



در گفتگو با بامدیر صادرات و توسعه بازار دکونیک عنوان شد

دکونیک به دنبال تغییر نگرش نسبت به کیفیت و خدمات

مدیر بخش صادرات و توسعه بازار محصولات پروفیل دکونیک در گفتگوی اختصاصی با پنجره ایرانیان از اهداف و برنامه‌های این برند جهانی در صنعت پروفیل یو.پی.وی.سی می‌گوید و توضیح می‌دهد که دکونیک در ایران چه برنامه‌هایی دارد و در چه سطحی از کیفیت تصمیم به رقابت دارد. انتخاب آقای مهدی امانی به عنوان یکی از چهره‌های نام‌آشنا در صنعت در و پنجره یو.پی.وی.سی ایران برای همکاری در بازار کشورمان، نشان می‌دهد که دکونیک این‌بار با رویکردی متفاوت برای حضوری موثر و بلندمدت در ایران عزم خود را جزم کرده و مصمم است تا رقابت بین ممتازترین و برترین پروفیل‌های یو.پی.وی.سی را دنبال کند. آقای پورا می‌گوید: مهم این است که دکونیک بیش از هفتاد سال سابقه تولید و صادرات پروفیل یو.پی.وی.سی را آنهم به بیش از ۱۰۴ کشور دنیا دارد و پس از ۹ سال حضور در بازار ایران، مطمئن هستیم که با برداشته شدن تحریم‌ها و موانع بر سر راه تجارت، بازار ایران یکی از مهمترین و قوی‌ترین و باکیفیت‌ترین بازار در منطقه خواهد بود. مدیر بخش صادرات و توسعه بازار دکونیک تاکید می‌کند: هرچند ما تجربه چندساله حضور در بازار ایران را داریم، اما شرکای مناسبی را در بازار ایران انتخاب کردیم و این تازه شروع روابط اقتصادی ماست ولیکن این را یقین بدانید که یک آینده خیلی طولانی با اهداف بلندمدت را مد نظر قرار خواهیم داد. این گفتگو را بخوانید و اگر دنبال خلق یک ساختمان شیک و باکیفیت هستید، باید در جستجوی یک نامی نیک و ماندگار برای پنجره‌های استاندارد ساخته‌شده از پروفیل‌های باکیفیت و ویژگی‌های منحصر به فرد باشید. ساختمان با نامی شیک را می‌توان در اختیار داشت، اما دکونیک یک نام نیک در صنعت پروفیل یو.پی.وی.سی در سطح جهان است که بهینه‌سازی در مصرف انرژی و بهبود عملکرد ساختمان از حیث عایق بودن را تضمین می‌کند و باعث می‌شود تا نامی نیک از خالق ساختمان‌ها و رضایت دائمی از ساکنان در ساختمان‌ها رقم بخورد.

اشاره:

این شرکت، همواره یکی از جذاب‌ترین سهام‌ها در بورس به شمار می‌رود. **■** اشاره کردید که تولید پروفیل دکونیک در دوازده کشور دنیا صورت می‌گیرد؛ آیا استانداردهای به کار رفته در همه خطوط تولید یکسان است یا اینکه پروفیل با کیفیت متفاوت و متناسب با شرایط اقتصادی کشورها و قدرت خرید مردم آن کشورها، تولید و در بازار عرضه می‌شود؟
واقعیت این است که برخی برندهای پروفیل یو.پی.وی.سی در منطقه هستند که محل

■ جایگاه پروفیل‌های یو.پی.وی.سی دکونیک در سطح جهان چگونه ارزیابی می‌شود شرکت دکونیک یکی از بزرگترین تولیدکنندگان پروفیل یو.پی.وی.سی و در حقیقت جزو دو شرکت نخست در کل دنیا محسوب می‌شود و بیش از چهار هزار نیروی انسانی در کل دنیا در این شرکت فعالیت دارند و خطوط تولید پروفیل یو.پی.وی.سی دکونیک برای پاسخ به نیاز قاره‌ها و کشورهای مختلف در دوازده کشور دنیا مستقر شده‌اند و حجم فروش جهانی دکونیک در سال بیش از یک میلیارد یورو برآورد می‌شود و سهام



اصلی کارخانه در یک منطقه مستقر است و کارخانه‌ها و خطوط تولید کوچک‌تری در سایر مناطق دنیا دارد؛ اما در خصوص دکونیک، این موضوع صدق نمی‌کند به نحوی که به طور مثال کارخانه تولید پروفیل دکونیک در آمریکای شمالی در مساحت ۶۰ هزار متر مربع مستقر شده و حجم تولید آن قاره آمریکای شمالی را پوشش می‌دهد. در کشور ترکیه هم سه کارخانه مجزا از هم داریم که پروفیل با سه برند مجزا و مستقل از هم دیگر تولید و به بازار عرضه می‌شود. البته باید تاکید کنم که هر کدام از این کارخانه‌ها یک مرکز کامل و عظیم دارای طیف وسیعی از محصولات و مقاطع مختلف پروفیل یو.پی.وی.سی با استانداردهای مشخص و کیفیت برتر هستند که متناسب با شرایط جغرافیای هر منطقه اقدام به تولید پروفیل می‌کنند لازم به ذکر است که هیچ یک از کارخانه‌های تولیدی دکونیک فرمولاسیون مجزایی نداشته و کلیه مواد افزودنی و فرمول میکس آن از کارخانه دکونیک بلژیک تامین می‌گردد.

■ به طور مشخص پروفیل دکونیک برای بازار ایران با چه مشخصاتی تولید می‌شود؟

محصولی که با برند دکونیک وارد بازار ایران می‌شود، پروفیلی است که با ویژگی‌های جغرافیایی و شرایط اقلیمی کشورهای حوزه خلیج فارس همخوانی دارد. چرا که در این منطقه و البته ایران ما شاهد تابش زیاد نور خورشید و دمای متفاوت و گرم هستیم و عرضه پروفیل یو.پی.وی.سی در این کشورها نیازمند یک فرمولاسیون خاص و متفاوت با کشورهای است که تابش نور خورشید اندکی دارند. البته نکته حایز اهمیت و مزیت و برتری دکونیک این است که نه تنها برای مناطق مختلف جهان

و شرایط اقلیمی و جغرافیایی کشورها، فرمولاسیون تولید پروفیل یو.پی.وی.سی تعریف شده، بلکه استانداردهای مدون و شفافی وجود دارد که در تمامی محصولات دکونیک در سراسر جهان باید رعایت شود. از جمله این استانداردهای ثابت، استفاده از فرمولاسیون اروپایی برای تولید پروفیل یو.پی.وی.سی بدون سرب است و به همین دلیل است که پروفیل یو.پی.وی.سی دکونیک در همه جهان به عنوان یک پروفیل بدون سرب شناخته می‌شود.

■ با چه شناختی وارد بازار ایران شدید و چه عاملی باعث شد ایران را به عنوان بازار هدف خود انتخاب کنید و آیا دکونیک به حضوری بلندمدت در بازار ایران می‌اندیشد؟

آنچه که برای ما مهم است این است که دکونیک بیش از هفتاد سال سابقه و تجربه تولید صنعتی در سطح جهان را دارد و نشان می‌دهد که بازار شناخت خوب و مثبتی از دکونیک دارد. قبول کنید که تولید یک محصول صنعتی و عرضه آن در بیش از ۱۰۴ کشور دنیا، یک کار سخت اما نمادی از سطح بالای توانمندی و کیفیت دکونیک است. درخصوص بازار ایران باید بگویم که دکونیک از سال ۲۰۰۵ میلادی در ایران حضور دارد و جمعیت عمدتاً جوان حدود ۸۰ میلیونی کشور ایران، یک پتانسیل بسیار بالا برای دکونیک محسوب می‌شود، به ویژه اینکه ایرانی‌ها همواره اشتیاق دارند تا ساختمان‌ها و خانه‌های شیک، باکیفیت و با مواد و متریال و مصالح پیشرفته ساخته شود. بنابراین عواملی چون بزرگی بازار ایران و انگیزه ایرانیان برای داشتن ساختمان‌های باکیفیت و برتر نشان می‌دهد که بازار ایران در آینده یکی از

باکیفیت‌ترین و رقابتی‌ترین بازارها خواهد بود و افق آینده صنعت ساختمان ایران به ویژه در بیست سال آینده خیلی بهتر خواهد شد. البته اگر تا به حال دکونیک در بازار ایران خیلی آرام و آهسته فعالیت خود را ادامه داده، عمدتاً به خاطر نداشتن شریک تجاری شناخته شده در این صنعت بوده و دکونیک همواره در انتخاب شرکای تجاری خود بسیار محتاط و دقیق بوده است، ولی هم اکنون با این انتخاب یک پتانسیل خوب برای سرمایه‌گذاری در بازار ایران به وجود آمده که راه حضور برندهای شاخص و باکیفیت جهان از جمله دکونیک در صنعت پروفیل یو.پی.وی.سی دنیا را هموارتر ساخته است. با توجه به چشم‌انداز مثبت در مذاکرات هسته‌ای و همچنین نزدیک بودن زمان برداشته شدن تحریم‌ها، دکونیک برای رقابت در بالاترین سطح کیفیت برای حضور در بازار ایران برنامه‌ریزی کرده و امیدوار است که با برداشته شدن موانع بتواند گامی در جهت تولید داخلی این محصولات بردارد. که این خود نگاه بلند مدت دکونیک به بازار ایران را نشان می‌دهد.

■ همکاری دکونیک با شرکای ایرانی با چه شرایطی رقم خورد؟

دکونیک برای انتخاب شرکای تجاری، روش خاصی را در نظر می‌گیرد و در گام نخست ما بازار کشورها را رصد می‌کنیم تا سطح کیفی بازار و رقابت افزایش یابد و این نتیجه به دست آید که مصرف‌کننده نهایی متقاضی کالای باکیفیت است و در بازار به دنبال محصولاتی با کیفیت و استاندارد جهانی است. در خصوص بازار ایران هم پس از ۹ سال حضور به این نتیجه رسیدیم که بازار و صنعت در و پنجره یو.پی.وی.سی ایران هم در حال



دیگر گونی و چرخش به سمت کیفیت است. از سوی دیگر با توجه به شناخت و رایزنی با شرکای ایران به این نتیجه رسیدیم که زمینه‌ها و نقاط مشترکی برای همکاری موثر و رو به جلو وجود دارد و هر دو مجموعه از پتانسیل‌ها و توانمندی‌های بالایی برای مشارکت برخوردارند.

■ تنوع پروفیل‌ها و مقاطع و همچنین پروفیل‌های جانبی دکونیک تا چه میزان نیاز بازار ایران را پوشش می‌دهد؟

ما یک طیف خیلی وسیعی از محصولات را در سبد کالایی خود داریم و تقریباً تمام سطح مقاطع پروفیل که برای ساخت و مونتاژ پنجره مورد نیاز است، در اختیار داریم. محصولات دکونیک شامل پنجره‌های لولایی از سه محفظه ۶۰ میلی‌متر تا شش محفظه ۹۰ میلی‌متر را در برمی‌گیرد و برای ساخت انواع بازشوها، از کلنگی تا فرانسوی و کشویی و... دکونیک پروفیل تولید و در بازار ایران عرضه می‌کند. از سوی دیگر برای تامین فوری نیازها مشتریان هم، انبار مجهزی را در ایران با همکاری شرکای ایرانی خود تجهیز کرده‌ایم.

■ دکونیک در انتخاب مواد اولیه برای تولید پروفیل یو.پی.وی.سی به چه نحوی عمل می‌کند؟

کیفیت مهمترین مسئله‌ای است که محصولات مختلف را از همدیگر متمایز می‌کند. به همین دلیل دکونیک در همه زمینه‌ها به ویژه در تدارک و تامین مواد اولیه مرغوب و باکیفیت بسیار قدرتمند عمل می‌کند چرا که دکونیک یکی از بزرگترین تولیدکنندگان در جهان است و با تامین‌کنندگان مواد اولیه در سطح جهان توافق‌نامه همکاری و قراردادهای طولانی مدت و با میزان بالایی گردش مالی دارد که همین عامل باعث می‌شود ما بتوانیم یک کیفیت خیلی خوب را با یک قیمت قابل قبولی داشته باشیم.

■ پروفیل‌های یو.پی.وی.سی دکونیک چه آزمون‌های تخصصی را پشت‌سر گذاشته است؟

دکونیک تمامی تست‌ها و آزمون‌های تخصصی جهان را به طور کامل موفق پشت سر گذاشته و حتی به جایگاهی رسیده است که به دولت‌های مختلف و مراکز تخصصی کشورها اطلاعات لازم را برای تدوین استانداردها می‌دهد. از جمله گواهی‌نامه‌های بین‌المللی اخذ شده توسط دکونیک می‌توان به استانداردهای RAL , ITB , BST , BBA , BUTGB , CSTB , IFT اشاره کرد و قابل ذکر است که این مجموعه یکی از مشاوران استاندارد رال در تدوین و تصحیح استانداردهای مذکور می‌باشد.

■ برنامه کلی دکونیک برای آموزش تولیدکنندگان و مونتاژکاران همکار با دکونیک در زمینه تولید و نصب در و پنجره‌های یو.پی.وی.سی چیست؟

ما دو راهبرد آموزشی را دنبال می‌کنیم. راهبرد نخست انتخاب تولیدکنندگان در و پنجره‌های یو.پی.وی.سی است که از سطح کیفیت و استانداردهای مطلوب در مونتاژ و نصب در و پنجره‌ها برخوردار باشند و علاقه‌مند به رقابت در بالاترین سطح کیفیت

باشند و همواره خود جویای آموزش بیشتر و بهتر و تخصصی‌تر باشند و هرگز در میدان رقابت به دنبال ایجاد چالش قیمت‌شکنی و دامپینگ نباشند. چرا که دکونیک بر این باور است که هر کیفیتی قیمت خاص خود را دارد. راهبرد دوم دکونیک در بحث آموزش این است که با توجه به طیف گسترده محصولات دکونیک، که تا به حال وارد ایران شده است و تولیدکنندگان ایرانی هم تا به حال، چنین سطح مقطعی را در سبد کالایی خود نداشته‌اند، ما باید برای پروفیل‌های جدید، یک برنامه مستمر آموزشی داشته باشیم. نتیجه اینکه همکاری دکونیک با شرکای ایرانی تنها و تنها بر محور ارائه پروفیل با کیفیت برتر و خدمات متنوع و متفاوت‌تر بنا گذاشته شده است. به همین دلیل راهبرد مستمر و همیشگی دکونیک، آموزش نحوه ساخت و نصب آخرین محصولات مورد استفاده در پنجره‌های یو.پی.وی.سی در محل اصلی کارخانه دکونیک خواهد بود و این یک راز دوستی و همکاری بلندمدت برای کسب رضایت مشتریان و مصرف‌کنندگان خواهد بود.

■ برنامه شما برای نمایشگاه بین‌المللی در و پنجره یو.پی.وی.سی ایران چیست؟

گروه صنعتی دکونیک تنها حامی و اسپانسر نمایشگاه بین‌المللی و تخصصی صنایع در و پنجره ایران در بخش پروفیل خواهد بود. در این نمایشگاه کالاها و خدمات دکونیک به نمایش در خواهد آمد و یک برنامه بلند مدت برای بازار ایران تدوین کرده‌ایم و مطمئن هستیم که طیف وسیع و متنوع محصولات دکونیک به خوبی جایگاه خاص خود را نزد تولیدکنندگان در و پنجره یو.پی.وی.سی ایران پیدا خواهد کرد.

■ آیا حضور دکونیک در بازار ایران چالش قیمتی ایجاد نخواهد کرد؟

در ارتباط با رقابت دکونیک با ممتازترین پروفیل‌های ایرانی باید تاکید کنم که بازار ایران پتانسیل بسیار بالایی برای در و پنجره‌های یو.پی.وی.سی دارد و این موضوع فضای مساعد و مناسبی برای همکاری و رقابت بین برترین تولیدکنندگان داخلی و خارجی را فراهم می‌سازد. به طور مثال نیاز بازار ترکیه به پروفیل‌های یو.پی.وی.سی سالانه حدود ۴۰۰ هزار تن برآورد می‌شود و فکر می‌کنم بازار ایران هم در سال‌های آینده چنین شرایطی را تجربه خواهد کرد. با این شرایط چالش اصلی در آینده نه بحث قیمت که چالش کیفیت و تنوع محصولات خواهد بود و از قضا دکونیک تنها و تنها به چالش و رقابت بر سر کیفیت می‌اندیشد.

■ یکی از جدی‌ترین نیازهای بازار ایران، به موضوع پروفیل‌های بازسازی در و پنجره‌ها برمی‌گردد. دکونیک برای تامین این نیاز هم برنامه دارد؟

دکونیک با ارایه طیف گسترده‌ای از محصولات برای ساختمان‌های نوساز و بازسازی بناها و تعویض پنجره‌ها حجم بالایی از تنوع محصولات را دارا می‌باشد که ای خود یکی از امتیازها و برتری‌های دکونیک نسبت به رقبای دیگر محسوب می‌شود که می‌تواند به تمامی نیازهای مصرف‌کنندگان پاسخ شایسته بدهد.