انجام می‌دهیم روی نمای شهرمان تاثیرگذار است.

معمولاً مرسوم است شرکت‌ها وقتی که در نمایشگاهی حضور پیدا می‌کنند، یک محصول یا خدمت جدید ارائه می‌کنند. شما در این نمایشگاه چه محصول جدیدی ارائه کرده‌اید؟

ما در این نمایشگاه سعی کرده‌ایم محصولی که به لحاظ کارایی امنیت شهروندان را افزایش دهد ارائه کنیم در این راستا پنجره‌های هوشمند را در نمایشگاه در معرض دید عموم قرار داده‌ایم.



راهی نمایشگاه می‌شوند. اما واقعیت این است که در این فصل به خصوص، اگر کسی با این شرایط جوی قبول می‌کند که به نمایشگاه بیاید، از سر نیاز است. بنابراین با اطمینان بالا عرض می‌کنم ۸۰ الی ۹۰ درصد بازدیدکنندگان، مشتریان واقعی هستند که برای تأمین نیازهای خود به نمایشگاه می‌آیند.

آنچه از داده‌های آماری، پایش‌های بازار و اطلاعات متخصصین برمی‌آید این است که بازار مسکن در خواب فرو رفته و به تبع آن، میزان ساخت و سازها هم کاهش یافته است، بنابراین طبیعی است اگر بازار شما هم کوچک شده باشد. چه تدبیری برای کار در چنین شرایطی اندیشیده‌اید؟

کاملاً درست است. تمام داده‌ها حاکی از این است که بازار ساخت و ساز به دلایل مختلف در رکود فرو رفته است. نوسانات قیمت و عدم ثبات در قیمت مصالح ساختمانی، تقاضای کم، وضعیت اقتصادی و ... همه باعث رکود در این بازار شده است. اما ما پروژه‌هایی داریم که پروژه‌های عظیم دولتی هستند. ما قرارداد این پروژه‌ها را در سال‌های قبل منعقد کرده‌ایم. بنابراین شرایط فعلی خوشبختانه تأثیر چندانی بر تولیدات ما نداشته است. ما در حال حاضر مشغول تأمین محصول برای قراردادهای سنوات قبل هستیم.

این تدبیر با برنامه قبلی اندیشیده شده است؟

به هر حال ما تحلیلی از بازار داریم. در این تحلیل‌ها به این جمع‌بندی رسیده‌ایم که برای اشتغال در دوره رکود و برای اینکه هزینه‌های جاری شرکت در این دوره ما را دچار ضرر و زیان نکند، پروژه‌های بزرگ و چند ساله را با قیمت مناسب اجرا کنیم. همین موضوع هم به ما کمک کرده تا بتوانیم در این دوره، امور را به خوبی مدیریت کنیم. طبیعی است در بین این پروژه‌های بزرگ، با پروژه‌های کوچک‌تر و پروژه‌های شخصی هم قرارداد می‌بندیم.

ما در شرکت‌های موفق وجود یک دورنما را در میان برنامه‌ها و افق دید مدیریت کلان مشاهده می‌کنیم. این دورنما به تدوین برنامه‌های کوتاه، میان و بلند مدت می‌انجامد و نقطه ایستادن شرکت را در ۵، ۱۰ سال یا چند دهه بعد نشان می‌دهد. شما در بنامای شهر چنین دورنمایی دارید؟

به یقین هر شرکتی برای خودش افق جایگاه در نظر دارد. بیشتر شرکت‌ها حتی شرکت‌های کوچک ولو اینکه این برنامه‌ها را روی کاغذ نیاورده باشند، به عنوان هدف مد نظر دارند. ما هم در بنامای شهر چنین افقی را دیده‌ایم و بر اساس آن افق، برنامه‌هایی در قالب برنامه‌های کوتاه مدت، میان و بلند مدت در دست اجرا یا تدوین داریم. گاهی اوقات

حتی ما در افق شرکت، افق تخیلی هم در نظر می‌گیریم که این ایراد نیست بلکه پیشنهاد تحلیل‌گران حوزه مدیریت است. چون افق گاهی تخیلی، باعث انگیزه و تدوین برنامه‌هایی می‌شود که اگر صد درصد آن محقق نشود و مثلاً ۷۰ درصد را اجرا کنید، سطح شرکت ارتقا پیدا خواهد کرد اما گاهی شرایط مانع این نوع نگاه توصیه شده، می‌شود.

چرا؟ درباره موانع اطلاعاتی در اختیار مخاطبان قرار می‌دهید؟

متأسفانه گاهی شرایط متغیر یکی از بزرگترین موانع برای برنامه‌ریزی است. ما در بسیاری از کشورها، اندکی تغییر را با خرابی در برنامه‌ریزی لحاظ می‌کنیم اما در کشور ما تغییرات لحظه‌ای است به ویژه به دلیل بی‌ثباتی اقتصادی بسیاری از برنامه‌ها قابل اجرا نیست اما با تمام این شرایط برنامه‌هایی وجود دارد که امیدواریم با کمک دوستان رسانه‌ای مثل شما و همیت همکاران خودمان بتوانیم آنها را اجرا کنیم.

پروژه خارجی هم تا کنون انجام داده‌اید؟

بله، پروژه‌ای در کشور ایرلند توسط یکی از پیمانکاران تبریزی در حال انجام بود. این پروژه در اصل ساخت ۱۰۰۰ واحد ویلا بود که پنجره‌های این پروژه را ما در تبریز ساختیم. البته این را هم تأکید کنم نصب محصولات را خود پیمانکار محترم تعهد کرده بود و فقط کار ساخت و ارسال را ما انجام دادیم.

تا آنجا که من اطلاع دارم برای کار در اروپا استانداردهای خاصی نیاز است..

بله درست است. ما استاندارد C.E اروپا را از شرکت BQS انگلستان داریم و می‌توانیم پروژه‌های اروپایی را انجام دهیم. وقتی پنجره‌ها در پروژه نصب شد توانستیم استاندارد ایرلند را هم دریافت کنیم.

با توجه به اینکه در این تجربه موفق بوده‌اید، سوال این است آیا چنین کارهایی قابلیت توسعه به کشورهای دیگر را دارد و آیا همکاران توان می‌توانند اجرای چنین پروژه‌هایی را بر عهده بگیرند؟

من طی این سال‌ها در یک نمایشگاه اروپایی صنعت ساختمان شرکت کرده‌ام و تعداد زیادی از نمایشگاه‌های آسیایی مانند دوی، استانبول و ... را دیده‌ام. واقعیت این است سطح کیفی محصولات خودمان و دیگر همکاران، حتماً قابلیت رقابت با محصولات کشورهایمانند ترکیه و امارات را دارد. اما متأسفانه چون در زمینه صادرات، محدودیت‌های فراوانی داریم، خیلی نتوانسته‌ایم در این زمینه موفق باشیم اما امکان کار در خارج از کشور با روشی که عرض شد وجود دارد.

اگر نکته‌ای در میان پرسش‌ها جا مانده یا مطلبی نیاز به تأکید دارد، بفرمائید...

خیر مطلب خاصی نیست اما به عنوان سخن پایانی، شرکت‌هایی مانند آپکا که جزو قدرتهای آلومینیومی کشور هستند، امیدوارم برای بالا رفتن بازدهی تولید، بتوانند استانداردهای الزامی برای سطح کیفی تولیدات در نظر بگیرند و خودشان همکاران را ملزم به رعایت آن کنند تا قابل ارائه به مشتریان باشد و پنجره‌ای که تولید می‌شود در ساختمان‌ها نصب می‌شود رضایت کارفرمایان را جلب کند. احساس می‌کنم برخی از همکاران برای اینکه از گردونه رقابت‌ها در بازار، حذف نشوند، از کیفیت مواد اولیه و براق‌آلات کم می‌کنند تا تولیداتشان توجیه اقتصادی داشته باشد. این اقدام آسیب جدی‌اش این است که امکان دارد کارفرمایان ایرانی در برخورد با چنین محصولاتی در آینده اعتماد خودشان را نسبت به این تولیدات از دست بدهند و خدای ناکرده این صنعت از دست برود.

