

اوکتای قاضی در گفتوگو با پنجره ایرانیان:

سود برای پراتیک، آخرین اولویت است نه اولین

نشانه

پنجره ایرانیان: نمایشگاه شلوغ است. داخل سالن صداها داخل هم می‌پیچد و گاه آنقدر مبهم می‌شود که چیزی از آن نمی‌شود فهمید. تعدادی از تولیدکنندگان و اهالی صنعت در و پنجره در سالی دور هم جمع شده‌اند و آنچه می‌آفرینند را به نمایش گذاشته‌اند. در میان نام‌های حاضر در نمایشگاه، پراتیک، نامی آشناست. داخل غرفه تعدادی از نمایندگان رسمی این نشان صنعتی، دور هم جمع شده‌اند. آن میانه آقای اوکتای قاضی که پراتیک را بنیان گذاشته هم، دیده می‌شود. داستان و روایت او از اینکه چگونه به «پراتیک» رسیده؛ جالب و شنیدنی است. خودش همه چیز را از صفر آغاز کرده است. مدتی در و پنجره هم ساخته و به این دلیل که دانش آموخته رشته مهندسی عمران است، به این نتیجه رسیده که باید کار را اتقاء بدهد و گامی بلند برداشته و مجموعه «پراتیک» را ساخته است. مجموعه‌ای با نگاهی تقریباً منحصر به فرد، چون آقای قاضی معتقد است اساساً سود مرحله آخر کار است؛ بر خلاف خیلی‌ها که سود را مهمترین بخش کار می‌دانند. او می‌گفت که سال ۹۴ تولید پروفیل را آغاز کرده است. وقتی گفت‌وگو آغاز شد، از او پرسیدم: تولید پروفیل کار بچه‌های مهندسی شیمی است شما مهندس عمران هستید چگونه وارد این کار شدید؟ با صبر و حوصله پاسخ داد: اینکه صاحب یک ایده باشید یک موضوع است و ربطی به رشته ندارد اما اهالی مهندسی شیمی معمولاً در کارخانه‌ها حضور دارند و در خطوط تولید به ما کمک می‌کنند.

آقای قاضی درست می‌گفت: صاحب ایده بودن یک مساله است و از متخصصین استفاده کردن مساله‌ای دیگر و او آن‌طور که خودش توضیح می‌داد از حضور متخصصین مختلف به خوبی در ساختار پراتیک، استفاده کرده است. در این گفت‌وگو آقای بخشایش نماینده رسمی پراتیک در استان آذربایجان شرقی هم حضور داشت و در برخی موارد او به سوالات پاسخ داد. آنچه در ادامه می‌آید محصول این گفت و شنود است:

هم هست که نان را با عشق می‌پزد. آن که فقط می‌خواهد نان بپزد، ترکیبی را ایجاد می‌کند که اتفاقاً خمیر است اما به اینکه رنگ آرد سفید است یا سیاه توجه ندارد والا آرد، آرد است. اما آنکه با عشق می‌پزد، به تمام ترکیبات توجه دارد چون نان را محصول نمی‌داند، عامل ارتباط خود با انسان می‌داند و همین است که نان او خوشمزه‌تر از نان دیگران می‌شود. ما در پراتیک سعی کرده‌ایم شیوه دوم تولید را انتخاب کنیم.

این سیاست در تولیدتان هم تاثیر داشته است؟

بله. همین که ما در این سال‌ها کار مداوم کرده‌ایم و در میان بزرگان صنعت همچنان داریم کار خود را ادامه می‌دهیم محصول همین نوع نگاه است. در حال حاضر ما بدون اینکه تبلیغات خاصی انجام بدهیم و بدون اینکه هزینه‌های آنچنانی کنیم روز به روز بر حجم تولیداتمان افزوده می‌شود و تعداد مشتریانمان هر روز از روز قبل بیشتر می‌شود. ما در این مسیر طوری رفتار کردیم که مشتریان و کسانی که به ما می‌پیوندند، مجموعه را متعلق به خودشان بدانند و همین باعث می‌شود خودشان هم بخشی از مجموعه باشند و به روند و اصلاح امور کمک کنند.



در صنعت پروفیل یوپی‌وی‌سی، کارخانه‌های مختلف با نام و نشان تجاری متفاوت در حال تولید این محصول هستند. هر کدام هم برای خود ویژگی‌هایی قائل هستند. پراتیک چه مشخصه و ویژگی‌ای دارد که بتوان آن را به عنوان شاخص بیان کرد؟

در مجموعه پراتیک سود آخرین حرف را می‌زند نه نخستین حرف را. باید بپذیریم در کار تجاری، امور بر اساس داد و ستدهای مالی انجام می‌شود. امور بر این اساس انجام می‌شود که محاسبه کنند چند درصد سود به دست آمده است یا چه مقدار زیان شده اما در پراتیک اینگونه نیست. ما در این مجموعه سیاست‌مان این است که اول باید دوستان خوبی پیدا کنیم. وقتی دوستان خوبی پیدا کردیم این رفاقت باعث می‌شود کیفیت را هم حفظ کنیم. شما می‌توانید بدون اینکه فرمولاسیون تولید را تغییر دهید، سود بیشتری از تولید ببرد شما می‌توانید در بازار به مشتریان دروغ بگویید که مثلاً از فلان ماده در تولید استفاده می‌کنم اما سوال این است آن ماده از کجا تهیه شده و با چه کیفیتی؟ بگذارید یک مثال خودمانی بزنم. تولید در تمام ابعاد، شبیه کار نانوآه است. یکی نفر فقط می‌خواهد نان بپزد. اما نانوای دیگری



این شیوه و روش صرف نظر از این که چقدر شایع باشد، جذابیت دارد. آیا به عنوان شعار هم این نوع نگاه را توسعه داده‌اید یا می‌دهید؟

بله ما این نوع زیست صنعتی را به یک شعار تبدیل کرده‌ایم و بر پیشانی پراتیک حمل می‌کنیم. اینکه «ما به خوب بودن ادامه می‌دهیم»...

آقای بخششایش (نماینده پراتیک در استان آذربایجان شرقی): بگذارید این بخش را من بگویم چون مهندس ممکن است اینها را حمل بر خودستایی بداند. آنچه در اینجا بیان شد مو به مو درباره خود من اجرا شده است. روزی که من به مجموعه وارد شدم؛ آقای مهندس قاضی به من گفت: تو برادر منی و تمام این سال‌ها همین‌گونه که گفتند بوده است. اینجا بخش معنوی کار است که اصل کار هم هست. اما دربخش فنی و تولید هم کار زیادی شده است ما معدود کارخانه‌ای داریم که تمام قالب‌های پروفیل را داشته باشد. پروفیل لولایی، کشویی، پروفیل‌های زهوار تک جداره و ... تمام پروفیل‌های کمکی را داریم و همکاران به دلیل همین میزان تنوع به ما مراجعه می‌کنند. در رده پروفیل‌های رنگی سید کاملی داریم و تنوع رنگی‌مان خاص و منحصر به فرد است. برای نخستین بار هم در این نمایشگاه پروفیل لمینیت رنگ شامپینی را ارائه کردیم. مشتری وقتی این پروفیل را می‌بیند با پروفیل ترمال‌بریک اشتباه می‌گیرد. اینها مزیت‌های ظاهری ماست. از مزایای دیگر مان ثابت در قیمت است. ما به رغم اینکه در سال گذشته نوسانات زیادی در قیمت ارز داشتیم، قیمت پروفیل را ثابت نگه داشته‌ایم و شما بهتر می‌دانید که قیمت ارز در قیمت نهایی محصول پروفیل به دلیل نوع مواد اولیه که در تولید آن به کار می‌رود، چقدر موثر است و این برای مشتری ما مزیت بزرگی به حساب می‌آمده است. ما در نوسانات قیمت ارزو کمبود یا وفور مواد اولیه، کیفیت محصول را هیچ وقت پایین نیاورده‌ایم. مشتریان ما به کیفیت خاص عادت کرده‌اند و ما خود را مجاز نمی‌دانیم با تغییر در کیفیت ماده اولیه، کیفیت نهایی محصول را تغییر دهیم. بحث‌هایی هم که آقای مهندس گفتند هم برقرار است و ما تا مصرف کننده نهایی یک زنجیره تشکیل داده‌ایم که در نهایت به رضایت مصرف کننده نهایی می‌انجامد.

آیا باز خورد این رضایت را دارید و بررسی کرده‌اید؟ چون این رضایتمندی باید معیار داشته باشد و قابلیت سنجش پیدا کند.

بله! درست است ما دوتا معیار داریم. یکی اینکه در این شرایط بد بازار که برخی همکاران باید با تخفیفات بالا محصول‌شان را بفروشند، ما نمی‌توانیم سفارشات مشتریان را تأمین کنیم. این یعنی اینکه میزانی از رضایتمندی وجود دارد که با وجود تخفیف زیاد در بازار مشتری حاضر نیست به دیگر تولیدکنندگان مراجعه کند. دیگر اینکه یکی از رسانه‌های این حوزه که به صورت صفحه‌ای در اینستاگرام، کار می‌کند، نظرسنجی‌هایی تدارک دیده بود و در آن سلسله نظرسنجی‌ها، پراتیک با تمام غول‌های این صنعت رقابت کرد و با بیش از ده درصد فاصله آنها را پشت سر گذاشت.

یکی از عواملی که باعث می‌شود مشتریان با ما همراهی کنند، ضمانت‌هایی است که در پراتیک وجود دارد. در این نمایشگاه ما شعاری انتخاب کردیم تا نشان دهیم چقدر روی ضمانت‌های خود و کیفیت محصول پافشاری داریم. شعار این است: «پراتیک بخر؛ کشتی بگیر باختی بیا پولشو بگیر» ما به جد پای این شعار ایستاده‌ایم ...

در ایران وقتی صنایع مختلف را می‌بینید متوجه می‌شوید که ضمانت‌ها خیلی اجرا نمی‌شوند. شما چطور پای ضمانت می‌ایستید؟

سند ما نمایندگی‌های پراتیک در سراسر کشورند. مصرف کننده نهایی یک بار محصول ما را می‌خرد. این درست. می‌توان زیر میز بازی در مواجهه با مصرف کننده نهایی زد اما با نمایندگی‌ها که نمی‌توان این کار را کرد. آنها مشتری دائمی هستند خودشان در مواجهه با مصرف کننده نهایی هستند. اگر شما در تعهد به ضمانت کوتاهی کنید نمایندگی‌ها در کنار شما نخواهند ایستاد. آقای مهندس قاضی هم ابایی از پاسخ دادن ندارند و الان هم می‌بینید که نشست‌اند داخل غرفه و با تک‌تک مراجعین صحبت می‌کنند.

آقای قاضی: شما درباره باز خورد کار سوال کردید من هم این را عرض کنم که ما به پشتوانه همین مشتریان که روز به روز هم تعدادشان در حال افزایش است، خطوط تولید خود را گسترش داده و در حال حاضر هم آهسته و پیوسته این توسعه و افزایش خطوط تولید به چشم می‌آید. ما نخواسیم کار را با تبلیغات زیاد و سرو صدا پیش ببریم تا بتوانیم به هر کس دلمان خواست محصول را بفروشیم. ما اینطور کار نکردیم و نخواهیم کرد. ما می‌خواهیم مشتریانمان رشد کنند اگر آنها رشد کنند، فروششان بیشتر می‌شود، درآمدشان بیشتر می‌شود و حال بهتری خواهند داشت از قبال این حال خوب است که ما هم به رشد می‌رسیم. ما سعی‌مان این است مشتری بزرگ شود ما هم با او و در کنار او بزرگ می‌شویم.

با این اوصاف قصد ورود به بازار جهانی را ندارید؟

ما چندین بار به کشور ترکمنستان فروش داشته‌ایم اما بحث اصلی ما ظرفیت تولید است همین حالا با توجه به رشد مصرف محصولاتمان در داخل، وضع طوری بوده و هست که بازار داخل اصلاً اجازه نمی‌دهد به صادرات فکر کنیم. یکی از ایرادات کشورهای سی‌ای‌اس این است که توجهی به کیفیت ندارند. من همین چند هفته پیش به عنوان عضو اتاق بازرگانی مشترک ایران ترکمنستان، همراه وزیر راه و شهرسازی به آن کشور رفتم. آنها تمام محصولاتمان را از نظر قالب و رنگ‌بندی دوست دارند و می‌پسندند اما کیفیت برایشان اهمیت ندارد و فقط مساله قیمت دارند آنها می‌گویند کیفیت را پایین بیاورید ما خریداریم و من هم عرض کرده‌ام ما هیچ وقت این کار را نخواهیم کرد. بنابراین محصولات ما با این کیفیت عملاً به درد این کشورها نمی‌خورد. البته این را هم عرض کنم تعدادی از آنها پذیرفته‌اند که محصول با کیفیت بالا را خریداری کنند.

